



Université d'Oran 2

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

**THESE**

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat « L.M.D »  
En Sciences Economiques  
Spécialité : Economie Monétaire et Financière

**Le passage d'une franchise commerciale vers une franchise de  
production, un moyen de substitution aux importations**

Présentée et soutenue publiquement par :  
Mme. BOUMANSOUR Rym

Devant le jury composé de :

|                      |            |                   |            |
|----------------------|------------|-------------------|------------|
| M. BOULENOUAR Bachir | Professeur | Université Oran 2 | Président  |
| M. LAHLOU Chérif     | M.C A      | Université Oran 2 | Rapporteur |
| M. FEKIR Hamza       | M.C A      | Université Oran 2 | Examineur  |
| Mme. BOUZADI Sultana | Professeur | USTO              | Examineur  |
| Mme. BOUTIFOUR Zohra | M.C A      | ENPO              | Examineur  |
| M. MOULAI Ali        | M.C A      | Université Oran 1 | Examineur  |

Année : 2020/2021

## **Dédicaces**

*Je dédie ce travail à :*

- *Mon père, ma mère*
- *Mon époux*
- *Mes frères Zakaria, Louai et Hatem*
- *Ma famille et belle-famille.*

## **Remerciements :**

*Au bout de ce travail de recherche, j'adresse, tout d'abord, mes plus profonds remerciements à mon directeur de thèse docteur Lahlou Chérif pour sa disponibilité, l'ensemble de ses conseils, ses marques de confiance et son aide inestimable tout au long de mon travail. Sans qui ce travail n'aurait jamais pu être réalisé. Merci de m'avoir encouragé pendant les moments de doute et apporté des pistes de solutions.*

*Je tiens également à remercier le président du conseil de la formation doctoral, professeur Boulouar Bachir, pour son soutien, son orientation et ses précieux conseils durant la préparation de ce travail.*

*Mes remerciements s'adressent aussi aux membres du conseil de la formation doctorale, pour leurs présences et soutiens.*

*Mes remerciements vont également aux membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail et apporter des critiques avisées.*

*Ce travail repose particulièrement sur une étude qualitative menée auprès des représentants de plusieurs institutions et organismes de l'état. De ce fait, Je tiens à exprimer ma gratitude envers tous les participants à ma recherche.*

*Au quotidien, je remercie mes parents, mon époux et mes frères pour leurs soutiens constants. C'est grâce à eux que j'ai pu persévérer dans cette tâche et que mes travaux ont pu aboutir.*

*Enfin, je tiens à remercier toutes les personnes qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.*



## Sommaire :

|  |     |
|--|-----|
| <b>Introduction générale</b> .....   | 1   |
| <b>Chapitre 1 : Revue de la littérature sur la franchise</b> .....   | 8   |
| Introduction .....   | 9   |
| Section 1 : L'investissement en franchise .....  | 10  |
| Section 2 : Les explications théoriques de la franchise.....   | 45  |
| Conclusion.....  | 93  |
| <b>Chapitre 2 : La substitution aux importations</b> .....   | 102 |
| Introduction .....   | 103 |
| Section 1 : Evolution des importations en Algérie.....   | 104 |
| Section 2 : Les politiques en faveur de la production nationale .....  | 123 |
| Conclusion .....   | 151 |
| <b>Chapitre 3 : La franchise un moyen attrayant à la production</b> .....  | 152 |
| Introduction .....   | 153 |
| Section 1 : Evolution de la franchise en Algérie.....  | 155 |
| Section 2 : La production nationale selon les principes du franchisage (cas du secteur textile et habillement) ..... | 186 |
| Conclusion .....   | 223 |
| <b>Conclusion générale</b> .....   | 236 |
| <b>Liste des tableaux</b> .....  | 241 |
| <b>Liste des graphiques</b> .....  | 243 |
| <b>Liste des figures et schémas</b> .....  | 243 |
| <b>Bibliographie</b> .....   | 246 |
| <b>Table des matières</b> .....  | 260 |

## Liste des abréviations :

- ANDI : Agence nationale de développement de l'investissement.
- ANSEJ : Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes.
- BAD : Banque africaine de développement.
- CACI : Chambre algérienne de commerce et d'industrie.
- CAPC : centre africain pour les politiques commerciales.
- CARE : Cercle d'action et de réflexion autour de l'entreprise.
- CNAC : Caisse nationale d'assurance-chômage.
- CNUCED : Conférence des nations unies sur le commerce et le développement.
- CLDP : Programme de développement du droit commercial du département du commerce des Etats Unies.
- DAPS : Droit additionnel provisoire de sauvegarde.
- EPE : Entreprises publiques économiques.
- EUIPO : Office de l'union européenne pour la propriété intellectuelle.
- FFF : Fédération française de la franchise.
- FMI : Fond monétaire international.
- GADIT : Groupement d'achat des industries textiles.
- INAPI : Institut national algérien de la propriété industrielle.
- IRPI : Institut de recherche en propriété intellectuelle.
- MEPI: Middel East partnership initiative.
- NMCE : Nouveau modèle de croissance économique.
- OMC : Organisation mondiale de commerce.
- OMPI : Organisation mondiale de la propriété intellectuelle.
- ONS : Office national des statistiques.
- PACIE : Programme d'appui à la compétitivité industrielle et énergétique.
- PAS : Plan d'ajustement structurel.
- PME : Petites et moyennes entreprises.
- PSRE : Programme triennal de soutien à la relance économique.
- SONAC : Société nationale de confection.
- SONITEX : Société nationale des industries textiles.
- STN : Sociétés transnationales.
- SWOT: Strengths weakness opportunities threats.
- TAP : Taxe sur l'activité professionnelle.
- TEXLAG : Algérienne des textiles.
- TEXMACO : Complexe industriel textile.



## **Introduction générale :**

Le phénomène des franchises en Algérie demeure encore difficilement compréhensible. La complexité relève, d'une part, du concept de la franchise lui-même, à savoir la difficulté de la distinguer des autres formes d'implantation ; d'autres part, de la sensibilité du sujet qui demeure encore méconnu dans le contexte algérien, notamment par rapport au vide juridique et l'absence de réglementation qui caractérise la franchise, mais également du fait de sa récente présence en Algérie (apparue timidement au début des années 2000, et prenant des parts considérables sur le marché algérien quelques années plus tard). Ainsi, très peu de travaux ont étudié l'impact de la franchise sur l'économie du pays.

Cette pratique, encore méconnue en Algérie, interpelle aujourd'hui. En témoigne notamment la première conférence initiée en 2007 par le centre d'action et de réflexion « CARE », la banque Africaine de développement « BAD » et la International Finance Corporation « IFC », sur le développement du franchisage en Algérie. Plus tard en 2016, la Chambre Algérienne du Commerce et d'Industrie (CACI) avait organisé un atelier sur les aspects financiers et juridiques de la franchise en Algérie, intitulé "la franchise, un outil pour le développement de l'économie nationale", cet atelier a vu la collaboration avec le Programme de Développement du Droit Commercial (CLDP) du Département du Commerce des Etats-Unis initié par l'Ambassade des Etats-Unis d'Amérique à Alger, dans le cadre de l'Initiative Américaine dite de Partenariat pour la Région du Grand Moyen Orient et l'Afrique du Nord (MEPI). Cette initiative est apparue en réponse à la volonté des pouvoirs publics d'éliminer le marché informel et le phénomène de la contrefaçon, mais également dans le but d'identifier les importations relatives à ce nouveau mode de distribution dans lequel les lois de sécurité et de transparence sont respectées. A l'issue de cette initiative, le Ministère du Commerce a installé en date du 17 novembre 2016 un groupe de travail interministériel (Ministère du Commerce, Ministère des Finances, Ministère de l'Industrie et la Banque d'Algérie) chargé d'engager une réflexion sur l'encadrement de la Franchise, notamment la franchise commerciale et de quelle manière il est possible pour cette dernière de développer la production nationale, suivant un programme de réunions bimensuelles.

C'est ce contexte qui nous a mené à réfléchir sur la question suivante : *comment la franchise peut-elle contribuer au développement économique du pays?*



### Problématique :

Afin de répondre à cette question, il est important de présenter un aperçu sur l'évolution de la franchise dans le monde. Ainsi, bien que son développement soit relativement récent, cette pratique n'est pas nouvelle. Son origine remonte au Moyen Age. Elle représentait à cette époque, l'octroi de liberté, de privilège ou encore d'une autorisation à certaines villes, corps de métier ou personnes, en contrepartie d'une redevance ou d'une fourniture de services<sup>1</sup>.

Au-delà de son origine lointaine, cette pratique telle qu'on la connaît aujourd'hui est apparue au vingtième siècle simultanément aux Etats Unis et en France. Depuis, elle a connu un grand essor et a fait ses preuves dans le monde entier, A titre informatif, la franchise a dégagé en 2017, un chiffre d'affaire de 710 milliards de dollars et a employé environ 8 millions de personnes entre 2007 et 2018 aux Etats Unis<sup>2</sup>. Pareillement en France, cette pratique a dégagé un chiffre d'affaire de 62 milliards d'euros et a cumulé jusqu'en 2018 700 00 emplois<sup>3</sup>.

De nos jours, la franchise représente un mode de développement en réseau, qui permet l'investissement dans tous les domaines liés au monde économique, à savoir, la distribution, les services et la production. A cet effet, plusieurs définitions lui ont été accordées, notamment, par rapport à sa diversité relative à ses secteurs d'activités.

Pour cette recherche, nous retenons particulièrement la définition de Seroude et Cencier (1979), qui est la plus complète à notre sens. Selon ces auteurs, la franchise représente une forme de collaboration économique, juridique et financière entre parties contractantes. C'est également une technique de développement économique et financier utilisée par toute entreprise qui fabrique et/ou commercialise des produits ou des services, hautement diffusés et destinés à une consommation finale, contre des redevances appelées royalties<sup>4</sup>.

Bien que la franchise commerciale, des services ou encore de production soient pratiquées depuis longtemps dans de nombreux pays au monde, cette dernière a longtemps été méconnue

---

<sup>1</sup> Marjorie Benthencourt, « Entreprendre En Franchise », Dunod, paris, 2001, p7.

<sup>2</sup> Statista, Nombre d'employés dans des établissements en franchise aux États-Unis de 2007 à 2018 (en million). <https://fr.statista.com/statistiques/550195/nombre-d-employes-dans-des-etablissements-en-franchise-etats-unis/> . Consulté le 11/12/2020.

<sup>3</sup> Fédération Française De La Franchise « FFF », Le secteur de la franchise confirme sa solidité et son dynamisme ! . <https://www.franchise-fff.com/base-documentaire/send/440-enqueteetudes-franchise/406304-les-chiffres-franchise-2018> . Consulté le 11/12/2020.

<sup>4</sup> Charles Seroude et André Cencier, (1979), le franchising en Europe et en Amérique Du Nord, revue Française de gestion, N°22, p 42-52.

et peu développée en Algérie. Toutefois, depuis une vingtaine d'années maintenant, plusieurs franchises internationales sont présentes en Algérie, notamment les franchises commerciales dans l'habillement et les franchises de service dans la restauration et l'hôtellerie. Quant aux franchises de production, leur nombre est moins significatif et elles exercent en grande majorité dans l'industrie agroalimentaire à l'instar de Coca Cola, Pepsi, Danone, Candia Tchic lait et autres.

Le retard connu par la franchise en Algérie s'explique d'une part, par la transition brusque d'une économie administrée vers une économie de marché, empêchant les opérateurs économiques d'être préparés pour une mise en œuvre des règles régissant l'économie libérale ; d'autre part, par le manque de vulgarisation du concept et de ses avantages tant pour le secteur commercial que pour le secteur productif. Les opérateurs économiques se sont alors orientés, vers des activités d'importation classique destinées à la revente en l'état au détriment des importations en franchise qui permettent une meilleure traçabilité des transferts de capitaux vers l'étranger, mais également des activités de production, puisque la franchise peut permettre dans le cadre des franchises de production l'approvisionnement du marché national par une production locale de produits préalablement importés, avec le respect des normes relatives à chaque franchise <sup>5</sup>.

Notre problématique de recherche s'articule de ce fait autour de la question suivante :

***- Comment la franchise peut-elle contribuer au développement de la production nationale substitutive aux importations, notamment dans le secteur textile et habillement ?***

Hypothèses :

Pour répondre à ces questions nous posons les hypothèses suivantes ;

H1 : La présence des franchises internationales stimule la production nationale notamment après les restrictions relatives aux produits finis pouvant être fabriqués localement.

H2 : La relance de l'industrie textile et habillement dépend des alliances avec des partenaires étrangers.

---

<sup>5</sup> Ait Abderrahmane Abdelaziz (Directeur Général De La Régulation Et De L'organisation Des Activités), « La Franchise En Algérie, Mesures Préconisées Et Perspectives », communication présentée lors de la formation sur la franchise à l'occasion du Franchise Expo Paris du 17-19 MARS 2017.

Pour vérifier ces hypothèses et répondre à la question centrale nous suivons un raisonnement inductif fondé sur l'observation des faits réel, préconisé par la démarche exploratoire et descriptive. En ce sens, nous posons les questions secondaires suivantes dont chacune sera traitée dans un chapitre distinct comme suit :

- *Le choix de la franchise comme moyen efficace pour promouvoir l'investissement est-il transitoire ?*

De ce fait, nous allons aborder dans le premier chapitre l'évolution de la franchise dans le monde, notamment après avoir fait ses preuves aux Etats Unis et en France (leader de cette pratique). Cette dernière s'est développée dans toutes les régions du monde, notamment au Maghreb dans les années 1990. Ensuite, nous présenterons les fondements théoriques relatifs à la franchise. En effet, plusieurs courants théoriques ont tenté d'apporter des explications à cette pratique, notamment la théorie des coûts de transaction et la théorie de l'agence. Ces deux courants théoriques se sont basés sur la logique de la minimisation des coûts de surveillance, contrôle et des coûts de transaction tout en contrôlant le comportement des agents économiques dans un réseau. Les partisans de l'explication financière notamment à travers la théorie de la rareté des ressources ont également tenté d'expliquer le choix de la franchise comme moyen efficace d'investissement. Ces théories sont particulièrement fondées sur les aspects financiers et sont considérées comme traditionnelles. D'autres courants théoriques ont contribué également aux explications de la franchise, à savoir, la théorie des capacités dynamiques, la théorie de la dépendance des ressources, la théorie du signal, la théorie classique du capital, la théorie d'internationalisation et la théorie de la contingence.

- *la volonté de l'Etat est-elle en faveur de la production substitutive aux importations de produits manufacturés?*

Nous répondrons à cette question au cours du deuxième chapitre. Pour ce faire il est important de donner un aperçu historique sur l'évolution des importations au détriment de la production nationale. Ainsi, depuis son indépendance en 1962, l'Algérie a opté d'une part, pour une politique commerciale favorisant la protection de son économie, à travers un monopole de l'Etat sur le commerce extérieur et le système financier qui s'est caractérisé par la limitation des importations ; D'autre part, durant cette même époque une priorité avait été accordée à la mise en place d'une base industrielle diversifiée, pour laquelle la production

était uniquement destinée au marché intérieur. Ensuite c'est en 1994, que l'Algérie a connu une ouverture de son économie sous la contrainte des institutions internationales. Cette ouverture a conduit à une croissance des importations et une décroissance de la production nationale notamment pour les produits manufacturés. Cette situation de non maîtrise de l'ouverture avait conduit à un transfert important des capitaux vers l'étranger, et un recul de la production nationale. A cet effet, l'Algérie a opté une seconde fois pour la mise en place de nouvelles mesures protectionnistes prévues par la loi de finance 2015 et 2016 afin de remédier au déficit enregistré par la balance de paiement en 2015, et de soutenir la production nationale.

*- Dans quelles mesures, l'adoption d'un mode de collaboration avec l'étranger contribuera à la croissance de la production nationale dans le secteur textile et habillement?*

Dans ce chapitre nous allons tout d'abord présenter les opportunités et les contraintes de la franchise en Algérie, notamment les franchises exerçant dans le secteur du textile et habillement qui s'apparentent à des opérations d'importation classique pour la revente en l'état. Ces dernières ont connu d'importantes évolutions liées d'une part, aux changements des habitudes du consommateur algérien par rapport à la globalisation des échanges. Et d'autre part, aux nouveaux dispositifs législatifs, concernant la législation internationale en prévision des négociations d'adhésion à l'organisation mondiale de commerce. Ensuite, nous analyserons l'impact et l'évolution des importations en textile et habillement par rapport à la production nationale qui avait connu une importante décroissance depuis plus de vingt ans. Raison pour laquelle, de nouvelles mesures ont été prises afin de remédier à la situation et à relancer encore une fois l'industrie textile et habillement, notamment par la signature d'accord de collaboration algéro-turc.

Pour la réalisation de cette recherche, nous avons décidé de limiter cette étude au seul cas du secteur textile et habillement, durant la période qui s'étale entre 2001 et 2018. Le choix de cette période est pertinent, puisqu'il correspond, d'une part, à la période où le secteur textile et habillement en Algérie a connu un envahissement des importations notamment à travers les franchises internationales. D'autre part, durant cette période l'Etat algérien a instauré plusieurs mesures de soutien et d'encouragement au profit de la production nationale dans le

secteur textile et habillement, notamment à travers une collaboration avec un partenaire turc en 2013. Par la suite, des mesures ont été prises ( les lois de finance de 2015 et 2016) pour le soutien de la production nationale et la mise en place de restrictions relatives aux importations de produits pouvant être produits localement.

Enfin et en conclusion nous répondrons à notre question de départ, en analysant la concordance des résultats obtenus avec les hypothèses proposées.

### Méthodologie de recherche :

- Le cadre théorique : une recherche bibliographique et documentaire a été effectuée ce qui nous a permis de réaliser une banque de données en rapport avec notre thématique, notamment par rapport à l'analyse de l'évolution de la franchise dans le monde comme étant une forme intéressante pour l'investissement (dans la production, la distribution ou encore les services). Cette prise de position sera également appuyée par des explications théoriques.

Notre recherche bibliographique et documentaire nous permettra d'analyser d'une part, l'évolution des importations ; D'autre part, elle nous permettra de déterminer les mesures prises par l'Etat en vue d'encourager la production substitutive aux importations.

- L'étude de cas : afin de répondre à notre question principale et de vérifier nos hypothèses, nous avons utilisé pour collecter les informations qui nous ont été nécessaires dans notre recherche plusieurs données statistiques émanant des institutions suivantes (la Banque d'Algérie, Office National des Statistiques « ONS », Centre national de l'Informatique et des Statistiques « CNIS », Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire « JORADP »).

- Nous avons également eu recours à une démarche d'investigation qui s'appuie sur une approche qualitative basée sur un ensemble d'entretiens auprès des représentants :

- De plusieurs institutions et organismes de l'Etat notamment l'institut national algérien de la propriété industrielle « INAPI », l'agence nationale de développement de l'investissement « ANDI », direction des douanes, ministère du commerce, ministère de l'industrie et des mines, chambre de commerce et d'industrie « CCI », et le cercle d'action et de réflexion pour l'entreprise « CARE ».

- De plusieurs franchises de distribution dans le secteur textile et habillement et des franchises de production dans le secteur agroalimentaire.

- Du complexe des textiles algéro-turc TAYAL.



# **Chapitre 1 : Revue de la littérature sur la franchise**

## **Introduction :**

La franchise n'est pas une pratique nouvelle, même si son développement est récent. Le rappel de l'historique le mettra en évidence. Son origine remonte au Moyen Age. À cette époque, la franchise représentait l'octroi d'une autorisation accordée par les seigneurs à des corps de métier ou personnes, leur abandonnant ainsi une partie des droits qu'ils avaient sur eux en contrepartie d'une redevance ou de la fourniture de services.

C'est sous l'appellation de franchising, qui apparaît comme anglicisme, que cette dernière trouve son origine étymologique. Toutefois, cette pratique telle qu'on la connaît aujourd'hui, est née simultanément aux Etats-Unis et en France après la Seconde Guerre Mondiale.

Aujourd'hui, la franchise est perçue comme une alternative intéressante à l'investissement direct. Elle consiste pour une entreprise (franchiseur) à faire le choix de confier son expérience, ses connaissances, son savoir-faire et un droit d'usage à des partenaires (locaux ou étrangers appelés franchisés) qui se chargent de les réitérer. Ainsi, c'est une méthode de développement économique et financier basée principalement sur la production et/ou la commercialisation d'un produit ou d'un service destiné à une consommation finale. La franchise occupe également un rôle important dans la création des petites et moyennes entreprises.

Etant donné les nombreux avantages qu'offre cette pratique pour les activités de distribution, de production mais également de service, la franchise a été adoptée et a fait ses preuves dans plusieurs pays dans le monde.

Ainsi, nous allons présenter, au cours de ce chapitre, une revue de la littérature sur l'évolution de la franchise dans le monde. Nous expliquerons également la différence et la similitude entre la franchise et les autres formes d'investissement, notamment la licence, la concession, la joint-venture, commission-affiliation ou encore la sous-traitance.

Ensuite, nous allons présenter quelques courants théoriques qui ont contribué à apporter des explications quant au choix du recours à la franchise, notamment par la théorie de la rareté des ressources, la théorie des coûts de transaction et la théorie de l'agence.



## **Section 1 : L'investissement en franchise**

### **1- Positionnement de la franchise :**

La franchise représente l'une des formes d'investissement direct les plus utilisées dans le monde depuis les années 1970, néanmoins son développement diffère d'un pays à un autre. Cette pratique est essentiellement basée sur le principe de « faire-faire » consistant à réitérer localement ou à l'étranger une activité ayant préalablement connue un succès.

Bien que la franchise soit généralement utilisée dans les activités de distribution et de prestation de services, toutefois, elle peut également être utilisée dans les activités de production notamment dans l'agroalimentaire, le textile, etc.

### **1-1 La franchise dans le monde :**

La franchise est un phénomène qui est fortement répandu dans plusieurs régions du monde, et touche pratiquement tous les secteurs d'activité notamment la production, la distribution ou encore les services. Les Etats Unis et la France étaient les premiers à avoir adopté ce concept comme moyen de développement à l'international. Ceci a fait d'eux des leaders de la franchise. Cette pratique a connu, par la suite, un essor important en Europe, en Asie, en Amérique de Sud, ainsi qu'en Afrique du Nord, et notamment dans les pays du Maghreb.

De ce fait, nous jugeons nécessaire, dans cette recherche, de donner un aperçu de cette pratique dans les régions citées ci-dessus.

#### **1-1-1 La franchise aux Etats Unis :**

Au-delà de son origine étymologique française, et selon certains auteurs tels que Kahn (2009)<sup>6</sup>, Béthencourt (2001)<sup>7</sup> et Leloup (2000)<sup>8</sup>, le contrat de franchising est né aux Etats-Unis. Ainsi la franchise, est liée à une pratique américaine.

Dans les années 20, F. Woolworth invente les magasins populaires Monoprix et Uniprix, et s'appuie sur la franchise pour accélérer le développement de son réseau. Puis, en 1929, apparut la loi « Anti Trust » qui avait pour objectif d'interdire aux constructeurs la

---

<sup>6</sup> Kahn Michel, « franchise et partenariat », 5<sup>ème</sup> Edition Dunod, 2009, p4.

<sup>7</sup> Béthencourt Marjorie., « entreprendre en franchise », Dunod, paris, 2001, p7.

<sup>8</sup> Leloup Jean-Marie, « la franchise droit et pratique », 3<sup>ème</sup> édition delmas, 2000.p15.

maitrise de la distribution aux clients et aux utilisateurs. Ceci a poussé Alfred Sloan, président de Général Motors, à réagir. Ainsi, le premier contrat de franchise est né.

Après la seconde guerre mondiale, cette pratique, qui avait fait ses preuves dans le domaine de la vente de voitures notamment en ce qui concerne General Motors et Ford, s'est vue adoptée par d'autres secteurs, tels que la restauration rapide ( Kentucky Fried Chicken), l'hôtellerie (Holliday Inn), les services (Hertz) et l'industrie alimentaire (Coca Cola).

En 1951, la franchise a connu un nouvel essor, grâce à Isaac Singer, qui a confié à des revendeurs le droit de distribuer ses machines à coudre sur un territoire donné, en contrepartie d'un versement ou d'une redevance.

Depuis son apparition dans les années 20, la franchise n'a cessé de se développer aux Etats Unis. De nombreuses études se sont ainsi intéressées à ce concept. Selon Preble et Hoffman (1994), la vente de franchise a augmenté d'environ 94%, entre 1983 et 1993<sup>9</sup>. Shane et Spell (1998) rejoignent cette estimation, et considèrent que le franchisage était devenu le mode d'entreprise dominant dans le commerce de détail aux Etats Unis<sup>10</sup>. Dans la même période, le département américain de commerce estime qu'entre 1986 et 1989 la franchise a contribué à plus d'un tiers des ventes en détail, ce qui représentait 13,4% du PIB<sup>11</sup>.

Au vu de l'importance qu'évoquait la franchise aux Etats Unis durant la période allant des années 1990 à 2000, Peterson et Dant (1990) ont estimé que la contribution de la franchise dans le commerce en détail allait atteindre les 50% en l'an 2000<sup>12</sup>. Pour sa part, Swartz (2001) rejoint cette estimation et considère que la franchise américaine génère un chiffre d'affaires brut de 800 milliards de dollars et représente 40% du commerce de détail<sup>13</sup>.

Une étude, réalisée par US Census Bureau, rapporte que la franchise avait joué un rôle important dans le soutien de l'économie américaine, pendant la crise de 2007<sup>14</sup>. David French (vice-président des Relations gouvernementales, l'Association Internationale de la Franchise),

---

<sup>9</sup>Preble et Hoffman, 1994. Cité dans Welsh Dianne, Alon Ilan et Falbe Cecilia, « An examination of international retail franchising in emerging markets». *Journal of small business management*, 44, janvier 2006. Pages 130-149.

<sup>10</sup>Shane Scott et Spell Chester. "Factors for new franchise success". *Sloan management review*, N° 39, avril 1998, pages 43-50.

<sup>11</sup>Departement américain de commerce (US Department Of Commerce DOC, 1988). Cité dans Lafontaine Francine et Oxley Joanne. "International franchising : Evidence from US and Canadian Franchisors in Mexico". Working Paper, N° 8179. Mars 2001.

<sup>12</sup>Peterson Alan et Dant Rajiv.P. (1990). « Perceived advantages of the franchise option from the franchisee Perspective : Empirical insights from a service franchise". *Journal of Small Business Management*, Vol 28, N° 3, pages 46-61.

<sup>13</sup> Swartz, Leonard, (2001). "Franchising Successfully Circles the Globe," cité dans Welsh Dianne et Alon Ilan "International franchising in emerging markets: Central and Eastern Europe and Latin America". Chicago, Ill. CCH, Inc., pages 43-61.

<sup>14</sup>Economic Census Franchise Report. Publié en septembre 2010, est le premier rapport complet de ce type, publié par le gouvernement. <https://www.census.gov> consulté le 10/11/2018.

rajoute que les franchises (de production, de distribution et celles des services) représentent l'un des principaux moteurs de la création d'emplois.

Selon les chiffres rapportés par International Franchise Association (IFA), Franchise Education and Research Foundation (FERF), IHS Economics (janvier 2015) et IHS Market Economics (janvier 2018), les perspectives économiques des entreprises de franchise aux Etats Unis, depuis 2007 à 2018, sont représentées dans le tableau ci-dessous:

**Tableau 1 : perspectives économiques des entreprises de franchise aux Etats Unis (2007-2018) :**

| Années | Etablissements de franchises | Emplois ('000) | PIB (milliard de dollars) |
|--------|------------------------------|----------------|---------------------------|
| 2007   | 770 835                      | 7 994          | 403                       |
| 2008   | 774 016                      | 8 028          | 410                       |
| 2009   | 746 646                      | 7 800          | 405                       |
| 2010   | 740 098                      | 7 780          | 415                       |
| 2011   | 736 114                      | 7 940          | 434                       |
| 2012   | 747 359                      | 8 127          | 453                       |
| 2013   | 757 857                      | 8 334          | 473                       |
| 2014   | 769 683                      | 8 569          | 495                       |
| 2015   | 781 794                      | 8 816          | 521                       |
| 2016   | 735 847                      | 7 756          | 406                       |
| 2017   | 748 752                      | 7 975          | 427                       |
| 2018   | 760 476                      | 8 207          | 452                       |

*Source:* "Franchise Business Economic Outlook for 2015"<sup>15</sup> et "Franchise Business Economic Outlook for 2018"<sup>16</sup>.

<sup>15</sup>Franchise Business Economic Outlook for 2015.

<http://www.franchisefacts.org/assets/files/FranchiseBizOutlook2015.pdf> consulté le 20/11/2018.

<sup>16</sup> Franchise Business Economic Outlook for 2018.

[https://franchiseeconomy.com/files/Franchise\\_Business\\_Outlook\\_Jan\\_2018.pdf](https://franchiseeconomy.com/files/Franchise_Business_Outlook_Jan_2018.pdf) . Consulté le 20/11/2018.

Le tableau présente une première période allant de 2007 à 2010, qui a été marquée par un ralentissement dans plusieurs secteurs économiques, aux Etats Unis, dont la franchise. Toutefois, ce retard, qu'a connu la franchise, est considéré comme étant peu significatif comparé à d'autres secteurs d'activités. En outre, la période qui suit la franchise a connu une évolution. Selon le rapport de prévision de l'IFA et IHS Markit <sup>17</sup>:

- le nombre d'établissements franchisés a atteint 760 476 soit 1,9% en 2018.
- Une augmentation de 3.7% en 2018 a été enregistrée concernant l'emploi dans les franchises.
- Le produit intérieur brut (PIB) du secteur des franchises augmentera de 6,1% pour atteindre 452 milliards de dollars en 2018. Cela dépassera la croissance du PIB américain en dollars nominaux, qui devrait atteindre 4,7%. Le secteur de la franchise contribue à environ 3% du PIB américain en dollars nominaux en 2018.

Par l'importance que la franchise tient dans l'économie nationale américaine, les Etats Unis devient le pays leader de la franchise mondiale.

### **1-1-2 La franchise en France :**

La franchise d'aujourd'hui est apparue en France à partir des années 1970. Toutefois, selon Bethencourt (2001), ce phénomène a connu quelques expériences auparavant. En 1911, il y eut l'école Pigier à Alexandrie, ensuite Lanière de Roubaix, durant les années 1930, et enfin, l'enseigne (Phildar) en 1948<sup>18</sup>.

Malgré ces quelques initiatives, la franchise n'a pu se développer en France qu'à partir des années 1970. Dès lors, cinq grandes périodes ont marqué son développement comme suite<sup>19</sup> :

- (1970-1971) période de pré-franchise.
- (1971-1977) période de développement.
- (1977-1989) période de maturité.
- (1989-1993) période d'assainissement.
- A partir de 1994 la franchise a connu un nouvel essor.

---

<sup>17</sup>[https://franchiseeconomy.com/files/Franchise\\_Business\\_Outlook\\_Jan\\_2018.pdf](https://franchiseeconomy.com/files/Franchise_Business_Outlook_Jan_2018.pdf) consulté le 20/11/2018.

<sup>18</sup>Bethencourt Marjorie, *Entreprendre en franchise*, Dunod paris, 2001, n°7097.page9.

<sup>19</sup>Kahn Michel, *Franchise et partenariat*, Dunod 5<sup>ème</sup> édition, 2009, page 5.

L'explication du concept de la franchise était l'objectif de nombreux travaux académiques. Allix-Desfautaux, (1998) traite la question du choix de la franchise comme mode de développement des entreprises<sup>20</sup>. Chaudey et Fadairo (2007) ont traité l'explication en termes d'agence des restrictions verticales aux données empiriques caractérisant les réseaux de franchises en France<sup>21</sup>. Nègre (2008) a tenté d'évaluer un système de franchise à travers la compréhension approfondie des fondements économiques et managériaux qui sous-tendent son fonctionnement<sup>22</sup>.

---

<sup>20</sup> Allix-Desfautaux Catherine, « *Le Choix De La Franchise* », Revue Française De Gestion, Mars-Avril-Mai 1998. Pages 59-65.

<sup>21</sup> Chaudey Magali et Fadairo Muriel, « *Réputation Des Réseaux De Franchise Et Restrictions Verticales* », Revue Economique, Vol 58, N°4, juillet 2007. Pages 891-914.

<sup>22</sup> Nègre Claude, « *Evaluer Un Système De Franchise* », Revue Française De Gestion, Vol 34, N°181, Février 2008. Pages 41-62.

**Tableau 2 : Evolution de la Franchise en France entre 1971 à 2018 :**

| Années | Nombre de franchise en France |
|--------|-------------------------------|
| 1971   | 34                            |
| 1977   | 108                           |
| 1991   | 550                           |
| 1992   | 430                           |
| 1993   | 400                           |
| 1994   | 450                           |
| 1995   | 470                           |
| 1996   | 485                           |
| 1997   | 517                           |
| 1998   | 530                           |
| 1999   | 553                           |
| 2000   | 571                           |
| 2001   | 653                           |
| 2002   | 719                           |
| 2003   | 765                           |
| 2004   | 835                           |
| 2005   | 929                           |
| 2006   | 1037                          |
| 2007   | 1141                          |
| 2008   | 1234                          |
| 2009   | 1369                          |
| 2010   | 1472                          |
| 2011   | 1569                          |
| 2012   | 1658                          |
| 2013   | 1719                          |
| 2014   | 1796                          |
| 2015   | 1834                          |
| 2016   | 1900                          |
| 2017   | 1976                          |
| 2018   | 2004                          |

*Source : Observatoire de la franchise<sup>23</sup>, la Fédération Française de la Franchise<sup>24</sup> et la Fédération Française de la Franchise « les chiffres de 2018 »<sup>25</sup>.*

<sup>23</sup> Observatoire de la franchise. <http://www.observatoiredefranchise.fr/statistiques/chiffres-cles.htm> consulté le 20/11/2018.

### 1-1-3 La franchise en Europe :

En Europe, le terme «franchise» remonte aux 13ème et 14ème siècles<sup>26</sup>. Mais telle qu'on la connaît aujourd'hui, la franchise est apparue tout d'abord en France. Plus tard, d'autres pays Européens tels les états membres de l'Union Européenne, le Royaume Uni et la Turquie l'ont adopté, au vu de son important impact sur leurs économies.

En Union Européenne<sup>27</sup>, selon le rapport de la « Deutsche Bank » et la FFF « Fédération Française de Franchise », la franchise contribue de manière substantielle au PIB d'un certain nombre d'états membres.

En Europe, plusieurs travaux ont été réalisés dans le cadre de la franchise. Ainsi seulement quelques-uns d'entre eux sont cités en exemple. Sanghavi (1997) évoque l'importance de l'utilisation de la franchise comme outil de développement des PME dans les économies en développement et plus particulièrement dans les pays d'Europe centrale<sup>28</sup>. Alon et Banai (2000), dans leur article «Opportunités de franchisage et menaces en Russie», présentent un historique du développement des franchises en Russie ainsi qu'un aperçu actuel et futur des perspectives de développement de cette dernière dans le pays<sup>29</sup>. Chanut et Poirel (2012) ont évoqués le rôle des organisations en réseaux « les réseaux de franchise » à faire face à la crise<sup>30</sup>. Majocchi et Pavione, (2002), à travers leur article intitulé « Franchisage International En Italie: Tendances Et Perspectives », ont essayé de présenter un cadre complet de la franchise italienne et d'analyser son rôle, ses caractéristiques structurelles, ses tendances et son développement dans le contexte du marché européen<sup>31</sup>.

---

<sup>24</sup> Fédération Française de la Franchise, <http://www.franchise-fff.com/franchise/chiffres-cles/les-chiffres-cles-en-france.html>. Consulté le 20/11/2018.

<sup>25</sup> Fédération Française de la Franchise « les chiffres de 2018 », <https://www.franchise-fff.com/base-documentaire/send/440-enqueteetudes-franchise/406304-les-chiffres-franchise-2018> . Consulté le 10/12/2020.

<sup>26</sup> EFF « European Franchise Federation », <http://www.eff-franchise.com>. Consulté le 22/11/2018.

<sup>27</sup> Une association politico-économique sui generis de 28 États européens (le 29 mars 2019, le nombre sera de 27 états membres suite à la sortie effective du Royaume Unis). UE est la deuxième puissance économique mondiale en termes de PIB nominal derrière les États-Unis.

<sup>28</sup> Sanghavi Nitin,, (1997). “*Franchising as a Tool for SME Development in Transitional Economies: The Case of Central European Countries*” cité dans Alon Ilan et Welsh Dianne, “*Global Franchising In Emerging And Transitioning Economies*”. International Journal Of Business And Economics, Juillet 2002. Pages 332-343.

<sup>29</sup> Alon Ilan et Banai Moshe. “*Executive Insights: Franchising opportunities and threats in Russia*”. Journal Of International Marketing, Vol 8, N° 3, septembre 2000. Pages 104-119.

<sup>30</sup> Chanut Odile et Poirel Carole, « *Quand Les Organisations En Réseau Réagissent Collectivement Face A La Crise* », Revue Française De Gestion, Vol 38, N°223, Avril 2012. Pages 105-122.

<sup>31</sup> Majocchi Antonio et Pavione Enrica, “ *International Franchising In Italy: Trends And Perspectives*”. Economie Et Méthodes Quantitatives, Département d'économie de l'Université d'Insubria, Septembre 2002.

Néanmoins, une comparaison avec le niveau d'activité de franchisage aux Etats Unis et en Australie, dans les années 2000, suggère que ce phénomène se développe de façon disproportionnée en UE. La mixité des facteurs économiques, culturels et historiques de chaque état membre, d'une part, et l'environnement réglementaire<sup>32</sup>, d'autre part, peuvent expliquer le ralentissement du développement de la franchise en UE.

En 2016, la Commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs a présenté au Parlement Européen (2014-2019) un rapport incitant à un environnement réglementaire uniforme dans les états membres, ce qui contribuerait à faciliter et à encourager la croissance de la franchise dans l'UE. Le rapport évoque les points qui suivent <sup>33</sup>:

- Le franchisage pourrait être un modèle économique contribuant à la réalisation du marché unique dans le secteur de la vente au détail, mais il ne réalise pas actuellement son plein potentiel dans l'Union européenne, où il ne représente que 1,89 % du PIB, contre 5,95 % aux États-Unis et 10,83 % en Australie, et où 83,5 % du chiffre d'affaires du franchisage est concentré dans seulement sept États membres;

- La législation en vigueur sur le franchisage en tant que modèle économique varie considérablement d'un État membre à l'autre et que les franchisés peuvent choisir de ne pas faire partie de réseaux de franchisage transfrontaliers du fait qu'ils ne sont pas familiarisés avec les autres systèmes juridiques et qu'ils peuvent ne pas être protégés contre les pratiques commerciales déloyales ;

- estime que, pour l'achèvement du marché intérieur dans le secteur du commerce de détail, le franchisage peut jouer un rôle important, pour autant qu'une protection efficace des franchiseurs et des franchisés soit assurée contre les pratiques commerciales déloyales dans l'ensemble de l'Union.

En plus de son essor dans les pays membre de l'UE, la franchise s'est également développée en Turquie depuis sa première apparition en 1991, et dans plusieurs pays d'Europe de l'Est.

---

<sup>32</sup>Les différentes approches en matière de réglementation du commerce que l'on retrouve dans les législations des États membres de l'UE nuisent au fonctionnement du marché unique et réduisent considérablement sa capacité à stimuler les échanges entre États membres en améliorant la distribution des biens et la fourniture de services au sein du marché unique. Council Directive (EC) (Directive du Conseil (CE) 86/609 sur la coordination des lois des états membres relatives aux agents commerciaux indépendants), [2004].

<sup>33</sup>Projet de rapport sur le fonctionnement du franchisage dans le secteur du commerce de détail (2016/2244(INI)). « Commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs », 09/01/2017, parlement européen (2014-2019).



#### 1-1-4 La franchise en Asie :

Après avoir fait ses preuves aux Etats Unis, en France et dans plusieurs pays européens, la franchise a atteint sa phase de maturité dans ces marchés<sup>34</sup>. Le marché asiatique représentait un marché potentiel au développement de cette pratique.

A partir des années 1970, la franchise a fait quelques apparitions timides en Asie, notamment à travers les franchises de service, telle la chaîne américaine de restauration rapide McDonald's, à Hong Kong, en 1975, qui représentait l'une des premières tentatives d'implantation en franchise.

Ensuite, c'est dans les années 1990 que de nombreuses recherches ont été consacrées au concept de la franchise en Asie. En 1994, English et Xau ont étudié le franchisage en Chine de deux franchises américaines : le Kentucky Fried Chicken (KFC) et McDonald's<sup>35</sup>. En 1995, McCosker a présenté un sondage sur les franchises étrangères désireuses de pénétrer les marchés asiatiques de Singapour, de la Malaisie, de Hong Kong et de l'Indonésie<sup>36</sup>. En 1995, Paswan et Dant ont publié une étude exploratoire sur le franchisage en Inde, et sa signification sur les marchés américains par rapport aux marchés indiens<sup>37</sup>. En 1996, Welsh, Raven et Al Bisher ont publié une étude concernant la franchise de distribution de pièces de rechanges de Mercedes-Benz au Koweït<sup>38</sup>.

Selon Alon et Welsh (2001), l'Asie représentait une destination phare de la franchise durant la première décennie du 21<sup>e</sup> siècle. Plusieurs enseignes mondiales ont préparé une stratégie d'entrée sur les marchés asiatiques, considérés comme étant «des marchés vierges

---

<sup>34</sup>Stanworth John., Price Stuart et Purdy David. "Franchising as a Source of Technology Transfer to Developing Economies", Proceedings of the 15th International Society Of Franchising Annual Conference, Lasvegas, Nevada, 2001.

<sup>35</sup>English et Xau (1994) cité dans WelshDianne, Alon Ilan et Falbe Cecilia. "An examination of international retail franchising in emerging markets". Journal of Small Business Management, N°44. Janvier 2006. pages 130-149.

<sup>36</sup>McCosker Colin. "Franchising into Asia: An Overview of Selected Target Markets," Actes de la Société Internationale de Franchising. Minneapolis, Min.: Institut de gestion des franchises de l'Université de Saint-Thomas. 1996.

<sup>37</sup>Paswan Audhesh et Dant Rajiv (1995). Cité dans Welsh Dianne, Alon Ilan et Falbe Cecilia. "An examination of international retail franchising in emerging markets". Journal of small business management, N°44. Janvier 2006. pages 130-149.

<sup>38</sup>Welsh, Raven et Al Bisher (1996), Cité dans WelshDianne, Alon Ilan et Falbe Cecilia. "An examination of international retail franchising in emerging markets". Journal of small business management, N°44. Janvier 2006, pages 130-149.

pour le développement en franchise »<sup>39</sup>, notamment dans les nouveaux pays industrialisés et les pays en voie de développement.

Actuellement, ce concept se multiplie et prend plus de place dans les marchés asiatiques. Notamment, grâce à la volonté de certains gouvernements d'encourager le développement en franchise, en termes de financement et d'organisation. Par exemple, le gouvernement malais a adopté un plan de développement en franchise. De plus le gouvernement singapourien a mis en place une politique pour encourager des milliers de commerçants dans la transformation de leurs magasins en franchise<sup>40</sup>.

### **1-1-5 La franchise en Amérique du Sud :**

La franchise est apparue pour la première fois en Amérique du sud au Brésil dans les 1960. Toutefois, elle ne s'y est développée de manière significative qu'à partir des années 80.

Ce phénomène est apparu au Brésil pour la première fois, dans les années 1960. Ensuite il a connu deux phases de développement : la première était à partir des années 1980, puis en 1994, le Brésil a légiféré le franchisage suivant la loi du 15 décembre 1994 relative au contrat de franchise, « *Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (franchising) e dá outras providências* »<sup>41</sup>, ce qui a donné naissance à la seconde phase de développement de ce phénomène, à partir des années 2000. En 2016, l'European Franchise Federation (EFF)<sup>42</sup> a estimé que plus de 14 000 réseaux de franchises se développaient dans le monde, dont 2 426 au Brésil. De ce fait, la franchise représente un secteur important dans le commerce du pays. Plusieurs travaux ont été réalisés dans le cadre du franchisage. Josias et McIntyre ont publié le premier article sur le franchisage au Brésil en 1995. En 2001, McIntyre a décrit l'histoire de la franchise au Brésil ainsi que les perspectives du pays pour le futur marché de la franchise. Il

---

<sup>39</sup> Alon Ilan., Welsh Dianne., "International franchising in emerging market: China, India and Other Asian countries CCH", Chicago, 2001.

<sup>40</sup> Nguyen Minh-Ngoc et Cliquet Gérard, « La franchise, une méthode d'implantation dans le commerce de détail : le cas du Vietnam », Revue francophone de gestion, 2004, pages 1-18.

<sup>41</sup> La loi du 15 décembre 1994 relative au contrat de franchise, impose au franchiseur de fournir au candidat franchisé un document d'information précontractuelle contenant : des informations relatives au franchiseur et aux entreprises qui lui sont liées (nom ou raison sociale, nom commercial, adresse, bref historique) ; une description des services fournis au franchisé ; une description du statut des marques et brevets auprès de l'Institut national de la propriété industrielle ; une description des obligations post-contractuelles du franchisé relativement au savoir-faire et à la concurrence, ainsi que les bilans et comptes relatifs aux deux dernières années.

<sup>42</sup> European Franchise Federation (EFF), <http://www.eff-franchise.com/130/franchise-data.html> consulté le 10/11/2018.

a également fourni une mise à jour sur ce qui représentait le troisième plus grand marché de franchisage au monde après le Canada et les Etats Unis, à cette même époque<sup>43</sup>.

Depuis son apparition au Mexique au milieu des années 1980, la franchise n'a cessé de se développer. En 1991 sont apparues les premières dispositions concernant directement le domaine de la franchise<sup>44</sup>. Ensuite dans les années 2000, plusieurs travaux concernant le franchisage sont apparus.

Teegan (2001) a examiné l'expansion de la franchise à l'étranger et son entrée sur le marché mexicain<sup>45</sup>. Welsh (2001) a mis à jour une étude menée par Falbe et Welsh, en 1988, et qui était la première à examiner l'incidence de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) sur la perception du franchiseur, des caractéristiques associées au succès et à l'échec du franchisé au Canada, Mexique et les États-Unis<sup>46</sup>.

En 2007, la franchise a contribué à environ 5% du PIB ce qui a permis au pays de se hisser au 11<sup>ème</sup> rang du classement mondial des réseaux de franchise<sup>47</sup>. Actuellement, ce concept continue à se développer au Mexique.

En Argentine, la franchise a débuté à la fin des années 1980, et a connu une croissance constante jusqu'aux années 2000. En 2011, la contribution de cette pratique était estimée à 2% du PIB. 90% des franchises présentes dans le pays et contribuant à ce taux sont nationales.

Bien qu'il n'existe pas de réglementation spécifique à la franchise, un projet de loi est prévu pour réguler cette pratique et a été proposé à l'Assemblée Nationale en Argentine<sup>48</sup>.

---

<sup>43</sup> Josias, Allen et Faye McIntyre (1995). "Franchising in Brazil," Proceedings of the International Society of Franchising. Cité dans Welsh Dianne et Alon Ilan, "International Franchising And Other Forms Of Entrepreneurship", 2ème édition Kandall Hunt Publishing, 2015.

<sup>44</sup> L'article 142 de la Loi de protection de la propriété industrielle « Law of Industrial Property (LIP) » du 27 juin 1991 contient les principales dispositions relatives à la définition d'une franchise (1), le contenu de l'information pré-contractuelle que le franchiseur doit fournir au franchisé (2), ainsi que des dispositions s'appliquant au contrat de franchise en lui-même (3).

<sup>45</sup> Teegan, Hildy (2001), cité dans Welsh Dianne et Alon Ilan "in International Franchising in Emerging Markets: Central and Eastern Europe and Latin America". Chicago, 2001.

<sup>46</sup> Welsh Dianne (2001), cité dans Welsh Dianne, Alon Ilan et Falbe Cecilia, "An examination of international retail franchising in emerging markets". Journal of Small Business Management, N°44, janvier 2006. Pages 130-149.

<sup>47</sup> Menguy Gilles, « *La Franchise Au Mexique* », Avocat & Solicitor, GM Avocats, juin 2008.

<sup>48</sup> Menguy Gilles, « *La Franchise en Argentine* », Avocat & Solicitor, GM Avocat, octobre 2011.

### 1-1-6 La franchise au Maghreb :

Le concept de la franchise s'est développé au Maghreb dans les années 1990, mais quelques expériences sont apparues bien avant cette période. En 1933, la première franchise est apparue en Tunisie, ensuite en 1962, est apparue la première franchise au Maroc. En Algérie, c'est dans les années 1990 que la première franchise est apparue. Toutefois, l'intégration du franchisage dans ces marchés est considérée comme étant tardive comparée à son apparition en Europe centrale, en Europe de l'est, en Asie et en Amérique du sud.

Actuellement, la franchise s'exerce dans plusieurs secteurs d'activités au Maghreb, tels que la restauration rapide, l'hôtellerie, l'habillement, le bien-être, l'industrie etc., dans le but de répondre aux exigences du consommateur, qui sont constamment en évolution. Les principales franchises existantes dans ces pays sont d'origine européenne (Française pour la plupart, mais aussi Espagnole, Belge, Suisse), au vu de la proximité géographique et de l'influence culturelle qu'ils ont sur le consommateur maghrébin. Néanmoins, il existe quelques franchises d'origine américaine ou canadienne qui s'installent de plus en plus, ces dernières années sur les marchés maghrébins.

Les travaux académiques dans le cadre de la franchise au Maghreb, sont relativement récents et peu nombreux, à la différence de ceux effectués en Asie, en Amérique du Sud, en Europe centrale et en Europe de l'est. Parmi ces travaux, on cite le travail réalisé par Mseddi et Bouri en 2010, et qui avait pour objectif de donner un état des lieux de la franchise en Tunisie, suite aux mesures prises en 2009, visant à améliorer l'environnement de la franchise et à encourager l'implantation de cette forme organisationnelle<sup>49</sup>. El Ouazzani Chahdi (2011) avait pour objet d'appréhender le régime juridique de la franchise au Maroc, et de le distinguer des formes de contrat de distribution présentes dans le pays<sup>50</sup>. Chanut, Gharbi et Fernandez Bonet (2013) ont traité la question de l'environnement institutionnel et l'internationalisation des réseaux de franchise dans les pays du Maghreb<sup>51</sup>. Cette étude a été

---

<sup>49</sup> Mseddi Wafa et Bouri Abdeflefah. (2010), « La franchise en Tunisie : état des lieux », Actes du 6<sup>ème</sup> Colloque International de Laboratoire Prospective, Stratégie et Développement Durable (PS2D) de la Faculté des Sciences Économiques et de Gestion de Tunis, Hammamet, Tunisie.

<sup>50</sup> El ouazzani chahdi Loubna, « La Franchise Au Maroc : Régime juridique », Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing, N° 4-5. 2011. Pages 293-317.

<sup>51</sup> Chanut Odile, Gharbi Nadjoua et Fernandez Bonet Dominique. « Environnements institutionnels et internationalisation des réseaux de franchise : le cas contrasté des pays du Maghreb », Management & Avenir 2013/5 (N° 63), pages 187-208.

actualisée deux ans plus tard par la contribution d'Aliouche (2015)<sup>52</sup>. En 2017, Aliouche et Fernandez Bonet, ont réalisé une étude, concernant l'application pratique d'une combinaison de l'entrepreneuriat social et du franchisage, qui a pour but la création d'un grand nombre d'emplois durables en Algérie<sup>53</sup>.

## 1-2 Définition de la franchise :

La franchise est une des stratégies de développement de l'entreprise. Elle est représentée par un accord de coopération commerciale, économique et humain, constaté dans un contrat ; et s'intéresse principalement aux secteurs du commerce et des services ; mais peut aussi être développée dans d'autres secteurs d'activité, tels que la production, l'industrialisation, l'artisanat, etc. La franchise représente l'une des formes hybrides d'accès aux marchés étrangers. De nos jours, elle est très présente dans le monde.

Cependant, le contrat de franchise présente certaines particularités au regard des différents contrats de distribution existants. De ce fait, il existe plusieurs définitions de la franchise :

D'après Leloup (2000), « *le contrat de franchise se classe parmi les contrats d'affiliation, entendus comme tous accords par lesquels un commerçant, personne physique ou morale dite affiliée, est lié à une centrale d'achat par des engagements réciproques portant sur l'approvisionnement de l'affilié, l'usage d'une enseigne commune et la présentation de divers services d'aide à la gestion de l'entreprise affiliée* »<sup>54</sup>.

La franchise se présente ainsi comme étant une pratique de commercialisation de produits, services ou technologies, qui repose sur une collaboration très étroite entre deux ou plusieurs entreprises indépendantes juridiquement et financièrement l'une de l'autre, pour acquérir le droit d'utiliser son enseigne et de bénéficier d'une assistance technique, commerciale, etc. et cela conformément aux normes inscrites dans le contrat, en contrepartie d'une rétribution d'ordre financier.

---

<sup>52</sup> Aliouche Hachemi, Bonet Fernandez Dominique, Chanut Odile et Gharbi Nadjoua. «Institutional Environments And The Internationalization Of Franchise Chains: The Contrasting Cases Of Three North African Countries». Journal of Applied Business Research, Clute Institute, Vol 31 N°2, 2015, pages 417-436.

<sup>53</sup> Aliouche Hachemi et Bonet Fernandez Dominique. « Social Entrepreneurship and Franchising: A Panacea for Emerging Countries? The Case of Algeria », Management and Governance of Networks: Franchising, Cooperatives and Strategic Alliances, 2017, pages 75-90.

<sup>54</sup> Leloup Jean-Marie, « la franchise droit et pratique » 3<sup>ème</sup> édition delmas, 2000, p 15.

D'après Béthencourt (2001)<sup>55</sup>, il existe plusieurs définitions de la franchise. Elle est considérée comme étant « *un contrat* », « *un réseau* », « *une méthode de distribution* », « *une stratégie de développement économique et financier* ».

D'après LE Tourneau (2003), « *le franchisage est incontestablement une technique d'action coordonnée entre les entreprises, il réalise une sorte d'intégration partielle dans une unité économique celle du centre d'intérêt du franchiseur, ayant élaboré un système dans un domaine particulier* »<sup>56</sup>. De ce fait, le franchisage est considéré comme étant une technique d'intégration partielle et de distribution distinctive.

D'après Vaughn (1974), la franchise est « une forme de mise en marché ou de distribution dans laquelle une compagnie mère donne à un individu ou à une petite entreprise le droit de faire des affaires d'une manière définie ( par la compagnie mère) dans un territoire limité, pour une période de temps donnée ». <sup>57</sup>

D'après Aliouche et Bonet Fernandez (2017), la franchise est un modèle commercial puissant qui crée et développe des petites et moyennes entreprises. De plus, il génère des emplois et de la richesse à grande échelle.<sup>58</sup>

D'après le président et directeur général de l'International Franchise Association (IFA), Steve Caldeira, la franchise est un moteur de croissance économique. Selon lui, les petites entreprises franchisées se développent plus rapidement, créent plus d'emplois et génèrent une croissance des ventes supérieure à celle des autres entreprises.<sup>59</sup>

Le contrat de franchise ne dispose toujours pas d'un régime légal spécifique. Cependant, des textes de loi, des codes déontologiques, ainsi que des Associations et des Fédérations de la franchise ont tenté de le définir.

---

<sup>55</sup> Benthencourt Marjorie, « entreprendre en franchise », dunod paris, 2001, p 7et 10.

<sup>56</sup> Le Tourneau Philippe, « les contrats de franchisage », litec 2<sup>ème</sup> édition du juris-classeur, juin 2003. P 22.

<sup>57</sup> Vaughn Charles (1974), cité dans Seroude Charles et Censier André, (1979) « le franchising en Europe et en Amérique du nord », revue Francaise de gestion, N° 22, pages 42-52.

<sup>58</sup> Aliouche E Hachemi et Bonet Fernandez Dominique. "Social Entrepreneurship and Franchising: A Panacea for Emerging Countries? The Case of Algeria" .Management and Governance of Networks: Franchising, Cooperatives and Strategic Alliances. 2017, pages 75-90.

<sup>59</sup> Caldeira Steve, "Franchise Businesses Continue to Grow Faster than Rest of US Economy " .International Franchise Association (IFA), 20 janvier 2016. <http://www.franchise.org/franchise-businesses-continue-to-growfaster-than-rest-of-us-economy> . Consulté le 09/12/2017.

Définition de la franchise par le Code de Déontologie Européen :

De même, le Code de déontologie européen de la franchise, édité par la Fédération Française de la Franchise, définit la franchise comme étant : *«Un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologie, basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes, le franchiseur et ses franchisé le droit, et impose l'obligation d'exploité une entreprise en conformité avec le concept du franchiseur. Le droit ainsi concédé autorise et oblige le franchisé, en échange d'une contribution financière directe ou indirecte, à utiliser l'enseigne et/ou la marque de produits et/ou services, le savoir-faire et autres droits de propriété intellectuelle, soutenu par l'apport continu d'assistance commerciale et/ou technique, dans le cadre et pour la durée d'un contrat de franchise écrit, conclu entre les partie à cet effet ».*<sup>60</sup>

Définition de la franchise par l'Association Internationale de franchise (IFA) :

*« La franchise est simplement une méthode pour développer une entreprise et distribuer des biens et des services par le biais d'une relation de licence. En matière de franchisage, les franchiseurs (une personne ou une entreprise qui concède la licence à un tiers pour la gestion d'une entreprise sous leur marque) ne spécifient pas seulement de d'offrir les produits et services qui seront proposés par les franchisés, mais également de leur fournir un système d'exploitation, une marque et un support, etc. ».*<sup>61</sup>

Au vu des définitions déjà formulées, on peut expliquer que cette pratique n'est qu'un contrat par lequel le franchiseur accorde à un franchisé le droit de réitérer un gain commercial, qu'il a expérimenté, par la communication et la transmission d'un savoir-faire et de certains signes distinctifs, moyennant le versement d'une contrepartie financière.

Toutefois, cette pratique peut être interprétée comme étant une technique de développement économique et financier, utilisée par toute entreprise qui fabrique et/ou

---

<sup>60</sup>Fédération française de la franchise, Code de déontologie européen de la franchise, <http://www.franchise-fff.com/base-documentaire/finish/206/318.html>. Consulté le 09/12/2017.

<sup>61</sup> International Franchise Association (IFA), "What Is A Franchise", 2018. <https://www.franchise.org/what-is-a-franchise>. Consulté le 9/12/2018.

commercialise des produits ou des services, hautement diffusés et destinés à une consommation finale.<sup>62</sup>

## 2- Composantes de la franchise :

### 2-1 Les acteurs du système de franchise :

Le système de franchise n'est pas réduit qu'à deux acteurs (franchiseurs et franchisés). En réalité il compte cinq acteurs cité ci-dessous :

- Le franchiseur :

Selon Hermel et Romagni (1992), « *le franchiseur et la pierre angulaire de la franchise, il met au point son (package), le teste, le propose aux franchisés et gère l'ensemble du réseau ainsi constitué ; c'est aussi un entrepreneur indépendant, chef d'entreprise souhaitant lancer une activité ou en élargir le développement ; il peut être industriel, producteur, commerçant ou prestataire de service* ». <sup>63</sup>De ce fait, le franchiseur est une entreprise commerciale, industrielle, ou prestataire de services offrant aux franchisés un brevet de production, un savoir-faire particulier pour la prestation de service, et une connaissance des méthodes de commercialisation spécifiques.

- Le franchisé :

Selon Hermel, Romagni (1992), « *le franchisé est un entrepreneur indépendant, personne physique ou morale, sélectionné par un franchiseur. Il dispose d'un capital, et recherche une entreprise dynamique pour investir* » <sup>64</sup>. Par conséquent, la franchise semble être intéressante pour lui, car elle réduit l'aléa financier et économique qu'on retrouve lors du lancement d'entreprise, c'est donc une prise de risque calculée qu'accepte le franchisé.

Ainsi, le franchisé est un chef d'entreprise (entrepreneur), souhaitant emprunter une voie plus sûre. Il fait le choix de reprendre un concept qui a déjà fait ses preuves auparavant, tout en respectant : l'enseigne et/ou la marque, les méthodes commerciales et techniques, le savoir-faire, etc., en contrepartie d'un apport financier direct ou indirect.

---

<sup>62</sup>Seroude Charles, Censier André, (1979) « Le franchising en Europe et en Amérique du nord », revue Française de gestion, n° 22, pages 42-52.

<sup>63</sup>Hermel Laurent, Romagni Patrick, « La Franchise De Service », economica 1992, page 15.

<sup>64</sup> Hermel Laurent, Romagni Patrick, « LA FRANCHISE DE SERVICE », economica 1992, page 15.



- Le réseau de franchise :

Un réseau de franchise est constitué de plusieurs points de vente (généralement franchisés), et qui ont tous pour point commun, de travailler sous la même enseigne, avec des conditions exigées par le franchiseur. Le réseau de franchise est extensible jusqu'à la limite du maillage déterminé par les zones d'exclusivité accordées par contrat, Ainsi, la force du réseau repose sur le respect des clauses du contrat par chaque partie, et leur volonté d'aller dans le même sens.

Selon Allam (2008), le réseau de franchise est « *un réseau d'enseigne qui regroupe des points de ventes, dans un espace marchand, agissant de façon homogène au plus proche des attentes du client final. Le contact direct avec la clientèle est donc détenu par le vendeur. Ces réseaux d'enseignes réunissent au moins deux atouts concurrentiels, auparavant dispersés : mutualisation de certains coûts afin de bénéficier des effets de taille (logique d'économies d'échelle) et valorisation de la relation de proximité avec la clientèle* »<sup>65</sup>.

Selon Cliquet (2002), il existe une grande pluralité de mécanismes organisationnels et institutionnels pour piloter les réseaux de franchises, mais aussi les coopératives de commerçants, les concessionnaires ou encore les groupements de détaillants <sup>66</sup>

- Le consommateur :

Le consommateur ou (client) est une personne qui achète pour son usage des produits et des services mis à disposition par la franchise; c'est l'acteur le plus important dans le réseau de franchise mais aussi le plus difficile à cerner. Ses habitudes de consommation changent selon son environnement, sa culture, et sa situation géographique. Ce qui fait de lui la plus grosse préoccupation du franchiseur et de ses franchisés. Ces deux derniers se doivent de s'adapter chaque fois pour satisfaire ses besoins.

- Les banques et les institutions financières :

Ces institutions jouent un rôle important lors de la création d'une entreprise en franchise, toutefois cette dernière demande des moyens financiers importants, apport personnel, aide financière des proches, emprunt bancaire, ....etc.

---

<sup>65</sup> Allam Délila. « Les raisons d'être de la franchise dans les transactions de services aux entreprises ». Management Avenir, INSEEC/Management Prospective Edition 2008, pages 137-154.

<sup>66</sup> Cliquet Gérard, « Les réseaux mixtes franchise-succursalisme : apports de la littérature et implications pour le marketing des réseaux de points de vente », Recherche et Applications en Marketing 17, N°1,2002, pages 57-73.

## **2-2 Les éléments fondamentaux de la franchise :**

Le contrat de franchise doit détailler au minimum trois éléments fondamentaux qui sont : la mise à disposition des signes distinctifs, la mise à disposition d'un savoir-faire, et la fourniture d'une assistance commerciale ou technique.

### **2-2-1 La mise à disposition des signes distinctifs :**

La marque, l'enseigne, le logo, et le nom commercial, ce sont tous des signes distinctifs en franchise. Ils changent selon le cas, et le franchiseur peut être propriétaire ou non de ces derniers.

La marque, support privilégié de l'image de marque par la relation qu'elle établit entre le produit choisi et l'identité du fournisseur, symbolise donc la confiance du client potentiel. Elle crée une différenciation du produit ou du service vendu sous la marque. Elle constitue, et avec elle tous les autres signes de ralliement de la clientèle, un avantage concurrentiel. Ceci dit il suffit à une marque connu d'ouvrir un nouveau point de vente pour que celui-ci draine immédiatement une clientèle.<sup>67</sup>

Selon Kahn (2009), « La marque joue, en matière de franchise, un rôle fondamental. Si elle ne répond pas aux exigences nécessaires pour être protégée, la constitution d'un réseau de franchise est impossible. La marque étant un bien meuble incorporel, le droit dont jouit son propriétaire à son encontre est monnayable. Il lui est loisible de la céder, d'en concéder l'exploitation, etc. Le franchisé se voit conférer par le franchiseur le droit d'utiliser la marque, exclusivement pour l'activité définie dans le contrat, étant entendu que le franchiseur en demeure propriétaire. En sa qualité de propriétaire de la marque d'une part et de tête de réseau d'autre part, il est primordial que le franchiseur en reste totalement maître. Il n'est pas question, en la matière, de risquer la création d'initiatives isolées de la part des distributeurs, contribuant à dénaturer la marque et, corrélativement, à entraîner une perte de clientèle au détriment de l'ensemble du réseau »<sup>68</sup>.

Toutefois, en cas d'atteinte portée à la marque, cette dernière doit être défendue et protégée par les deux parties contractantes. Selon Leloup (2000), « le franchisé doit signaler au franchiseur toute atteinte à la marque (N), dont il aurait connaissance, comme tout usage

---

<sup>67</sup> Leloup Jean-Marie, « La franchise droit et pratique », 3eme édition Delmas 2000, N°331, page 47.

<sup>68</sup> KAHN Michel, « Franchise et partenariat », Dunod 5ème édition, 2009, p 12.

illicite, ou de nature à porter préjudice au réseau (N), des signes et symbole distinctifs du réseau. Le franchisé facilitera, par le rassemblement des preuves et la recherche des autres de ces actes, les actions que le franchiseur jugera opportunes pour y mettre fin »<sup>69</sup>.

### **2-2-2 La mise à disposition d'un savoir-faire :**

Le savoir-faire commercial ou technique soit-il, est une notion juridique relativement récente, bien que sa réalité soit aussi ancienne que le monde. Il est considéré comme étant un élément essentiel et déterminant pour le contrat de franchise.

Il est défini par la cour d'appel (CA) de Paris, 25 janvier 1975, comme étant « un ensemble de méthodes commerciales de nature à fonder la réussite du franchiseur ». Pour la cour de cassation, chambre commerciale (Cass.com, 3 octobre 1989), le savoir-faire est défini comme étant « des techniques commerciales expérimentées constamment mises au point par le franchiseur ».

Le règlement européen d'exemption n°2790/1992 du 22 décembre 1999 (art. f), définit le savoir-faire comme étant « un ensemble secret, substantiel et identifié d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience du franchiseur et testées par celui-ci ».

D'après Mainguy (2004), le savoir-faire peut être défini comme un ensemble d'informations dont dispose une personne, pour la connaissance desquelles une autre personne est prête à verser une somme d'argent, un ensemble d'informations et connaissances commerciales, techniques, financières, qui ne sont pas immédiatement accessibles. Il peut porter sur n'importe quel élément : la présentation des produits, la méthode de vente, etc. Trois conditions sont exigées pour que ce savoir-faire puisse véritablement être considéré comme tel, par le droit communautaire de la concurrence :

Le savoir-faire doit être secret, il ne doit pas être facilement accessible, même si cela s'agissait de la combinaison d'éléments par eux même très connus.

Le savoir-faire se doit d'être substantiel. Ceci dit, les informations qui le composent doivent être originales et indispensables pour le franchisé.

---

<sup>69</sup> Jean-Marie Leloup, « La franchise droit et pratique », 3eme édition Delmas 2000, N°338, p 49.

Le savoir-faire doit être identifié. En ce sens il doit faire l'objet d'une description particulière et précise.<sup>70</sup>

Kahn (2009) rejoint cette définition, et considère le savoir-faire comme étant un ensemble de connaissances ou de méthodes pratiques expérimentées par le franchiseur. Cet ensemble doit être transmissible, non immédiatement accessible au public, non breveté et doit conférer à celui qui le maîtrise un avantage concurrentiel.

Selon Vigny (1990) : le savoir-faire désigne l'ensemble des techniques mises au point par le franchiseur, et qui doivent permettre au franchisé de faire fonctionner son entreprise de manière satisfaisante, même s'il n'a pas d'expérience préalable dans le domaine concerné, et dans des conditions strictement identiques à celles des autres franchisés du même réseau. La nature de ces techniques dépend de l'objet des franchises, dans les franchises industrielles, il s'agit de techniques de fabrication et, éventuellement, de commercialisation ; dans les franchises de vente de produits, il s'agit de technique de gestion, techniques de promotion de ventes,...etc.<sup>71</sup>

### **2-2-3 La fourniture d'une assistance commerciale ou technique :**

L'assistance commerciale ou technique doit être fournie au préalable lors du démarrage du contrat en tant qu'une assistance initiale, ensuite en cours d'exécution du contrat en tant qu'assistance permanente. Elle peut prendre diverses formes telles qu'une aide à la recherche d'un local avant la signature du contrat, visite régulière d'un animateur, réalisation de l'étude de marché, construction du compte de résultat prévisionnel, etc. Elle a pour objectif, de faciliter la compréhension, l'assimilation et la reproduction du savoir-faire.

La Commission des communautés européennes a rendu cette assistance technique et/ou commerciale obligatoire. En effet, le règlement d'exemption catégorielle du 30 novembre 1988 dispose que l'accord de franchise comprend nécessairement « la fourniture continue par le franchiseur au franchisé d'une assistance commerciale ou technique pendant la durée de l'accord ».<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> Mainguy Daniel, « Contrats spéciaux », 4ème édition Dalloz, 2004, n°251, p 245,

<sup>71</sup> Vigny Jacques, « La distribution : structures et techniques », 2ème édition Sirey, 1990, n° 51, p 31.

<sup>72</sup> Kahn Michel, « Franchise et partenariat », Dunod 5ème édition, 2009, page 18.

Outre les obligations formelles liées aux trois éléments fondamentaux précédemment évoqués, le franchiseur et le franchisé peuvent être amenés à s'engager dans le cadre d'un contrat de franchise sur des obligations contractuelles spécifiques :

#### **2-2-4 Les apports du franchiseur :**

Le franchiseur offre aux franchisés un ensemble de produits et/ou de services et la possibilité d'exploiter un marché suffisant, un savoir-faire et une assistance technique et commerciale.

L'exclusivité sur un territoire donné : au sens habituel, l'exclusivité porte sur l'enseigne et sur les produits et/ou les services que les franchisés reçoivent exclusivement du franchiseur sur un territoire donné. Cependant, Il arrive parfois que le franchiseur accorde l'exclusivité sur un territoire étendu à un maitre-franchisé (master franchise) lequel partagera ensuite le territoire entre un certain nombre de sous franchisés. Cette solution est souvent utilisée par des franchiseurs qui souhaitent s'installer dans un pays étranger et qui, faute d'une parfaite connaissance du marché local, ont intérêt à collaborer avec un maitre-franchisé originaire du pays.<sup>73</sup>

#### **2-2-5 Les engagements des franchisés :**

Le franchisé se doit de mettre en place la politique définie par le franchiseur. Cet engagement porte sur quatre points.

L'approvisionnement exclusif auprès du franchiseur : dans la franchise de distribution, le franchisé s'engage généralement à s'approvisionner totalement ou en partie auprès du franchiseur, ou auprès d'un fournisseur sélectionné par ce dernier. Toutefois, le franchiseur ne peut, en aucun cas, obliger le franchisé à lui acheter toute la gamme proposée.

Le paiement de la redevance : en contre partie des apports accordés par le franchiseur, le franchisé se doit de payer un droit d'entrée ou une redevance initiale. Cette dernière est payée pour pouvoir accéder aux apports accordés par le franchiseur. Ensuite, pendant toute la période du contrat, le franchisé doit s'acquitter une redevance périodique attestée par le franchiseur.

---

<sup>73</sup> Vigny Jaques, « la distribution : structures et techniques », 2eme édition Sirey, 1990, page30, n° 50.

La non-concurrence : cela signifie que le franchisé ne doit pas vendre des produits concurrents ou complémentaires dans l'établissement franchisé, sauf en cas d'exception (avec l'accord du franchiseur) Le franchisé ne doit pas non plus exercer une activité qui peut concurrencer le franchiseur et les autres établissements du même réseau, et cela que ce soit dans la zone d'exclusivité accordée ou en dehors.

Afin d'assurer l'uniformité de l'image de l'enseigne et faciliter la réussite de ses partenaires, le franchiseur, par sa visite régulière dans les établissements franchisés, veille à faire respecter les normes relatives : aux apports matériels de l'image (contenu des messages publicitaires, budget publicitaire, enseignes, aménagement du point de vente) et à la gestion des entreprises (gamme de produits à vendre, stock à détenir, services à rendre à la clientèle, politique de prix à respecter). Le franchisé s'engage dans le contrat à respecter ces normes définies.<sup>74</sup>

### **3- Variétés de la franchise :**

L'analyse de la littérature nous montre qu'il existe plusieurs formes de franchise. Dans ce travail, nous retenons trois différentes typologies qui distinguent les réseaux de franchise. Tous d'abord, selon la fonction du réseau ou le secteur d'activité, ensuite selon les modalités d'intégration et enfin selon le nombre de partenaires dans l'opération de franchise.

#### **3-1 Diversité de la franchise selon la fonction du réseau :**

Cette typologie s'appuie aussi sur les différents secteurs d'activités, où elle peut bien être exercée. Souvent, les auteurs distinguent trois types de contrats de franchise, en fonction de leur secteur d'activité : la franchise de services, la franchise de production et la franchise de distribution. Certains d'entre eux rajoutent même la franchise financière à cette liste. Cette distinction est d'ailleurs celle qui était initiée par l'arrêt Pronuptia du 28 janvier 1986, qui soulignait la « grande diversité » des contrats de franchise.

##### *3-1-1 La franchise de production appelée aussi franchise industrielle ou artisanale :*

---

<sup>74</sup>Vigny Jaques, « La distribution : structures et techniques », 2eme édition Sirey, 1990, n° 55, p32.

Très souvent la franchise de production est appelée aussi franchise industrielle ou artisanale, mais ce n'est pas le cas pour tous les auteurs. Ce type de franchise a la particularité de confier au franchisé, d'une part, la fabrication des produits, selon le savoir-faire et les techniques du franchiseur et, d'autre part, la commercialisation de ces produits qu'il a finalement élaborés sous la marque de ce dernier. Elle a donc été définie par la cour de justice des communautés européennes comme « un contrat en vertu duquel le franchisé fabrique lui-même, selon les indications du franchiseur, des produits qu'il vend sous la marque de celui-ci »<sup>75</sup>. On rencontre cette forme de franchise essentiellement dans le secteur du bâtiment, tels que Yprema, Mikit, et Tryba, dans le secteur du textile et habillement tels que les enseignes internationales suivantes Morgan, Le temps des cerises, Darjeeling, Etam, Eram, Mango et autres. Mais également dans le secteur de l'industrie alimentaire en citant l'exemple des enseignes suivantes : Coca-Cola, Yoplait, Jeff de Bruges. L'objet de la franchise de production est de permettre, au niveau national, de limiter certains coûts liés notamment à l'importation, au transport, d'une part et de faire face à la contrefaçon, d'autre part ; au niveau international, de développer rapidement l'enseigne. Selon Philippe Le Tourneau, cette forme de franchise met en évidence deux industriels (ou artisans), le premier accorde au second le droit et les possibilités de fabriquer et de commercialiser les produits qu'il a mis au point. Parallèlement, il lui communique son savoir-faire et/ou lui octroie une licence de son brevet et de sa marque. De plus, il lui apporte une assistance technique, tout en assurant éventuellement la maintenance, voire des prestations relevant de l'ingénierie. Dans cet esprit, le franchiseur industriel ira parfois même à livrer l'usine en mains « produits en mains » au franchisé.<sup>76</sup> Ce dernier pense aussi que l'appellation la plus appropriée à ce type de franchise serait la franchise de production et de commercialisation, puisque c'est bien de cela qu'il s'agit (produire et commercialiser des produits).

### **3-1-2 Franchise de services :**

La franchise de services est une pratique très spécifique, puisque le succès de l'opération repose sur un savoir-faire (know how), et un perfectionnement dans la prestation de services. Cela dit, dans ce type de franchises, les connaissances et capacités personnelles du franchisé sont primordiales.

---

<sup>75</sup> Arrêt de la CJCE du 28 janvier 1986, « Pronuptia », cité dans Kahn Michel .franchise et partenariat ». Dunod 5<sup>ème</sup> édition, 2009, p 24.

<sup>76</sup> Le Tourneau Philippe, Les contrats de franchisage, Litec, 2<sup>ème</sup> édition du Juris-classeur, juin 2003, n° 8008, p 13.

Selon Le Tourneau (2003), dans le franchisage de services, le franchiseur a pour but de mettre à la disposition de ses franchisés un système standardisé complet pour offrir à la clientèle le meilleur service. Ce type de franchise implique un savoir-faire spécifique et performant ainsi qu'une assistance technique continue. Selon lui, la franchise de service est la figure type de la franchise, puisque elle fait apparaître toute l'originalité du contrat de franchise.<sup>77</sup>

La franchise de service ne cesse de se développer, et couvre divers domaines tels que la restauration rapide avec l'exemple de McDonald's, l'hôtellerie en prenant l'exemple d'IBIS, ou encore la beauté avec Franck Provost.

### **3-1-3 Franchise de distribution :**

Comme son nom l'indique, cette forme de franchise est destinée à la vente de biens ou d'un ensemble de biens, préalablement sélectionnés ou conçus par le franchiseur. Ici, le savoir-faire est quelque peu limité, puisqu'il ne s'agit ni d'une méthode de fabrication, comme dans le cadre d'une franchise de production, ni d'une prestation de services comme c'est le cas pour la franchise de service. Mais tout simplement d'une forme de commercialisation. Cependant, la franchise de distribution demeure le modèle le plus répandu en France, aux Etats Unis, et dans le monde.

Cela dit, selon Jean-Marie Leloup, les franchises de distribution, constituent des structures verticales permettant le cheminement du produit de l'amont (production) vers l'aval (consommation). Elles s'insèrent donc dans les circuits de distribution, qui nous conduisent à la consommation finale ; mais elles se différencient selon la place que le franchiseur tient dans le circuit. Il peut être soit un producteur comme le cas de Phildar, (qui est passé d'une franchise de production vers une franchise de distribution, et cela suite à la chute de la demande mondiale du fil à tricoter et pour faire face à cela et réduire ses couts industrielle, la société a développé une stratégie de distribution en 1991, pour devenir une entreprise qui fait exclusivement de la distribution en 1993).<sup>78</sup>

Mais dans un autre cas, il se peut qu'il soit un diffuseur. Dans cette catégorie, le franchiseur ne fabrique pas lui-même ses produits, mais il constitue une collection de

---

<sup>77</sup> Le Tourneau Philippe, « Les contrats de franchisage », Litec, 2ème édition du Juris-classeur, juin 2003, n° 8008, p18.

<sup>78</sup>Bethencourt Marjorie, *Entreprendre en franchise*, Dunod, paris, 2001, n°7097, p 24.



produits qu'il sélectionne ou dont il suscite la fabrication ; ainsi l'exemple de Genviève Lethu. Cependant, il n'assure pas la fonction industrielle mais uniquement la fonction commerciale.<sup>79</sup> A son tour Le Tourneau (2003) lui avait donné le nom de sélectionneur, ainsi le franchiseur a pour seul souci la distribution. Cela dit, soit il gère une centrale d'achats, soit il établit une liste de produits référencés.

### **3-2 Diversité de la franchise selon les modalités d'intégration :**

Appelée aussi modalité d'application, cette diversité est une fonction des modalités de contrats régissant la relation entre le franchiseur et le franchisé. On retrouve ci-dessous les modalités d'intégrations envisageables :

#### **3-2-1 La franchise-corner :**

Dans ce type de franchise, le franchisé qui est déjà un commerçant exploitant un fonds de commerce, s'engage à vendre, dans un espace généralement réduit de son local commercial (dans une vitrine ou un présentoir), les produits du franchiseur, d'où provient l'appellation franchise-corner, qui signifie littéralement coin ou angle. Cette forme de franchise permet l'ouverture de points de vente tout en s'exonérant des charges liées à l'ouverture et l'aménagement d'un magasin. Le concept du corner obéit habituellement aux règles générales de la franchise. D'après Le Tourneau (2003) cette forme de franchise peut être appelée Franchise de comptoir, Franchise de stand ou encore Emplacement affecté. *« Elle est accordé comme son nom l'indique, pour un comptoir de marque et, par extension, pour une sorte de kiosque, par exemple de parfum, de montres, ou de confiseries, installé dans un hôtel, un grand magasin, une grande surface, un aéroport ou un port, au milieu de comptoirs d'articles, (ou de services, par exemple de location de voitures) concurrents proposant d'autres marques. En effet, la concentration en un seul lieu de l'ensemble des spécialistes de tel ou tel domaine apparaît profitable à tous, comme les marchands du Moyen Age l'avaient déjà pressenti, puisque, à cette époque, chaque corps de métier se groupait dans une rue. A vrai dire, la franchise de comptoir n'est pas tant une variété supplémentaire de franchises, qu'une modalité pratique de son fonctionnement. Mais elle est un extraordinaire levier de développement dans certains secteurs. Ainsi Cacharel-Chemiserie était passée grâce à cette modalité de 9 franchisés en 1987 à 147 en 1992 (soit*

---

<sup>79</sup> Leloup Jean-Marie, « La franchise droit et pratique », 3eme édition Delmas 2000, p 33.

*une augmentation de 1533%). L'exemple cité montre en même temps que cette méthode de distribution n'est pas réservée aux petites entreprises, qui n'auraient pas la capacité de diriger un réseau de magasins. Si au début, elle ne fut utilisée que pour des produits de luxe, elle s'est étendue hors de ce domaine ».*<sup>80</sup>

### **3-2-2 La franchise financière :**

Il s'agit d'une pratique particulière quant à l'application du contrat de franchise, qui présente cette particularité de reposer sur une véritable dissociation entre la fonction d'investissement et celle de gestion. Cela est dû au fait que certaines franchises requièrent des fonds financiers élevés, tels que pour les franchises d'hôtelleries, de restaurations ou de parc d'attraction, etc. Dans ce cas, il peut y avoir une association, entre le franchisé qui apporte les capitaux et donc de confier le financement de l'opération à des investisseurs d'une part et entre le franchiseur qui est responsable de la gestion de l'établissement, d'une autre part.

Cette forme de franchise est définie par Kahn (2009) comme suit : *« Dans ce type de franchise, le franchisé se borne à apporter les capitaux nécessaires à l'ouverture du point de vente, le franchiseur se chargeant de trouver l'emplacement, de le négocier, de suivre la réalisation de travaux commandés pour le compte du franchisé, de l'aménager, etc. La gestion du point de vente est déléguée, par contrat, au franchiseur, les recettes d'exploitation étant versées sur le compte du franchisé, en échange de quoi le franchisé lui verse des honoraires de gestion. Cependant, le franchisé a la qualité de propriétaire du fonds de commerce ».*<sup>81</sup>

Cela dit, on distingue essentiellement deux formes de franchise financière. La première forme met en scène trois personnes (franchiseur, franchisé et mandataire), et repose sur un double contrat : un contrat de franchise, entre un franchiseur détenteur d'une marque ou d'un savoir faire et un groupe d'investisseurs qui devient par conséquent franchisé et un deuxième contrat appelé « contrat de gestion d'entreprise », qui est conclu entre le franchisé et un mandataire. En revanche, la deuxième forme suppose un contrat de franchise classique entre un franchiseur et un franchisé, La particularité réside alors dans le fait que l'investisseur est propriétaire de l'intégralité de l'établissement dont il n'assume pas la gestion. Cette dernière est confiée à un mandataire.

---

<sup>80</sup> Le Tourneau Philippe, « Les contrats de franchisage », Litec, 2ème édition du Juris-classeur, juin 2003, n° 8008, page 49.

<sup>81</sup> Kahn Michel, « Franchise et partenariat », Dunod 5ème édition, 2009, page 42.

De ce fait, la franchise financière, dans ses diverses formes, a vu le jour dans le secteur de l'hôtellerie, semble-t-il que « Fimotel » (créé en 1981) lui a permis de se développer. Cette forme se retrouve dans le secteur voisin de la restauration, tels que l'exemple donné par Marjorie Béthencourt, qui désigne courte paille (une chaîne de restauration française créée en 1961), est qui a opté pour ce principe.

### **3-2-3 Franchise international:**

Cette forme de franchise est considérée comme étant une stratégie d'internationalisation. Elle a vu le jour suite à la croissance géographique qui est devenue, aujourd'hui, nécessaire dans la plupart des activités économiques, notamment lorsque le marché national devient saturé par la création de réseau « indigène ». Cette appellation a été donnée par Le Tourneau (1994), où l'offre reste limitée par rapport à la demande potentielle<sup>82</sup>.

L'exportation ou l'internationalisation, par l'implantation d'un réseau de franchisage de services ou de distribution, et une des façons les plus efficaces, les moins onéreuses, les plus rentables, de prendre place sur un territoire étranger (dans la mesure évidemment où le système mis au point est performant par rapport à la concurrence locale). Le franchisage international est un levier à la fois économique et financier, pour le titulaire d'un concept franchissable qui désire conquérir rapidement de nouveaux marchés.<sup>83</sup>

Les chaînes hôtelières et de location de voitures ont été les pionnières en ce domaine, mais la franchise industrielle est aussi une voie privilégiée de prendre pied à l'étranger.

Le franchiseur, qui décide de « s'internationaliser », se trouve en présence d'un choix stratégique entre plusieurs modalités :

- Franchise direct :

Cette première possibilité est la plus simple. Le franchiseur connaît son territoire d'origine, et recrute lui-même des franchisés locaux, comme à son habitude. Cependant, les lois d'implantation diffèrent nécessairement, chose dont le franchiseur doit tenir compte.

---

<sup>82</sup> Le Tourneau Philippe, « Le franchisage », édition Economica, 1994, p 53.

<sup>83</sup> Le Tourneau Philippe, « Le franchisage », édition Economica, 1994, p 13.

- Franchise en co-entreprise :

Selon Le Tourneau (1994)<sup>84</sup>, cette modalité consiste à créer une société mixte ou commune, avec un partenaire sur place, qui en fait une filiale, dont le franchiseur possède généralement une partie importante du capital. Ainsi, les principaux avantages de la franchise en co-entreprise sont que le franchiseur contrôle plus facilement l'entreprise franchisée, d'une part, et qu'il pourra bénéficier de l'expérience de son associé quant au marché local, d'une autre part. L'inconvénient, ici, est que le franchiseur se doit d'apporter l'argent à la hauteur de sa participation. Chose qui va à l'encontre d'un des grands intérêts de la franchise, qui est de pouvoir s'affranchir une grande partie du capital.

Leloup (2000) l'avait rejoint par cette définition : « *la création d'une société commune permet la synergie des compétences, le franchiseur apporte son expérience du système, le partenaire sa connaissance de son pays, la société commune après avoir animé les pilotes, développe le réseau* »<sup>85</sup>.

- Franchise principale:

Est une stratégie éprouvée pour le développement hors du territoire national. D'après la définition de Le Tourneau (1994), cette modalité consiste à l'implantation d'une enseigne, ou d'un réseau d'enseignes à l'étranger, et de recruter localement un franchiseur principal, maitre-franchisé ou selon la formule d'UNI-Droit « franchise-maitresse » (souvent qualifié inélégamment en français par les praticiens de « master franchise »). Le franchiseur est au fond une sorte d'exportateur de concept. Il est libéré de l'organisation et de la surveillance du réseau dans la zone géographique allouée à ce franchisé (celui-ci agit généralement en sous-franchisé comme un sous-traitant, notamment pour les activités de production), créant sous sa responsabilité, un réseau local mettant en œuvre les méthodes du franchiseur d'origine, distribuant ses produits ou proposant les mêmes services. Parfois, il joue un rôle encore plus important, impliquant une collaboration plus intime avec le franchiseur dans les tâches d'adaptation du système, du produit ou des services à la clientèle locale<sup>86</sup>.

D'après Béthencourt (2001), « lorsque la franchise est accordée pour un vaste territoire à un franchisé dont la mission est d'y implanter un certain nombre de franchise, on parle de master franchise. Cette technique est souvent utilisée dans le cadre d'un développement à

---

<sup>84</sup> Le Tourneau Philippe, « Le franchisage », édition Economica, 1994, p 57.

<sup>85</sup> Leloup Jean-Marie, « La franchise droit et pratique », 3<sup>ème</sup> édition Delmas 2000, p 371.

<sup>86</sup> Le Tourneau Philippe, « Le franchisage », édition Economica, 1994, p58.

l'international pour permettre une intégration et une adaptation correcte du concept au territoire visé. Le métier de master franchisé, n'est pas celui du franchisé, il est en quelque sorte un franchiseur qui doit atteindre un objectif donné et non un commerçant pour qui le souci sera l'exploitation ; c'est sur lui que repose le succès de l'enseigne dans le pays concerné ; il lui faudra adapter le concept, les manuels opératoires aux demandes, attentes et motivations des futurs candidats à la franchise et de leurs clients »<sup>87</sup>.

D'après Kahn (2009), « *le franchiseur conclut un contrat de master-franchise, le master-franchisé acquérant alors la faculté de franchiser à son tour sur le territoire défini dans le contrat. Il s'agit d'un moyen classique de développement des réseaux de franchise à l'international, également utilisé au plan national pour développer des régions* »<sup>88</sup>.

Cliquet, Perrigot et Picot-Coupey (2013) définissent la master-franchise comme étant la « *forme par laquelle un franchiseur s'engage contractuellement avec un master franchisé, qui se voit garantir le droit de sous-franchiser le concept auprès de franchisés sur une zone géographique donnée* »<sup>89</sup>.

L'ensemble des définitions relatives à la master franchise révèlent qu'elle constitue un instrument phare de démultiplication de la franchise. Cependant, par un contrat, le franchiseur concède à un chef d'entreprise le droit de franchiser lui-même l'enseigne sur un territoire de son choix. Devenant franchiseur à son tour, ce dernier est un master franchisé, de ce fait il permet le développement du réseau sur un secteur défini qui peut être régional, national, ou bien encore international.

- Franchise participative :

Le franchiseur, concomitamment à la signature du contrat, prend une participation dans le capital de l'entreprise franchisée. On peut, dans cette situation, s'interroger sur l'indépendance du franchisé, la participation prise étant constitutive d'un pouvoir certain de la tête de réseau sur l'unité franchisée. Cette définition a été donnée par Michel Kahn.

---

<sup>87</sup> Bethencourt Marjorie, « Entreprendre en franchise », Dunod, paris, 2001, n°7097, p28.

<sup>88</sup> Kahn Michel, « Franchise et partenariat », Dunod 5ème édition, 2009, p 24.

<sup>89</sup> Cliquet Gerard., Perrigot Rozenn et Picot-Coupey Karine. (2013), La franchise : enjeux et perspectives, in : Recherches et innovations en sciences de gestion, Editors: F. Moraux and L. Bironneau, Presses Universitaires de Rennes. file:///C:/Users/Zaki/Downloads/Cliquet-Perrigot-PicotCoupey\_2013\_FranchiseEnjeuxPerspectives.pdf .

Selon Clement, ce mode de franchise est défini comme étant « la possibilité pour le franchiseur de participer au capital de la société franchisée et éventuellement, pour le franchisé, de participer au capital de la société franchisante »<sup>90</sup>.

Cependant, la participation en question est celle du capital ; ainsi le franchiseur prend une participation dans le capital de ses franchisés. Cela lui permet surtout de mieux contrôler ses franchisés. Le risque financier du franchisé s'en trouve allégé. Mais il est alors exposé à d'autres risques, notamment celui de l'immixtion excessive du franchiseur dans la gestion de son entreprise.

### **3-3 Diversité de la franchise selon le nombre de partenaires dans l'opération de franchise :**

On retrouve en plus des formes déjà citées, d'autres variétés de franchises telles que :

#### **3-3-1 La franchise publique :**

Selon Le Tourneau (1994), la franchise qui a permis la décentralisation et la mobilisation des énergies des agents économique, a fait ses preuves en droit privé. Ainsi, l'idée est d'étendre la franchise au secteur public, afin de permettre à l'Etat de conserver un contrôle dans certains domaines importants de l'activité économique du pays, tout en échappant aux lourdeurs de la fonction publique et de la bureaucratie, comme aux dangers de l'influence politique. De ce fait, un maître franchisé privé contracterait avec la puissance publique, dont il serait le concessionnaire (au sens du droit public) pour un service public. Ensuite il créerait sous sa responsabilité, un réseau de franchisé. En contrepartie, il reçoit une rémunération, un pourcentage à définir pour chaque domaine. Ceci dit, il est question d'une privatisation quelque peu réduite, dans la mesure où l'Etat- franchiseur conserverait un large droit de regard et de contrôle sur les activités en cause.

#### **3-3-2 La poly-franchise :**

Certains franchiseurs créent une série de réseaux de franchisages différents, dominés par une société holding ; tel l'exemple du groupe France-Chauffage, qui possède de la sorte

---

<sup>90</sup>Clement Jean Paul, cité dans Hermel Laurent et Romagni Patrick, « la franchise de service », Economica, 1992, p 29.

dix réseaux nationaux, distinct mais complémentaires<sup>91</sup>. De même, on peut considérer une poly-franchise, quand un franchisé a l'autorisation d'exploiter parallèlement, plusieurs magasins franchisés appartenant à des secteurs ou à des enseignes différentes.

### **3-3-3 La franchise croisée :**

Par cette forme, le franchiseur devient franchisé d'une autre chaîne, tel l'exemple du groupe Accor qui est devenu le franchisé exclusif de la chaîne de restauration Quick, pour le marché de restauration concédée aux autoroutes, aéroports, gares, musées, etc.

### **3-3-4 La pluri-franchise :**

La pluri-franchise est une forme de franchise permettant à un franchisé de diriger plusieurs unités lui appartenant mais sous différentes enseignes.

Selon Hermel et Romagni (1992), la pluri-franchise consiste pour un franchisé en l'achat de plusieurs franchises<sup>92</sup>. Le Tourneau (1994) rejoint cette définition, en ajoutant que « *le franchisé adhère parfois à une ou plusieurs autres chaînes, offrant des produits ou services complémentaires à ceux de son premier et principal franchiseur* »<sup>93</sup>.

### **3-3-5 La multi franchise :**

Cette forme de franchise consiste pour le franchisé à ouvrir plusieurs magasins (établissements) sous la même enseigne (marque), tel l'exemple de McDonald's.

Cliquet, Perrigot et Picot-Coupey (2013) considèrent que la multi franchise est un « *Réseau au sein duquel des franchisés gèrent plusieurs unités leur appartenant et sous la même enseigne. On distingue la multi-franchise incrémentale dans laquelle le franchiseur donne l'autorisation au franchisé d'ouvrir un nouveau point de vente au coup par coup et l'accord dit de zone qui laisse au franchisé toute liberté d'ouvrir autant d'unités qu'il le*

---

<sup>91</sup>Le Tourneau Philippe, *Le Franchisage*, édition Economica, 1994, p 11.

<sup>92</sup> Hermel Laurent et Romagni Patrick, « La franchise de service », *Economica*, 1992, p 35.

<sup>93</sup> Le Tourneau Philippe, « Le franchisage », édition Economica, 1994, p 59.

*souhaite dans une zone géographique donnée (type d'accord très fréquent aux Etats-Unis) »<sup>94</sup>.*

### **3-3-6 La franchise hiérarchisée :**

Il existe des réseaux dans lesquels la structure est hiérarchisée ; elle comprend en dessous du franchiseur ou du maître franchisé, des franchisés régionaux qui outre la responsabilité de leur établissement franchisé, ont la charge de recruter et d'assister de nouveaux franchisés dans la région en cause sans être, à proprement parler, des maîtres franchisés, c'est-à-dire sans avoir à en répondre envers le franchiseur.<sup>95</sup>

## **4- Les contrats voisins de la franchise :**

Boulay et Chanut (2010) énumèrent les cas suivants <sup>96</sup> :

**4-1 Licence de marque :** un contrat par lequel le titulaire d'une marque confère à un tiers (le licencié) le droit d'apposer ladite marque sur ses propres produits et/ou d'en faire un usage commercial, notamment à titre d'enseigne.

C'est le contrat le moins contraignant pour le distributeur : les conditions de la commercialisation ne sont guère contrôlées. Seul est vendu le droit d'usage de la marque ou de l'enseigne. Il est souvent adopté lors du lancement d'un réseau puis abandonné au profit de contrats plus contraignants pour le distributeur. Nous le retrouvons généralement dans le commerce et réparation automobiles, équipement du foyer.

**4-2 Concession :** un contrat par lequel un commerçant ou industriel, appelé concédant, délivre à un nombre limité de commerçants (concessionnaires) le droit de vendre un ou plusieurs produits.

Dans ce contrat, le fournisseur concède une exclusivité territoriale à son concessionnaire, c'est-à-dire un monopole des ventes sur une zone de chalandise définie contractuellement. En contrepartie, le concessionnaire s'engage à une exclusivité d'approvisionnement auprès du fournisseur. Marque et produits sont communs. Nous

---

<sup>94</sup> Cliquet Gerard, Perrigot Rozenn et Picot-Coupey Karine. (2013), « La franchise : enjeux et perspectives, in : Recherches et innovations en sciences de gestion », Editors: F. Moraux and L. Bironneau, Presses Universitaires de Rennes.

<sup>95</sup>Le Tourneau Philippe, « Le franchisage », édition Economica, 1994, p 17.

<sup>96</sup> Boulay Jacques et Chanut Odile, « Les Réseaux De Franchise », la découverte, paris 2010, p16.



retrouvons généralement ce type de contrat dans le commerce et réparation automobiles, agencement de cuisine.

**4-3 Commission-affiliation** : un contrat par lequel le commerçant (affilié) vend des produits pour le compte de son fournisseur, qui reste propriétaire des stocks. Il est rémunéré par une commission (et non une marge).

Ce contrat diffère du contrat de franchise car le stock du point de vente reste la propriété du franchiseur. C'est lui qui supporte le coût du stock et le risque de mévente. Il est adopté dans les secteurs d'activité dans lesquels la gestion du stock est particulièrement sensible en termes de rentabilité. Le commerçant affilié perd toutefois en indépendance.

Nous retrouvons ce type de contrat dans les activités de prêt-à-porter.

**4-4 Location- gérance** : un contrat permettant à un propriétaire d'un fonds de commerce ou artisanal d'en concéder totalement ou partiellement la location à un gérant qui l'exploite à ses risques et périls. Dans certains cas, le franchiseur est le propriétaire du fonds de commerce et le loue au franchisé. Un contrat de location-gérance s'ajoute alors au contrat de franchise. C'est notamment le cas, lorsque la tête de réseau, pour des raisons stratégiques, veut garder la maîtrise du fonds de commerce. Ou encore lorsque les investissements liés à l'achat du fonds de commerce sont trop élevés pour le franchisé, au regard de sa surface financière. La situation peut être temporaire (avec cession programmée du fonds au franchisé après quelques années) ou plus durable. Nous le retrouvons souvent dans les activités d'hôtellerie, restauration rapide, grande distribution alimentaire.

S'ajoute à cette liste d'autres formes de contrats, voisins au contrat de franchise tels que :

**4-5 Le contrat d'agence commercial** : qui dans lequel, l'agent agit au nom et pour le compte de son mandant. A l'inverse du contrat de franchise, où le franchisé est un commerçant indépendant, inscrit au registre du commerce, il n'agit pas en qualité de mandataire lorsqu'il entretient en toute indépendance une relation directe avec un client. Ainsi aucun élément ne laisse apparaître qu'il agit au nom et pour le compte du franchiseur<sup>97</sup>.

---

<sup>97</sup>Simon, François.-Luc, « L'identification du contrat de franchise, in Droit de la franchise: actualité jurisprudentielle », numéro spécial, LPA, 2007, N° 229.  
[https://www.simonassocies.com/upload/file/Numero\\_special\\_Petites\\_Affiches\\_Sommaire\\_151107.pdf](https://www.simonassocies.com/upload/file/Numero_special_Petites_Affiches_Sommaire_151107.pdf)  
Consulté le 03/07/2018.

**4-6 Le contrat de partenariat commercial** : il ne fait pas l'objet d'une définition légale. Il s'agit d'un contrat hybride, *sui generis*, destiné à régir les engagements pris par chacune des parties, pour un partenariat sur la durée : engagement d'achat, grille tarifaire, prestations annexes à une opération de vente, etc. Les obligations de chacune des parties sont donc définies sur-mesure, en fonction de ce qu'elles souhaitent prévoir<sup>98</sup>. Ce contrat se retrouve très ressemblant au contrat de franchise, sauf quelques spécificités qui font toute sa différence.

Dans un contrat de partenariat, l'accord entre les parties repose sur un intérêt commun ; et un mode de décision participatif. Il se base sur l'échange de connaissances et d'expériences. Les contractants sont alors au même niveau, ce qui implique un mode de développement horizontal, ce concept devient alors une affaire de tous. À l'inverse, du contrat de franchise qui se développe de manière verticale, puisque le franchiseur offre aux franchisés un savoir-faire égale et uniforme. Ces derniers s'engagent à l'appliquer à la lettre en contrepartie d'une rémunération.

Cependant, le partenariat rejoint la franchise en ce qui concerne, le transfert de connaissances, de savoir-faire, ainsi que le droit d'exploiter un concept par des partenaires en contrepartie d'une rémunération (direct soit-elle ou indirect).

**4-7 Le contrat de mandat** : appelé aussi « une procuration », régit un acte par lequel une personne (le mandant) donne à une autre personne (le mandataire) le droit de faire quelque chose pour elle et en son nom, durant une période souvent déterminée par le mandant, contrairement au contrat de franchise, dans lequel le franchisé agit en son nom et pour son propre compte.

Ce type de contrat peut englober toutes les affaires du mandant ou uniquement certaines affaires déterminées préalablement par lui. Toutefois, le contrat de mandat peut se retrouver dans un système de franchise notamment dans le cadre des franchises financières<sup>99</sup>.

**4-8 Le contrat de représentation exclusive** : est un contrat innommé, par lequel « *le concédant (fournisseur) s'oblige à livrer au concessionnaire (distributeur) des biens déterminés, et à lui assurer l'exclusivité (totale ou partielle) de la distribution dans un territoire déterminé. Le concessionnaire s'oblige à son tour à payer le prix des biens et d'en*

---

<sup>98</sup> Linkea, « Le contrat de partenariat », <https://www.linkea-avocats.com/p-le-contrat-de-partenariat-commercial24> . Consulté le 11 /07/2018.

<sup>99</sup><https://www.gouache.fr/lexique-contrat-mandat-gouache-avocat.html>. Consulté le 16/07/2018.

*promouvoir la vente dans ce territoire. Ce contrat se caractérise par une vente à livraison successive, et une clause d'exclusivité* »<sup>100</sup>.

Selon Pichonnaz (2012), le contrat de représentation exclusive rejoint le contrat de franchise, d'une part, par le fait que dans les deux contrats, le distributeur est indépendant juridiquement et dépendant économiquement. Et d'autre part, par le fait que, le concessionnaire comme le franchisé agissent en leurs noms et pour leurs propres comptes. Cependant, dans le contrat de représentation exclusive, il est possible de mettre fin au contrat, en cas de faillite du fournisseur ou du distributeur, contrairement au contrat de franchise.

**4-9 Contrat de distribution sélective :** est un contrat par lequel, d'une part, le fournisseur donne le droit à un ou plusieurs distributeurs, sélectionnés en fonction de critères objectifs et prédéterminés par lui, de vendre ses produits et/ou services de manière non exclusive, et d'autre part, le fournisseur autorise le distributeur à vendre d'autres produits concurrents. On retrouve ce type de contrat, dans les secteurs où il existe une grande intégration entre le fabricant et les distributeurs tels que dans les produits de luxe.

Selon l'article premier du règlement (UE) N° 330/2010 de la commission du 20 avril 2010, la distribution sélective est un arrangement contractuel qui est défini comme étant « *un système de distribution dans lequel le fournisseur s'engage à ne vendre les biens ou les services contractuels, directement ou indirectement, qu'à des distributeurs sélectionnés sur la base de critères définis, et dans lequel ces distributeurs s'engagent à ne pas vendre ces biens ou ces services à des distributeurs non agréés dans le territoire réservé par le fournisseur pour l'opération de ce système* »<sup>101</sup>.

Sur le plan de l'analyse économique, la distribution sélective est considérée comme étant une pratique verticale restrictive de concurrence mais qui demeure néanmoins agréée par les autorités de la concurrence lorsqu'elle permet d'obtenir certains avantages économiques.<sup>102</sup>

Ce contrat rejoint le contrat de franchise, dans le fait que, dans les deux contrats, le distributeur et/ou le franchisé commercialisent les produits fournis par le fournisseur ou le franchiseur.

---

<sup>100</sup>Pascal Pichonnaz. « La pratique contractuelle 3 », Le contrat de franchise : état de son évolution, Schulthessédition ROMANDES, 2012.

<sup>101</sup> Art 1, lettre e, règlement (UE) N° 330/2010 de la commission du 20 avril 2010 concernant l'application de l'article 101, paragraphe 3, du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées, Journal officiel de l'Union européenne, 23/04/2010.

<sup>102</sup> Henriot-Bellargent Jeanne-Marie, consécration de la distribution sélective des produits de parfumerie de marque aux plans économique et juridique. Gaz. Pal 1985.

Néanmoins, il existe des différences entre ces deux contrats. Dans le contrat de distribution sélective, il est question uniquement de commercialiser le produit avec une absence d'assistance et de savoir-faire contrairement au contrat de franchise où la mise en œuvre du savoir-faire acquis par le franchiseur est très importante. De plus, dans la distribution sélective, la vente de produits concurrents est autorisée, à l'inverse du contrat de franchise, dans lequel, elle est interdite.

**4-10 : Le contrat de commerce associé** : appelé aussi la coopérative de commerçants, est l'un des contrats les plus importants dans le commerce de détail. Dans ce type de contrat, les adhérents « commerçants » ne sont pas uniquement propriétaires de leur point de vente, ils décident également de la politique du réseau dans lequel ils sont actionnaires. A cet effet, ils partagent leurs connaissances, leurs savoir-faire et leurs moyens. Contrairement au contrat de franchise, où le franchisé est propriétaire de son point de vente et indépendant des autres franchisés du même réseau.

4-11 Le contrat de sous-traitance : représente un choix économique de production consistant pour un donneur d'ordre à confier intégralement ou partiellement à une autre entreprise un certain nombre d'activités. La sous-traitance résulte uniquement d'une dépendance économique<sup>103</sup> et s'inscrit de ce fait dans le cadre des politiques d'impartition.

Dans certain cas de sous-traitance, le donneur d'ordre peut être un franchiseur et/ou le sous-traitant un franchisé, raison pour laquelle ce contrat est l'un des plus ressemblant à celui de la franchise. Toutefois, la différence entre la franchise et la sous-traitance relève du moyen de distribution. Ainsi, contrairement à la franchise, dans le contrat de sous-traitance le sous-traitant ne commercialise pas directement ses produits au consommateur final sous l'enseigne de son donneur d'ordres.

Ce type de contrat est souvent utilisé dans le secteur du bâtiment, de la parfumerie et du textile et habillement.

**4-12 Le contrat de joint-venture** : est défini comme étant « *une association entre plusieurs entreprises indépendantes qui choisissent de mener à bien un projet ou une activité spécifique en coordonnant les compétences, moyens et ressources nécessaires plutôt que de*

---

<sup>103</sup> Baudry Bernard, « Contrat, autorité et confiance. La relation de sous-traitance est-elle assimilable à la relation d'emploi ? », Revue économique, N° 43, 1992, pages 871-885.

*mettre en œuvre ce projet ou cette activité de manière autonome, en supportant seules les risques, et en affrontant seules la concurrence et, de fusionner entre elles ou de procéder à des cessions ou acquisitions d'activités»<sup>104</sup>.*

La joint-venture est une forme de collaboration, de coopération, de partenariat ou encore d'alliance entre deux ou plusieurs entreprises dans le but de réaliser une opération économique particulière. Selon Bouvier (2015) la joint-venture peut être « *un instrument au service de la franchise* »<sup>105</sup>.

Ces deux derniers types de contrat sont souvent considérés comme étant très proche du contrat de franchise.

Ainsi, la franchise rejoint par sa fonction, plusieurs formes de contrats cités ci-dessus. Toutefois, elle se distingue des autres contrats par l'obligation du franchiseur de transférer un savoir-faire original, substantiel et formalisé à ses franchisés et de lui porter assistance. Une exclusivité territoriale est parfois concédée au franchisé (avec son corollaire ; l'exclusivité d'approvisionnement total ou partiel auprès de la centrale d'achat du franchiseur), mais elle n'est ni obligatoire ni automatique.

---

<sup>104</sup> Garette Bernard et Dussauge Pierre, Les stratégies d'alliance, Les éditions d'organisations, 1995, p. 27.

<sup>105</sup> Bouvier Amandine, Regards sur le contrat de franchise. Droit. Université Montpellier, 2015. Français, p128.

## Section 2 : La franchise dans la littérature

Il existe dans la littérature plusieurs courants théoriques qui tentent d'apporter des explications à l'existence et le développement de la franchise.

### 1- Explications théorique de la franchise :

#### 1-1 La franchise et la théorie d'agence (théorie des incitations):

Jensen et Meckling (1976) définissent la relation d'agence comme étant un contrat par lequel une ou plusieurs personnes (le principal) engage(nt) ont recours aux services d'une autre personne (l'agent) pour exécuter en son nom une tâche quelconque, qui implique une délégation de nature décisionnelle (un certain pouvoir de décision) à l'agent<sup>106</sup>. Cette définition de la théorie de l'agence s'appuie sur la relation principal-agent, elle décrit les relations entre les actionnaires (principal) et le manager (agent). Ces agents ont des intérêts contradictoires ; d'une part, les actionnaires cherchent avant tout à maximiser la valeur de la firme et d'une autre part le manager cherche à maximiser son revenu et donc la taille de l'entreprise.

La franchise est présentée par la théorie de l'agence comme étant un mode d'organisation qui incite à l'effort et minimise les coûts organisationnels « coûts de surveillance, coûts de coordination, coûts de contrôle »<sup>107</sup>. Selon Norton (1988), la franchise est l'une des formes organisationnelles qui permet de limiter les problèmes d'agence<sup>108</sup> tels que « la sélection adverse »<sup>109</sup> et le « danger moral »<sup>110</sup>.

Pendant longtemps, Kaysen et Turner (1959), Turner (1969), Comanor et Wilson (1979) ont considéré la franchise comme étant responsable de produire des effets anti-concurrentiels :

---

<sup>106</sup> Boulay Jacques, Chanut Odile, « Les réseaux de franchise », édition la découverte, paris 2010, p 34.

<sup>107</sup> Fulop Christina et Forward Jim, "Insight Into Franchising: a Review of Empirical and Theoretical Perspectives", The Service Industries Journal, vol 17, N° 4, 1997, pages 603-625.

<sup>108</sup> Norton Seth, «An Empirical Look at Franchising as an Organizational Form», The Journal of Business, vol 61, N° 2, avril 1988, pages 197-218.

<sup>109</sup> La « sélection adverse » est un type d'opportunisme qui se développe avant que deux parties aient commencé l'échange. Une des parties fausse ses intérêts, ses capacités financières, son passé dans le but d'obtenir des termes plus favorables dans l'échange.

<sup>110</sup> Le « danger moral » est un opportunisme post-contractuel qui exploite l'asymétrie de l'information sur les performances futures. Il apparaît dans une relation d'échange quand une des parties ne peut pas directement observer le comportement ou le résultat des autres.

cartellisation, rationnement de la production et augmentation des coûts<sup>111</sup>. Cette dernière a été légitimée sur le plan théorique grâce à la théorie de l'agence. Cette pratique constitue alors une réponse efficace au souci d'assurer à coût minimum la protection des actifs incorporels créés par les producteurs. Elle apparaît ainsi comme un moyen privilégié de minimiser les coûts de contrôle du principal et les coûts de dédouanement de l'agent<sup>112</sup>.

Selon Raimbourg (1989) « une relation d'agence apparaît dès lors qu'un particulier (ou une entreprise) confie plus ou moins partiellement la gestion de ses propre intérêt à autrui »<sup>113</sup>.

Cette définition de la relation d'agence est générale, et s'applique à plusieurs disciplines. Dans le cadre d'une franchise, la relation à analyser est celle qui lie le franchiseur et le franchisé. Le principal (franchiseur) confie à l'agent (franchisé) la gestion d'une unité en contre partie de la perception de redevances.

Cependant, selon Allix-Desfautaux, les agents économiques peuvent être tentés de minimiser leurs efforts, ainsi qu'à tricher. Ce comportement opportuniste, est le problème principal d'agence, cela peut engendrer des couts qu'on appelle (coûts d'agence), définis comme étant des coûts d'alignement des motivations des principaux (franchiseurs) et des agents (franchisés), qui incluent l'engagement contractuel et la surveillance »<sup>114</sup>.

La franchise permet alors de contourner les problèmes d'agence :

**1 Problème de la dispersion géographique** : la distance existante entre le principal et l'agent dans un même réseau peut être à l'origine de procédures longues et des coûts de contrôle. Dans le cas de la franchise, le franchiseur (principal) est habilité à la supervision, le contrôle et l'assistance des franchisés (agents) qui se développent au sein d'un même réseau. Rubin (1978) a été l'un des premiers auteurs à traiter la question de la dispersion géographique dans l'analyse de la franchise. Selon lui, cette dispersion des unités constitue des coûts important pour l'organisation de la firme. Le recours à la franchise est alors essentiel pour répondre au

---

<sup>111</sup>Kaysen et Turner 1959, Turner 1969, Comanor et Wilson 1979. Cité dans Glais Michel. « Les apports théoriques récents en économie industrielle et la nouvelle gestion de la politique de la concurrence ». Revue d'économie industrielle, vol. 51, 1er trimestre 1990, pages 255-275.

<sup>112</sup> Michel Glais. « *Les apports théoriques récents en économie industrielle et la nouvelle gestion de la politique de la concurrence* ». Revue d'économie industrielle, vol. 51, 1er trimestre 1990, pages 255-275.

<sup>113</sup>Raimbourg (1989) cité dans Allix-Desfautaux Catherine (1998), « le choix de la franchise », revue française de gestion, vol 118, pages 59- 65.

<sup>114</sup> Allix-Desfautaux Catherine (1998), « Le choix de la franchise », revue française de gestion, vol 118, pages 59-65.

problème de contrôle lié à l'accroissement de dispersion géographique. De même, les études réalisées par Brickley et Dark (1987), Carney et Gedajlovic (1991) et Thompson (1992)<sup>115</sup> rejoignent les résultats de Rubin (1978).

Selon les études réalisées par Norton (1988) et Lafontaine (1992), les analyses en termes de densité des points de vente sur une zone géographique aboutissent à la même conclusion: les points de ventes isolés génèrent des coûts de contrôle élevés. De ce fait, il est préférable de recourir à la franchise. Tandis que des magasins rapprochés recourent à un mode succursaliste. Ainsi, il est alors possible de réaliser des économies d'échelle en termes de coûts de contrôle<sup>116</sup>.

Penard, Raynaud et Saussier (2004) rejoignent cette idée et considèrent que « l'expansion géographique d'un réseau de franchise est une variable stratégique majeure pour sa performance. L'objectif recherché est la réalisation d'économies d'échelle notamment sur la promotion des produits »<sup>117</sup>.

Allix-Desfautaux (1998) considère que « la franchise internationale peut apparaître comme une formule permettant de minimiser les coûts d'agence générés par la distance, qui sépare l'entreprise franchiseur et les opérations locales ».<sup>118</sup>

**2 Problème de surveillance:** la relation franchiseur/franchisé serait, dans ce cadre, favorable à la diminution du besoin de supervision et de contrôle. Ainsi, les coûts liés à ces actions seront réduits. Le principal (franchiseur) supporte les coûts de surveillance afin de limiter le comportement opportuniste de l'agent (franchisé). Mais vise toutefois à minimiser ces coûts afin de maximiser la valeur du réseau ; D'autre part, le franchisé, qui est motivé par le profit, s'intéresse plus à exécuter son travail correctement, comme il a été assignée par le franchiseur, qu'à tricher. Ainsi le besoin de supervision et les coûts de surveillances diminuent car le franchisé est propriétaire et ses intérêts sont supérieurs à ceux d'un salarié.

Le franchiseur (propriétaire de l'enseigne) se voit relativement rassuré en termes de contrôle. Néanmoins, le contrôle au sein du réseau de franchise reste essentiel, voire même

---

<sup>115</sup>Brickley et Dark (1987), Carney et Gedajlovic (1991) et Thompson (1992), cité dans Allix-Desfautaux Catherine « Le choix de la franchise », revue française de gestion, vol 118. (1998), pages 59-65.

<sup>116</sup>Norton (1988) et Lafontaine (1992). Cité dans Boulay Jacques et Chanut Odile, « Les réseaux de franchise », édition la découverte, paris 2010, p 36.

<sup>117</sup> Pénard Thierry, Raynaud Emmanuel, Saussier Stéphane. «Théories des contrats et réseaux de franchise ». Revue française d'économie, vol18, n°4, 2004, pages 151-191.

<sup>118</sup>Catherine Allix-Desfautaux (1998), « Le choix de la franchise », revue française de gestion, vol 118. Pages 59-65.



indispensable, afin d'éviter tout comportement qui n'est pas en accord avec les décisions et les objectifs de ce dernier.

**3 Problème du comportement opportuniste :** l'opportunisme est l'un des principaux problèmes d'agence. Il est interprété comme une manipulation de l'information (Asymétrie d'information)<sup>119</sup> dans le but de favoriser son propre intérêt (Risque moral)<sup>120</sup>. Selon Pierre Yves Gomez (1996), l'opportunisme n'est pas dû à la nature humaine mais plutôt à un système de référence normatif collectivement construit (souvent dû à la recherche de l'intérêt privé)<sup>121</sup>.

Selon le rapport de la FFF «Fédération Française de la Franchise» (2004)<sup>122</sup>, l'opportunisme est défini comme étant l'ensemble des conduites de mauvaise foi visant à réaliser des gains individuels au-delà du profit normal de l'échange. Il peut s'effectuer par un filtrage ou une déformation de l'information, mais aussi par manquement aux engagements pris. Trois types d'opportunisme sont alors repérés :

-la « sélection adverse » est un type d'opportunisme qui se développe avant que deux parties aient commencé l'échange. Une des parties fausse ses intérêts, ses capacités financières, son passé, dans le but d'obtenir des termes plus favorables dans l'échange. Cette forme d'opportunisme est réduite dans le cadre de la franchise puisque le franchiseur établit un audit approfondi du projet du franchisé. Si ce dernier est considéré comme peu scrupuleux ou ces montages et informations sont insuffisantes, il sera éliminé.

-le « danger moral » est un opportunisme post-contractuel qui exploite l'asymétrie de l'information sur les performances futures. Il apparaît dans une relation d'échange quand une des parties ne peut pas directement observer le comportement ou le résultat des autres. Dans le cas de la franchise, le franchiseur est habilité à inspecter les unités de son réseau (franchisés), ainsi qu'imposer au franchisé un cahier de charge contraignant, qui a pour objectif de réduire les problèmes post-contractuels. De plus, il est en droit de résilier le

---

<sup>119</sup> L'asymétrie d'information, veut dire qu'une des deux parties contractante possède plus d'information que l'autre. Cette asymétrie d'information renvoie à l'axiomatique de l'information parfaite. A partir du moment où l'information n'est pas parfaite, correcte et complète. L'efficacité allocative du marché est remise en cause et les transactions deviennent coûteuses. Ainsi l'asymétrie d'information est la principale source du comportement opportuniste.

<sup>120</sup> Le risque moral qualifié « d'opportunisme ex post » : existe lorsqu'une des parties contractantes a recours à des actions cachées afin de léser par la seconde partie. Soit parce que cette dernière est moins bien informée, ou que le contrat est incomplet.

<sup>121</sup> GOMEZ Pierre Yves, Le gouvernement de l'entreprise, édition Inter-éditions, Paris, 1996, p52.

<sup>122</sup> FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.

contrat dans le cas où les axes du contrat n'ont pas été respectés. De ce fait, le danger moral est considéré comme étant limité dans le cas de la franchise.

-le « hold-up » apparaît suite à la présence de capitaux et d'investissements spécifiques. Par exemple, une entreprise forme un employé. Ce dernier peut se montrer opportuniste en menaçant de résilier son contrat. Dans le cas de la franchise, ce risque est faible puisque le franchiseur, afin de se protéger des fausses manœuvres des franchisés, fait appel à des avocats spécialistes en franchise pour rédiger le contrat de franchisage.

Allix-Desfautaux (1998) considère que le système de franchise est un moyen efficace et rapide pour développer l'image de marque du réseau dans la mesure où chaque franchisé en est le représentant. De plus, de nombreuses franchises sont réputées pour la force particulière de leurs noms de marque et pour leurs dépenses de promotion<sup>123</sup>. Minkler et Park (1994) rejoignent cette idée, en ajoutant que le franchisé ayant le droit d'utiliser le nom de marque du franchiseur, se doit de partager avec lui les bénéfices<sup>124</sup>.

Selon Chaudey et Fadairo (2007), l'utilisation d'une marque commune par des unités autonomes (franchisés) appartenant à un même réseau, constitue le cœur de la définition de la franchise. Ainsi, « la réputation du réseau » et « la marque » représentent les principaux apports du franchiseur aux franchisés. Ces actifs immatériels sont vulnérables aux comportements des membres du réseau. Ils renvoient à l'idée selon laquelle toutes les marques n'ont pas la même valeur. Quand le réseau jouit d'une bonne réputation, la marque est un gage de qualité aux yeux des consommateurs. Mais quand la valeur de la marque est élevée, les gains d'un comportement opportuniste le sont aussi. En raison de l'externalité de publicité, un franchisé a la possibilité de se comporter en « passager clandestin » en profitant des efforts des autres points de vente pour promouvoir la marque, sans en subir les coûts.<sup>125</sup>

Selon l'étude réalisée par la Fédération Française de la Franchise «FFF» (2004), l'opportunisme des acteurs de la franchise apparaît sous deux formes. La première c'est le «hold-up» qui est dû à la difficulté d'établir des critères objectifs, ce qui permet de partager le surplus d'efficacité qui est dû à un usage conjoint des actifs de production grâce à un mode

---

<sup>123</sup> Allix-Desfautaux Catherine, « Le choix de la franchise », revue française de gestion, vol 118, 1998, pages 59-65.

<sup>124</sup> Minkler Alanson et Park Timothy. "Asset Specificity and Vertical Integration in Franchising", Review of Industrial Organization, JSTOR, vol. 9, N°. 4, 1994, pages 409-423.

<sup>125</sup> Chaudey Magali et Fadairo Muriel, « Réputation Des Réseaux De Franchise Et Restrictions Verticales Un travail empirique sur données françaises », revue économique N°4, Vol 58, juillet 2007, pages 891-914.

spécifique de coordination (le cas de la franchise)<sup>126</sup> ; la seconde forme d'opportunisme, est l'aléa moral qui est issu d'un défaut d'observabilité. Cette situation est rencontrée à titre d'exemple : lorsqu'une partie du contrat ne fournit pas la contrepartie attendue par la seconde partie, et que cette dernière ne peut pas mesurer précisément le dommage qu'elle a subi. Cette situation reflète le comportement du « passager clandestin » ou « free rider ». Étant donné que le franchisé est considéré comme propriétaire de son entité durant la période précisée dans le contrat, les coûts de surveillance engagés par le franchiseur afin de surveiller le franchisé sont minimales. Ainsi, la franchise apparaît comme une solution aux problèmes de « passager clandestin, free rider ».<sup>127</sup>

Selon l'étude réalisée par Allix-Desfautaux (1998) « le comportement en passager clandestin peut conduire certains distributeurs à ne pas offrir les services particuliers favorables à l'information des consommateurs et souhaités par le producteur. Les entreprises qui possèdent une marque de valeur risquent de se voir confrontées à un problème d'externalité tel que le comportement opportuniste des agents. L'information ayant un caractère collectif, il est difficile d'identifier et d'éliminer les individus qui se comportent en « passager clandestin » aux dépens de l'entreprise »<sup>128</sup>.

## **1-2 La Franchise et la théorie des coûts de transaction :**

Le coût de transaction est un coût issu d'un échange économique. Ce concept a été évoqué pour la première fois par Coase (1937). Selon lui, utiliser le mécanisme des prix engendre inévitablement des coûts, appelés « coûts de transaction ». A cet effet, l'entreprise tente d'économiser sur les coûts de transaction. Afin de pouvoir supporter des coûts tels que « les coûts liés à la compréhension du marché »<sup>129</sup>. Ensuite Dahlman (1979) a tenté de pousser un peu plus loin la définition des coûts de transaction par Coase (1937), en proposant une classification des coûts de transaction à partir des différentes phases du processus d'échange

---

<sup>126</sup>La quasi-rente organisationnelle dans le cas de la franchise, chacun des deux partenaires (exemple le franchisé) voit sa productivité de ses ressources augmenter sans qu'il soit possible d'imputer ce surplus de productivité à l'une quelconque des parties. Comme il n'existe pas de critère « objectif » permettant de partager cette quasi-rente, chaque partenaire tente naturellement de se l'approprier, selon l'étude réalisée par la FFF, 2004.

<sup>127</sup> FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.

<sup>128</sup> Allix-Desfautaux Catherine, « Le choix de la franchise », revue française de gestion, vol 118, 1998, pages 59-65.

<sup>129</sup> Coase Ronald, "The Nature of the Firm" , *Economica New Series*, Vol 4, N° 16. novembre 1937, pages 386-405.

lui-même. A cet effet, pour qu'un échange entre deux parties soit établi, il est nécessaire que les deux parties se cherchent, ce qui est coûteux en temps et en ressources. Si la recherche aboutit et que les parties prennent contact, elles doivent s'informer des possibilités d'échange qui pourraient se présenter, et le transfert de ces informations nécessitera à nouveau des ressources. Ensuite des coûts de prise de décision seront supportés avant la détermination des termes de l'échange. Souvent, de telles conditions ne peuvent être déterminées qu'après des négociations coûteuses entre les parties concernées. Une fois que la transaction aura été décidée, les coûts de contrôle et de surveillance de l'autre partie seront facturés, afin que ses obligations soient exécutées conformément aux conditions du contrat et de faire respecter l'accord conclu. Celles-ci représentent donc la première approximation d'un concept viable de coûts de transaction: coûts de recherche et d'information, coûts de négociation et de décision, coûts de maintien de l'ordre et d'application appelé aussi coûts de mise en application et contrôle<sup>130</sup>.

Dans la même période des années 1970, Williamson reprend les travaux réalisés par Coase (1937) sur les coûts de transactions, afin de développer ce concept. De nombreux travaux ont été réalisés dans ce cadre tels que : Williamson (1973<sup>131</sup>, 1976<sup>132</sup>, 1985<sup>133</sup>). Ainsi, cet économiste a souvent été considéré comme le fondateur de la théorie des coûts de transaction. Dans ces études liées aux coûts de transaction, il s'est intéressé à deux points, le premier concerne le comportement économique des agents (rationalité limitée<sup>134</sup> et comportement opportuniste), le second concerne l'environnement de la transaction (les actifs spécifiques<sup>135</sup>, la fréquence de la transaction, ainsi que la complexité et l'incertitude de l'environnement). Il a également distingué le coût de transaction « ex ante », lié à la recherche d'information, la sélection d'un contractant, la rédaction d'un contrat, et le coût de transaction

---

<sup>130</sup> Dahlman Carl, "The Problem of Externality", *Journal of Law and Economics*, Vol. 22, No. 1, avril 1979, pages 141-162.

<sup>131</sup> Williamson Oliver, "Markets And Hierarchies: Some Elementary Considerations", *Organizational Forms And Internal Efficiency*, Volume 63, N° 2, Mai 1973, pages 316-325.

<sup>132</sup> Williamson Oliver, "Franchise Bidding for Natural Monopolies-in General and with Respect to CATV", *The Bell Journal of Economics*, Volume 7, N° 1, 1976, pages 73-104.

<sup>133</sup> Williamson Oliver, "The Economic Institutions of Capitalism", Free Press, New York, 1985.

<sup>134</sup> La rationalité limitée est exprimée lorsqu'un agent n'optimise pas l'information afin de prendre la meilleure décision, mais se contente plutôt de la solution qui lui paraît satisfaisante.

<sup>135</sup> Claude Nègre, «Franchise et Nouvelle Théories de la Firme », *Encyclopédie Vente Et Distribution*, édition Economica, Février 2001. « *Un actif spécifique est un bien ou un service difficilement réutilisable pour un autre emploi. Il est dit spécifique lorsque sa valeur dans d'autres utilisations est plus faible que dans son utilisation actuelle. Cette spécificité des actifs constituent l'attribut essentiel de la transaction* ».

« ex post » lié aux ajustements nécessaires et à l'évaluation de comportement opportuniste »<sup>136</sup>.

L'explication de la franchise par la théorie des coûts de transaction tente principalement de mesurer le degré de spécificités des actifs de la franchise. A cet effet, « plus les actifs sont réputés spécifiques, plus le franchiseur s'expose à des coûts de transaction élevés en cas d'évolution vers une situation conflictuelle avec ses franchisés vu la non-redéployabilité des actifs »<sup>137</sup>. Selon Boulay et Chanut (2010), les actifs spécifiques représentent pour le franchisés, d'une part, l'ensemble des actifs physiques tels que (l'investissement dans l'achat d'un local commercial, d'un mobilier du point de vente, ou d'un matériel nécessaire à l'activité), d'autre part l'ensemble des actifs immatériels tels que (coût d'apprentissage pour se former aux méthodes et appliquer le concept, effort de communication auprès de la clientèle locale). Pour le franchiseur, « la marque ou l'enseigne » représente sont principal actif spécifique<sup>138</sup>. Ainsi, « les apports des franchisés et du franchiseur permettent de stabiliser la spécificité des actifs. De plus, l'affectation de l'actif à un usage précis, la conception des unités franchisées étant identique dans tout le réseau, ainsi que la dynamique de ce dernier par la fréquence des transactions permettent de développer des économies d'échelle ».<sup>139</sup>

Le comportement opportuniste peut engendrer des coûts importants si la valeur de la marque est élevée. Cependant, puisque le franchiseur est considéré comme propriétaire soumis au contrôle régulier du franchiseur, le risque du comportement opportuniste devient limité.

L'incertitude et la complexité du marché peuvent induire des coûts de transaction importants. Par conséquent, dans un environnement marqué par la complexité et l'incertitude, il sera judicieux et rationnel pour l'entreprise de recourir à la franchise afin de pouvoir réduire les coûts de coordination et les coûts de transactions. De plus, avant même que le franchisé intègre le réseau de franchise, le franchiseur sélectionne les membres de son réseau à travers la vérification de la faisabilité du projet et la démarche proposée par les franchisés. Cette analyse du franchiseur permet d'optimiser le bon fonctionnement du réseau, de préserver

---

<sup>136</sup>FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.

<sup>137</sup>Nègre Claude, « Franchise et Nouvelle Théories de la Firme », Encyclopédie Vente Et Distribution, édition Economica, Février 2001. P 196.

<sup>138</sup>Boulay Jacques, Chanut Odile, « Les reseau de franchise », édition la découverte, paris 2010, p 38.

<sup>139</sup>FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.

l'image de la marque et de diminuer le risque d'incertitude du marché. Si le franchisé est accepté dans le réseau, il sera guidé et accompagné par les conseils, les informations et l'assistance du franchiseur.

La rationalité limitée renvoie à « la capacité cognitive des individus est limitée (limite d'assimilation, de compréhension, de calcul, etc.). Cette limite des capacités et des connaissances individuelles débouche sur l'incomplétude des contrats. Les agents économiques ne peuvent en effet prévoir de façon parfaite l'évolution des facteurs qui influenceront sur leur relation »<sup>140</sup>. Dans le cas de la franchise, les connaissances, l'expérience et le savoir-faire (knowledge management) du franchiseur, sont disséminés auprès des différents membres du réseau (franchisés) qui s'appuient sur une formule ayant déjà fait ses preuves, afin de prendre une meilleure décision. Ceci donne lieu à une organisation intelligente<sup>141</sup>.

De nombreux auteurs considèrent que le recours à la franchise peut contribuer à la diminution des coûts de transaction ; D'autre part certains auteurs, tels que Dnes (1996), considèrent que « l'application de l'économie des coûts de transaction aux réseaux de franchise reste encore mince »<sup>142</sup>.

Les partisans de l'analyse économique des contrats pensent que les choix contractuels et organisationnels ont pour objectif d'atteindre une efficacité ainsi qu'une coordination efficace entre les parties contractantes. Ceci dit, il est question de maximiser la performance économique du système par la minimisation des coûts de transaction et de coordination, tout en contrôlant le comportement des acteurs. Ainsi, les deux principaux courants théoriques déjà cités, « la théorie d'agence » et « la théorie des coûts de transaction », sont des explications neo-institutionnelles économiques de la décision de franchiser<sup>143</sup>.

---

<sup>140</sup> Nègre Claude, « Franchise et nouvelles théories de la firme », Encyclopédie Vente Et Distribution, édition Economica, Février 2001, p 197.

<sup>141</sup> FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin

<sup>142</sup> Dnes (1996) cité dans Pénard Thierry, Raynaud Emmanuel, Saussier Stéphane. « Théories des contrats et réseaux de franchise ». Revue française d'économie, volume 18, n°4, 2004, pages 151-191.

<sup>143</sup> Boulay Jacques, Chanut Odile, « Les réseaux de franchise », édition la découverte, Paris 2010, p 39.

### 1-3 La franchise et la théorie de la rareté des ressources :

La rareté peut être définie comme étant « le résultat d'une confrontation entre l'envie ou besoin du consommateur et une disponibilité limitée de l'offre. De cette évaluation de deux états naît un sentiment de manque »<sup>144</sup>.

L'explication de la franchise par la rareté des ressources est de nature financière. Ainsi, très souvent le propriétaire d'un concept (le franchiseur) ne dispose pas de toutes les ressources nécessaires à l'extension et au développement de son réseau. L'investisseur (franchisé) de son côté ne dispose pas des connaissances, compétences et savoir-faire nécessaires à l'élaboration de son projet. Ainsi le recours à la franchise semble le moyen le plus adéquat pour le développement d'un projet lorsque les deux parties (propriétaire et investisseur) ne disposent pas des ressources nécessaires.

Oxenfeldt et Kelly (1969) distingue trois types de ressources rares dans le cadre du développement organisationnel d'un réseau de franchise. La première est la ressource financière, il s'agit des capitaux financiers qui permettent une croissance rapide et peu onéreuse du réseau de franchise. Le droit d'entrée et les royalties versées au franchiseur peuvent être une solution au problème de capitaux financiers. La seconde ressource est le savoir-faire, le talent et la disponibilité managériale des opérateurs. La troisième ressource est la connaissance des marchés locaux. Les candidats à la franchise (franchisés) doivent avoir une connaissance du contexte local et des particularités du marché dans lequel ils veulent investir (franchiser)<sup>145</sup>. Minkler (1990, 1992) voit que « la franchise est souhaitable quand une firme décide de s'étendre dans de nouvelles zones géographiques »<sup>146</sup>.

Allix-Desfautaux (1998) considère que la franchise apparaît comme un moyen de se procurer aisément des capitaux à faible coût. Cet avantage permet de se développer rapidement sur les marchés nationaux et internationaux. En conséquence, cela va avoir un effet sur la rentabilité du réseau qui va connaître une croissance.

Selon Boulay et Chanut (2010), le recours à la franchise est expliqué par la complémentarité des ressources du franchiseur par celles du franchisé. Par conséquent, le franchiseur choisit la franchise pour se développer et dupliquer de façon rapide, et peu

---

<sup>144</sup> Lallement Jeanne, « La rareté : définition et effets sur le comportement du consommateur », CERMAT – IAE de Tours IUT de La Rochelle, 14/12/2018.

<sup>145</sup> Oxenfeldt Alfred R et Kelly Anthony O (1969), cité dans Nègre Claude, « Franchise et Nouvelle Théories de la Firme », Encyclopédie Vente Et Distribution, édition Economica, Février 2001, p 195.

<sup>146</sup> Minkler (1990,1992) cité dans FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.

coûteuse, ses points de vente, alors même que ses moyens financiers, humains, commerciaux, et managériaux sont limités, mais apporte un concept distinct, un savoir-faire et une assistance continue. De son côté, le franchisé est vu comme étant un investisseur qui détient les capitaux nécessaires au développement du réseau du franchiseur, ou comme étant un entrepreneur autonome, qui fait part de son énergie, sa connaissance du marché local, et de ses qualités en tant que manager et commerçant. De ce fait, la franchise amoindrit le risque de l'activité en question, tout en permettant d'atteindre un résultat supérieur à celui d'une activité indépendante.

Ainsi, selon les partisans de l'explication financière, l'accroissement des ventes du franchiseur s'effectue grâce à l'investissement réalisé principalement par le franchisé. Parallèlement, il se produit un équilibrage des coûts de lancement et d'exploitation de la chaîne par les contributions des redevances initiales (droit d'entrée) et proportionnelle (redevances) versées par le franchisé<sup>147</sup>. De son côté, le franchiseur offre au franchisé des ressources telles qu'un concept particulier, une marque-enseigne, un savoir-faire spécifique et une assistance continue.

Enfin, l'explication du phénomène de la franchise, fondée sur une optique principalement financière, peut être qualifiée de traditionnelle.

#### **1-4 La franchise et la théorie des capacités dynamiques :**

La notion de « capacités dynamiques » a été introduite par Barton en 1992. Selon lui les capacités dynamiques représentent la capacité de l'entreprise à intégrer, développer et reconfigurer ses compétences internes et externes pour faire face à des environnements en évolution rapide. De ce fait, elles reflètent la capacité d'une organisation à obtenir de nouvelles formes innovantes d'avantage concurrentiel, en fonction des dépendances et des positions du marché<sup>148</sup>. Ainsi, il est important de noter que pour se développer de manière correcte dans un environnement marqué par les changements rapides, il est nécessaire d'acquérir rapidement les nouvelles formes d'utilisation des ressources.

En 1997, Teece, Pisano et Shuen se sont basés sur la notion de capacités dynamiques, afin de construire une nouvelle approche de la firme, complémentaire à celle définie par la

---

<sup>147</sup> Allix-Desfautaux Catherine « Le choix de la franchise », revue française de gestion, vol 118, 1998, p 41.

<sup>148</sup> Barton Leonard (1992). Cité dans Teece David, Pisano Gary et Shuen Amy, "Dynamic Capabilities and Strategic Management", Strategic Management Journal, Volume.18, N° 7. Aout 1997.



théorie des ressources. Dans cette perspective, ils affirment l'existence du lien entre capacités dynamiques et avantage concurrentiel. Ensuite en 2007, Teece appuie son idée initiale en considérant les capacités dynamiques comme des combinaisons de ressources, uniques, difficiles à imiter et qui peuvent fournir un avantage concurrentiel à l'entreprise. De plus, il représente la capacité d'une organisation à identifier, évaluer, et reconfigurer ses métiers<sup>149</sup>.

Selon Boulay et Chanut (2010), la franchise représente un système organisationnel, permettant de maintenir un avantage concurrentiel durable qui suppose une capacité d'apprentissage et une capacité d'innovation, et ensuite de diffusion au sein d'un même réseau, (un marché concurrentiel, suppose des innovations permanentes et donc une capacité à produire et à transmettre aux franchisés de nouveau savoir-faire), et ce afin d'assurer la pérennité du réseau et celle des franchisés.<sup>150</sup>

La théorie des capacités dynamiques représente alors une extension des approches basées sur les ressources des entreprises. Elle constitue un cadre théorique adapté pour analyser le choix d'une franchise comme forme de développement organisationnel. Selon l'étude réalisée en 2015 par Romain Weigel, le métier de franchiseur appelé aussi « deuxième métier » par la Fédération Française de la Franchise FFF, apparaît comme un constituant important de l'avantage concurrentiel des réseaux de franchise, qui peut être analysé à travers l'approche par les capacités dynamiques. Selon cet auteur, de nombreuses formes de compétences permettent de mettre en avant les capacités spécifiques du franchiseur dans la gestion de réseau. Normaliser, transférer, assister, communiquer, innover, contrôler, animer et soutenir représentent les compétences qui constituent le savoir-faire du métier de franchiseur. Ce dernier développe, ainsi, une capacité permettant de prendre en compte les évolutions du marché et de reconfigurer l'ensemble des compétences pour préserver l'avantage concurrentiel du réseau. Cette interprétation des capacités dynamiques rejoint celles mises en avant par David Teece en 2007. Ce dernier supposait que les capacités dynamiques recouvrent la capacité d'une organisation à identifier, évaluer, et reconfigurer ses métiers<sup>151</sup>.

---

<sup>149</sup> Teece David (2007) cité dans Prévot Frédéric, Brulhart Franck et Lavoisier Gilles Guieu, « Perspectives fondées sur les ressources Proposition de synthèse », revue française de gestion, N° 204, Mai 2010, pages 87-103.

<sup>150</sup> Boulay Jacques, Chanut Odile, « Les réseaux de franchise », édition la découverte, paris 2010, p 43.

<sup>151</sup> Romain Weigel, « Avantage concurrentiel des réseaux de franchise : une lecture dynamique », Groupe de Recherche Angevin en Economie et Management (Granem), COMMUNICATION, Congrès IAE, Renne, 10/12 juin 2015.

### **1-5 La franchise et la théorie de la dépendance des ressources :**

La théorie de la dépendance des ressources a été développée par Pfeffer et Salancik en 1978. Selon eux, une organisation est soumise à des contraintes externes. Néanmoins, elle peut continuer d'exister, dès lors qu'elle sache acquérir et maintenir les ressources nécessaires à sa survie. Toutefois, l'organisation est amenée à interagir avec d'autres éléments de son environnement en s'adaptant aux conditions de ce dernier ou en lui apportant certaines modifications, et ce afin d'obtenir ces ressources nécessaires. Ainsi, ces auteurs étudient deux variables, la dépendance aux autres entreprises et l'accès aux ressources, qui leurs permettent de considérer que l'environnement n'est pas une réalité objective sur laquelle le gestionnaire a un pouvoir. De plus, ils supposent qu'une organisation se trouve vulnérable face à son environnement lorsqu'elle n'est pas autonome et qu'elle est liée à un réseau, lui permettant d'acquérir des ressources nécessaires à sa survie, telle qu'un capital, un personnel qualifié, un savoir, une technique ou une technologie spécifique, etc. Ces dernières sont souvent contrôlées par l'environnement<sup>152</sup>. La théorie de la dépendance des ressources, se base sur la méconnaissance des interdépendances qui existent entre l'entreprise et certains acteurs de son environnement.

Selon Linda Rouleau (2008), si l'organisation est dépendante de ces ressources, (capital, personnel qualifié, savoir, etc.) l'environnement sera effectivement dans une situation contraignante. Par contre, si l'organisation contrôle les ressources dont elle a besoin, son environnement sera à cet effet moins contraignant<sup>153</sup>.

Toutefois, afin de diminuer l'incertitude liée à l'environnement, l'organisation se doit, d'une part, de déterminer sa dépendance vis-à-vis de son environnement et d'autre part de chercher à se délivrer du contrôle lié à l'acquisition ou l'alliance. Selon Scott et Davis (2007), les alliances impliquent des accords entre deux organisations ou plus, afin de poursuivre des objectifs communs par le biais d'une coordination des activités ou du partage de connaissances ou de ressources et peuvent inclure des contrats conjoints de recherche et développement, des ententes communes de fabrication et de commercialisation, des accords de licence et de franchise<sup>154</sup>.

---

<sup>152</sup> Pfeffer Jeffrey, Salancik Gerald (1978), cité dans Mayrhofer Ulrike, « Les Rapprochements D'entreprises : Perspectives Théoriques Et Managériales », Management Prospective Ed « Management & Avenir », N°14, Avril 2007, pages 81-99.

<sup>153</sup> Rouleau Linda, «Théories des organisations : approches classiques, contemporaines et de l'avant-garde », revue relations industrielles, Vol 63, N° 4, 2008, pages 779-781.

<sup>154</sup> Scott Richard et Davis Gerald (2007), cité dans : Davis Gerald, Cobb Adam, "Resource Dependence Theory: Past and Future", Research in the Sociology of Organizations, vol 28, 2010, pages 21-42.

Selon Gauzente et Dumoulin (2009), la théorie de la dépendance des ressources est « mobiliser pour justifier le choix de la franchise, laquelle offre un accès facilité à des ressources capitalistiques, managériales et locales »<sup>155</sup>.

Boulay et Chanut (2010) rejoignent cette idée, et considèrent que la théorie de la dépendance des ressources peut expliquer un certain type de franchise. Selon eux, la formation des alliances peut contribuer à sécuriser l'accès aux ressources stratégiques ou critiques, qui conditionnent la survie d'une organisation. Ainsi les coopérations interentreprises doivent être vues comme des environnements négociés, créés afin de limiter l'incertitude, de stabiliser les transactions et maintenir les ressources stratégiques. Ainsi, cette théorie peut expliquer la création de réseaux de franchise de productions qui ont pour objectif de sécuriser l'écoulement de leurs produits, tels l'exemple de l'entreprise « *Panidor* » (fabriquant de produits de boulangerie-pâtisserie) en créant l'enseigne Point Chaud en 1981. Ainsi, elle a pu contrôler les conditions de vente de ses produits en disposant d'un accès au consommateur final en dehors de la grande distribution alimentaire.<sup>156</sup>

### **1-6 La franchise et la théorie du signal :**

Cette théorie est fondée sur « l'asymétrie d'information ». Cette dernière entraîne une ignorance de la qualité du produit, du caractère du personnel ou encore du service présenté. Selon le rapport de la Fédération Française de la Franchise « FFF » (2004), deux éléments favorisent l'asymétrie d'information, le premier élément consiste en la nature de l'information recherchée (les renseignements concernant un concept de service ou la rentabilité prévisionnelle ne peuvent qu'être approximatifs ex-ante car il faut tester un concept pour pouvoir assurer le futur). Le second élément consiste en l'incapacité du candidat à vérifier et évaluer la justesse des renseignements donnés par le franchiseur<sup>157</sup>.

Lorsque l'employeur ou le dirigeant d'une entreprise dispose de plus d'informations ou d'informations plus exactes que celle de ses pourvoyeurs de fonds (investisseurs, commerçants, producteurs etc.), il est nécessaire d'insérer une politique de communication

---

<sup>155</sup> Gauzente Claire, Dumoulin Régis, « Introduction », Management Prospective Edition Management & Avenir, N° 22, février 2009, pages 132-136.

<sup>156</sup> Boulay Jacques, Chanut Odile, « Les réseaux de franchise », édition la découverte, paris 2010, p44.

<sup>157</sup> FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.

efficace. Pour ce faire, l'employeur a recours au signal. Le diplôme et la publicité peuvent être considérés comme étant « des signaux » envoyés à un employeur potentiel.

Selon Spence (1974)<sup>158</sup>, (1981)<sup>159</sup>, l'entreprise peut s'appuyer sur des signaux comme la publicité ou le diplôme afin de faciliter les choix assurant une meilleure productivité ou une meilleure satisfaction, devenus difficile par l'asymétrie d'information. Gallini et Wright (1990)<sup>160</sup>, tentent d'examiner la signalisation par une entreprise disposant d'informations privées sur la valeur de son innovation, en se concentrant sur le signal post-invention signalant aux acheteurs potentiels les droits sur l'innovation. De plus, ils s'intéressent au choix de la forme contractuelle qui confère l'avantage informationnel tout en décourageant l'imitation. Gallini et Lutz (1992)<sup>161</sup>, présentent une explication à la mixité des réseaux en termes de signal de la « qualité de la marque ». Selon eux, le franchiseur possède une information plus complète sur la valeur du système de la franchise que celle en possession du franchisé. Beggs (1992)<sup>162</sup>, dans son article tente d'expliquer le jeu signalisation entre l'acheteur (qui connaît la valeur du brevet) et le vendeur.

Baker et Dant (2008) considèrent que la théorie de la signalisation se concentre sur les externalités des imperfections du marché et des asymétries de connaissances pour expliquer le choix organisationnel. Selon eux, les signaux sont des outils qui permettent d'atténuer le problème asymétrique d'information existant entre les acteurs du marché qui disposent d'informations pertinentes pour les autres acteurs du marché qui en ont besoin. De ce fait, les entrepreneurs ont recours à la franchise afin de faire face aux problèmes d'information asymétrique. Ils considèrent que le franchiseur peut affirmer de manière forte et crédible la robustesse de son système, en exploitant directement une masse importante de points de vente (unités appartenant à une entreprise). De ce fait, les entrepreneurs peuvent plus facilement convaincre les investisseurs potentiels de la viabilité de leur projet en effectuant des investissements personnels directs dans leurs entreprises. En d'autres termes, la théorie de la signalisation prédit que les systèmes de franchise commenceront par ouvrir une masse critique d'unités appartenant à une société afin d'établir la crédibilité de leur nom de franchise.

---

<sup>158</sup> Spence Michael. "Market Signaling; informational; transfer in hiring and related screening process", Harvard U.Press. 1974, p 32.

<sup>159</sup> Spence Michael, "Signaling, Screening, and Information", the National Bureau of Economic Research, University of Chicago Press, 1981, pages 319-358.

<sup>160</sup> Gallini Nancy et Wright Brian, "Technology Transfer under Asymmetric Information", The RAND Journal of Economics, Volume 21, N° 1, 1990., pages 147-160.

<sup>161</sup> Gallini Nancy et Lutz Nancy, "Dual Distribution and Royalty Fees in Franchising", Journal of Law Economics and Organization· Vol 8, N°3, janvier 1992, pages 471-501.

<sup>162</sup> Beggs Alan, "The licensing of patents under asymmetric information", International Journal of Industrial Organization, North-Holland, Wadhams College, Oxford, UK, vol 10, 1992. pages 171-191.

Cependant, après l'établissement de la marque, la société investira dans le développement d'unités franchisées<sup>163</sup>.

Selon Dant et Kaufmann (2003), la théorie de la signalisation présente un exposé très différent de la franchise. Elle suppose que les unités franchisées soient préférées à la longue aux unités appartenant à l'entreprise. A cet effet, la signalisation est une question particulièrement importante dans le franchisage de format d'entreprise, car ce dernier implique le transfert de noms commerciaux et de savoir-faire opérationnels, qui sont tous deux des actifs incorporels, et en particulier des imprévus de gestion importants pour les systèmes moins bien établis.

Les entreprises tentent alors de contrer les effets néfastes de telles asymétries d'information en utilisant divers dispositifs de signalisation tels que des garanties, des prix, de la publicité et des promotions pour signaler la qualité des produits. De leur côté, les franchisés sont vraisemblablement motivés par l'incitation au profit. Par conséquent, ils sont tenus de gérer leurs unités de manière compatible avec la maximisation des bénéfices. Cependant, les deux auteurs n'ont pas trouvé d'appui au compte de la théorie de la signalisation concernant la dynamique du système de franchise<sup>164</sup>.

### **1-7 La franchise et la théorie des contrats incomplets :**

La théorie des contrats incomplets est également appelée « Nouvelle théorie des Droits de Propriété ». Dans la mesure où l'un de ses principaux objectifs consiste à expliquer et à formaliser le rôle de la propriété comme gestionnaire des incitations. Cette théorie des contrats incomplets fournit une explication à l'intérêt de l'intégration verticale fondée sur le lien entre propriété des actifs et droits résiduels de contrôle sur l'actif physique, qui est au cœur de la transaction<sup>165</sup>. Les travaux de Hart et Grossman (1986) supposent que les droits contractuels peuvent être de deux types: les droits spécifiques et les droits résiduels (l'achat de ces droits résiduels représente la propriété)<sup>166</sup>.

---

<sup>163</sup> Baker Brent et Dant Rajiv, "Stable Plural Forms in Franchise Systems: An Examination of the Evolution of Ownership Redirection Research", *Strategy and Governance of Networks: Cooperatives, Franchising, and Strategic Alliances*, édition Physica-Verlag, 2008, pages 87-112.

<sup>164</sup> Rajiv Dant, Patrick Kaufmann, "Structural and strategic dynamics in franchising", *Journal of Retailing*, Vol 79, N°2, 2003, pages 63-75.

<sup>165</sup> Olivier Sautel, «L'évolution de la théorie des contrats incomplets face à la dé-intégration verticale », *Revue D'économie Industrielle*, 2007, pages 5-5.

<sup>166</sup> Grossman Sanford et Hart Oliver. "The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration". *Journal of Political Economy*. Vol 94, N° 4, 1986, pages 691-719.

Selon Chaserant (2007), «*La théorie des contrats incomplets regroupe l'ensemble des travaux qui modélisent les causes et les conséquences de l'incomplétude contractuelle à partir de l'hypothèse d'une rationalité standard. Elle définit un contrat incomplet comme un contrat ne mentionnant pas certaines contingences susceptibles de se produire durant une transaction. Cette incomplétude s'explique par l'invérifiabilité de ces contingences par un tiers, c'est-à-dire, par l'existence d'une asymétrie d'information entre les contractants et le tribunal chargé de l'exécution du contrat, due à l'existence de coûts de contractualisation* »<sup>167</sup>.

Selon les travaux de Fares et Saussier (2002), la théorie des contrats incomplets se rapproche de la théorie des coûts de transaction développée par Williamson. Puisqu'elle essaye toutes les deux de proposer une analyse des choix contractuels en termes de contrat incomplet. Selon eux, la théorie des contrats incomplets part du principe que les problèmes contractuels, résultent soit d'une asymétrie d'information entre les contractants ou de l'incomplétude des contrats. Ils supposent que l'information entre les agents est supposée symétrique, tout en écartant le facteur de la rationalité limitée de Williamson, puisque selon eux, les agents sont supposés être parfaitement rationnels<sup>168</sup>. Quant à l'incomplétude des contrats, celle-ci est due à une imperfection de l'institution judiciaire.

Pour Crossman et Hart (1986), les problèmes contractuels découlent soit des coûts de transaction liés à l'écriture des clauses du contrat, soit des problèmes de vérifiabilité de l'information par les contractants<sup>169</sup>. De cette incomplétude de contrat découle le principe de « propriété des actifs » qui est défini par Olivier Weinstein (2012), comme étant « *le droit de choisir les usages d'un actif, dans la limite de ce qui est permis par le droit, la coutume ou des contrats antérieurs* ». <sup>170</sup>

Un contrat de franchise est considéré comme étant « *un contrat incomplet* »<sup>171</sup>, dans la mesure où il n'est pas possible de prédire tous les événements possibles au cours de la période du contrat. Il est donc difficile de déterminer les droits et obligations du franchiseur et des franchisés. Ainsi, les contractants peuvent être face à une situation imprévue qui les pousse à

---

<sup>167</sup> Chaserant Camille, « Les fondements incomplets de l'incomplétude Une revue critique de la théorie des contrats incomplets », Revue d'analyse économique, volume 83, N° 2, juin 2007, pages 227-253.

<sup>168</sup> Farès M'Hand, Saussier Stéphane. « Coûts De Transaction Et Contrats Incomplets ». Revue française d'économie, volume 16, N°3, 2002, pages 193-230.

<sup>169</sup> Sanford Grossman et Oliver Hart. "The Costs And Benefits Of Ownership: A Theory Of Vertical And Lateral Integration" .Journal of Political Economy, Volume 94, N°4, 1986, pages 691-719.

<sup>170</sup> Olivier Weinstein, « Les Théories De La Firme », revue des Idées économiques et sociales, N° 170, avril 2012, pages 6-15.

<sup>171</sup> Gillian Hadfield, "Problematic Relations: Franchising and the Law of Incomplete Contracts", Stanford Law Review, Volume 42, N° 4, Avril 1990, pages 927-992.

redéfinir les clauses du contrat. Cette renégociation et réinterprétation des termes du contrat sont les causes du contrat incomplet.

L'incomplétude des contrats de franchise permet aux deux parties contractantes d'obtenir un meilleur profit, en modifiant les termes du contrat dans le cas où un nouvel événement survient. Toutefois si les modifications des clauses du contrat sont dues à une asymétrie de l'information (diffusion inégale d'information), ou à un comportement opportuniste d'une des deux parties, cela aura comme conséquence l'existence de conflit entre les contractants.

Selon Penard, Raynaud et Saussier (2004), lorsque les parties contractantes sont soumises à une situation d'incertitude, et sont incapables de prédire l'ensemble des événements pouvant survenir dans le futur, le contrat établi est un contrat incomplet. *« L'incomplétude contractuelle est la notion utilisée par l'analyse économique, pour tenir compte du fait que pour certaines transactions, les parties sont incapables d'incorporer dans le contrat, différents éléments futurs qui peuvent avoir une influence sur la valeur créée par la relation... par exemple, si un événement survient qui oblige les parties à modifier leur comportement, l'une ou l'autre des parties peut avoir intérêt à essayer de renégocier les termes de l'accord de manière à obtenir un partage de la valeur plus favorable. De la même manière les parties peuvent avoir des interprétations divergentes sur les conséquences d'un événement imprévu »*<sup>172</sup>.

Les travaux de Lutz (1995) attestent que les contrats de franchise présentent une remarquable uniformité dans la répartition des bénéfices unitaires entre le franchiseur et le franchisé pendant la durée du contrat de franchise<sup>173</sup>. Penard, Raynaud, et Saussier (2004) considèrent que l'incomplétude est essentiellement due à l'impossibilité de contractualiser les coûts des unités (donc les profits). De plus, quelle que soit la forme du transfert monétaire entre le franchisé et le franchiseur (droit de propriété ou royalties), la propriété des actifs joue un rôle motivant lorsque les contrats sont incomplets. Les actifs dans le cas de la franchise sont principalement : la marque commerciale et les points de vente. Les différentes allocations de ces actifs entre franchiseur et franchisé vont avoir des effets différents sur les niveaux

---

<sup>172</sup> Penard Thierry, Raynaud Emmanuel, Saussier Stéphane, « La Mixité Des Réseaux De Franchise : Logique Economique Et Influence Ur La Nature De La Relation Franchiseur-Franchisé », ATOM/DECAS, centre d'analyse théoriques des organisations et des marchés, mai 2004.

<sup>173</sup> Lutz Nancy, " Ownership rights and incentives in franchising", Journal of Corporate Finance, vol 2, 1995, pages 103-131.

d'efforts des deux parties. Les profits courants et futurs d'une unité dépendent alors de l'effort du franchisé et du franchiseur<sup>174</sup>.

### **1-8 La franchise et le courant du mix organisationnel ; développement des formes mixtes de réseau :**

Pendant longtemps, les études ont essentiellement porté sur l'avantage de la franchise par rapport à la solution détenue par la société notamment la succursale, soulignant qu'une franchise réduisait les problèmes d'agence dans une stratégie de croissance. Selon Shane (1996), les formes organisationnelles hybrides offrent un moyen de surmonter les problèmes d'agence de sélection adverse et d'aléa moral lors de la sélection d'une part, et l'assimilation et du suivi de nouveaux gestionnaires d'autre part. Par conséquent, les formes hybrides permettent aux entreprises de dépasser les limites imposées par la direction à la croissance des entreprises et donc de croître plus rapidement. Il considère alors que le franchisage en tant que stratégie d'expansion a un effet positif significatif sur sa croissance et sa survie de l'entreprise<sup>175</sup>.

Plus tard, la littérature a radicalement changé. En partant du principe que de nombreux réseaux d'entreprise préfèrent le « *faire et faire faire* » aux « *faire ou faire faire* ».

Les travaux de Bradach et Eccles (1989) s'appuient sur le principe de « *fabriquer et acheter* ». Ils proposent le terme « *forme plurielle* » afin d'expliquer le recours des chaînes aux nombreux mécanismes de gouvernance. De plus, ils considèrent que la coexistence de plusieurs formes d'organisation peut provenir du fait qu'aucune de ces formes ne domine les autres selon les diverses dimensions de la performance<sup>176</sup>.

L'étude de Bradach 1997, concernant l'utilisation de « la forme plurielle » ou « la pluralité statutaire », dans la gestion des chaînes adoptées par de nombreuses enseignes de restauration aux États Unis, lui a permis de considérer que la coexistence entre franchise et succursale favorise un développement rapide du réseau, en faisant face aux défis que rencontre l'entreprise (la croissance du nombre d'unités, l'uniformité du réseau, la réactivité

---

<sup>174</sup> Pénard Thierry, Raynaud Emmanuel, Saussier Stéphane. « Théories des contrats et réseaux de franchise ». Revue française d'économie, volume 18, N°4, 2004, pages 151-191.

<sup>175</sup> Scott Shane, "Hybrid Organizational Arrangements And Their Implications For Firm Growth And Survival: A Study Of New Franchisors", Georgia Institute of Technology, Academy of Management Journal, Volume 39, N° 1, 1996, pages 216-234.

<sup>176</sup> Bradach Jeffrey, et Eccles Robert, "Price, authority, and trust." Annual Review of Sociology, Palo Alto, CA: Annual Reviews. Volume 15, N°97, Janvier 1989, pages 97-118.



locale, l'adaptation globale du réseau)<sup>177</sup> . Cependant, ces nombreux effets de synergie, mènent à la coexistence de formes efficaces et inefficaces. Chabaud, Lavit d'Hautefort et Saussier (2009) s'appuient sur ce point afin de remettre en question la nécessité de combiner des unités possédées (succursales) et des unités franchisées afin d'obtenir une efficacité pour l'entreprise.<sup>178</sup>

Selon Bradach (1998), le réseau peut se développer en propre (succursale) ou en franchise, cependant les deux formes de croissance présente des limites.

---

<sup>177</sup>Bradach Jeffrey, "Using the Plural Form in the Management of Restaurant Chains" *Administrative Science Quarterly*, Vol. 42, No. 2, Juin 1997, pages 76-104.

<sup>178</sup> Chabaud Didier, Lavit d'Hautefort Arnaud et Saussier Stéphane « The Rational of Plural Forms: An Empirical Study at the Chain Level », *SSRN Electronic Journal*.10.2139/ssrn.1408165, 2009, 26 pages.

**Tableau 3 : Modèles opérationnels de développement en réseau selon Bradach :**

| Défi du réseau                | Franchise  | Succursale   | Réseau Mixte  |
|-------------------------------|--|--|---|
| Croissance du nombre d'unités | La difficulté de se développer en franchise consiste à trouver des candidats franchisés de qualité   | Le développement en succursale implique la nécessité de renforcer les services centraux pour assurer le support du nouveau point de vente et son contrôle. | La mixité permet alors à la chaîne, de recourir à la forme de développement qui lui paraît la plus adaptée à la situation du moment et au contexte local.   |
| Uniformité du réseau          | Les unités du réseau de franchise sont dirigées par un entrepreneur-indépendant (franchisé). L'uniformité du réseau de franchise dépend de l'incitation et la persuasion | La succursale est dirigée par un manager salarié. L'uniformité du réseau de (succursale) dépend de l'autorité hiérarchique employeur-salarié               | La mixité favorise l'uniformité du réseau à travers deux processus :<br>-Processus de modélisation : favorise l'adoption d'une franchise multiunité, qui a tendance à reproduire la même structure organisationnelle et le même mode de management que ceux de la tête du réseau<br>- Processus Cliquet : suppose qu'un réseau mixte favorise une dynamique qui repose sur l'émulation entre les points de vente des deux formes d'organisation (franchise et succursale), et qui n'hésitent pas à prendre dans leur propre unité les innovations ou adaptations réussies dans l'autre forme organisationnelle. |

|                                       |  |   |  |
|---------------------------------------|--|---|--|
| <p>La réactivité locale</p>           | <p>Dans une situation de compétitivité avec une concurrence. La franchise signale rapidement auprès de la tête du réseau les innovations observées chez les concurrents. Le franchisé prend l'initiative de contrecarrer indépendamment cette concurrence si besoin.</p> | <p>La succursale est plus lente à faire remonter auprès de la tête du réseau les observations qui concerne les concurrents.</p> | <p>La mixité offre deux avantages complémentaires en termes de réactivité aux évolutions locales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les succursale présente dans une zone mixant (franchise et succursale) est plus réactive aux évolutions locales que celle qui est située dans une zone essentiellement succursaliste « <i>processus d'apprentissage local</i> ».</li> <li>- la plus grande réactivité observée du franchisé exerce également une pression sur les services centraux du franchiseur « <i>processus de pression du marché</i> ».</li> </ul> |
| <p>L'adaptation globale du réseau</p> | <p>Afin de répondre aux menaces et opportunité de son environnement, le franchisé se fie à son expérience locale</p>   | <p>La succursale se base sur l'expertise centralisée afin de s'adapter aux évolutions du marché local</p>                       | <p>La mixité permet la circulation de l'information entre les services centraux, à travers un processus d'apprentissage mutuel. Ce qui permet au réseau d'être plus performant en termes de qualité d'adaptation, de rapidité d'identification des opportunités à saisir.</p>  |

Source : inspiré de Bradach (1998) cité dans Boulay Jacques et Chanut Odile, « Les réseaux de franchise », édition la découverte, paris 2010, p 47 à 50.

### **1-9 La franchise et la théorie des jeux répétés :**

Un jeu répété est expliqué par la répétition sur le long terme du même jeu d'étape. Un jeu est composé de joueurs, possédant à leurs dispositions plusieurs actions et un ensemble de gains. Cette situation est qualifiée de "stratégique" puisque les gains d'un joueur dépendent des actions de tous les autres joueurs. Ainsi, chacun des joueurs choisit habilement l'action qu'il va jouer, en tenant compte des intérêts et des gains des autres joueurs. De ce fait, la théorie des jeux permet d'étudier les situations dans lesquelles des preneurs de décisions interagissent<sup>179</sup>.

La relation entre franchisés et franchiseurs est caractérisée par la répétition sur une durée indéterminée, puisqu'il est possible de renouveler le contrat de franchise sans limite, si les parties contractantes y trouvent leurs intérêts. Toutefois, le contrat de franchise peut être interrompu et la relation répétée rompue, en présence d'un comportement opportuniste, du franchiseur (en ne respectant pas ses engagements en terme de formations ou d'innovation), ou du franchisé (en fournissant un niveau d'effort insuffisant afin de stimuler les vente dans les autre unités). Le contrat de franchise étant un contrat incomplet, il est difficile pour un tiers de vérifier la qualité des engagements<sup>180</sup>, dans cette relation de coopération qui lie le franchiseur et ses franchisés. Cette relation repose alors sur un contrat relationnel. La théorie des contrats relationnels introduit le concept de relation continue (répétée), de solidarité, de convergence d'intérêt, ainsi que la confiance qui représente le principal élément d'une relation dynamique et durable.

Selon Chanut (2004), la franchise représente un système inter-organisationnel, qui s'appuie sur un mode de coopération « donnant-donnant » entre entreprises indépendantes (franchiseur et franchisés). Ces deux parties contractantes interagissent dans le cadre de contrats dits « relationnels ». Selon lui, la théorie des jeux répétés rejoint les développements sur l'échange relationnel à travers la prise en compte de « l'horizon temporel indéterminé » dans les stratégies de coopération.<sup>181</sup> Ainsi, Axelrod (1992) démontre que, dans un jeu qui comprend plusieurs étapes, les individus ont intérêt à collaborer jusqu'à la dernière partie. Cependant, parfois, si un jeu est joué un nombre fini de fois et que ce nombre est connu

---

<sup>179</sup> Le Treust Maël. « Théorie de l'information, jeux répétés avec observation imparfaite et réseaux de communication décentralisés ». Thèse De Doctorat en physique, Université Paris Sud - Paris XI, 2011.

<sup>180</sup> Il est difficile de vérifier certains engagements des franchiseurs et des franchisés (mesurer la qualité de l'activité de formation offerte par le franchiseur, ou mesurer le sérieux et la qualité de service mis-en-œuvre par le franchisé).

<sup>181</sup> Chanut Odile. « Etude exploratoire sur les enjeux de l'arrivée à maturité d'un réseau de franchise : pouvoir, confiance et contrat ». Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Novembre 2004, Dijon, France.

d'avance, les joueurs n'ont pas toujours intérêt à coopérer, et ils adoptent un comportement égoïste et opportuniste lors de la dernière partie, ne se souciant généralement pas des autres acteurs. A cet effet, seule l'indétermination de la fin du jeu garantit la coopération. Dans le cas d'une franchise, franchiseurs comme franchisés ont intérêt à s'inscrire dans une relation durable (indéterminée), et même à laisser croire à une volonté à prolonger la relation commerciale après le terme du contrat, afin d'assurer une certaine confiance entre les deux parties contractantes, et de créer une coopération mutuelle d'un jeu « gagnant-gagnant »<sup>182</sup>.

### **1-10 La franchise et la théorie classique du capital :**

La théorie classique du capital suggère que les capitaux (financiers, humain, physique, etc.) doivent être investis là où ils seront mieux rémunérés (Sraffa, 1926). De ce fait, le franchisage semble être une excellente alternative d'investissement, qui permet une meilleure rémunération des moyens mis-à-disposition par l'investisseur. Dans une ère d'internationalisation, les flux de biens et services augmentent, ce qui implique un mouvement croissant du capital. Ce dernier prend une forme d'implantation à l'étranger à travers la création d'une filiale ou une prise de participation dans le capital d'une entreprise étrangère. Le principe de l'avantage monopolistique appuie cette vision et permet d'expliquer comment une entreprise étrangère (franchise française à titre d'exemple) ayant un meilleur savoir-faire, une meilleure technologie, des techniques de gestion supérieures et une image de marque connue permettant de réaliser des économies d'échelle, est plus compétitive qu'une entreprise locale (franchise algérienne). Selon Onana, Bi Batoum et Wanda (2013), « *une entreprise d'origine chinoise a par exemple intérêt à investir au Cameroun, si la rémunération des moyens engagés (dans les facteurs travail et/ou capital) y est plus élevée qu'en Chine. L'entreprise étrangère est plus performante si elle dispose d'un savoir-faire technologique et/ou de gestion supérieure, d'une image positive, de marques connues et d'un effet de taille permettant de réaliser des économies d'échelle* »<sup>183</sup>.

---

<sup>182</sup> Axelrod Robert (1992), cité dans Chanut Odile. Cycles de vie et événements-ruptures dans la franchise : conséquences sur le pilotage de la relation franchiseur-franchisés. Une approche par le contrat psychologique, Thèse pour l'obtention du doctorat en Sciences de Gestion, Université de Savoie, 2007.

<sup>183</sup> Onana Anaclét Ananga, Bi Batoum Joseph Bikay et Wanda Robert, « Les Déterminants De La Compétitivité Des Franchises Internationales : Une Analyse Empirique Du Cas Du Cameroun », Revue Congolaise de Gestion, N°18, Février 2013, pages 9-44.

### **1-11 La Franchise Et La Théorie D'internationalisation :**

Selon Teece (1986), l'internationalisation et l'approche par les coûts de transaction sont identiques. Les deux voient dans l'entreprise une réponse à la "défaillance" du marché. Les entreprises à but lucratif intériorisent leurs activités, ce qui permet de réduire les coûts d'organisation et de transaction des entreprises. L'approche du coût des transactions est microanalytique et se concentre sur les transactions économiques et la multinationale en tant qu'unité d'analyse de base. Ainsi, l'un des principaux objectifs de l'organisation économique est d'économiser les coûts, au sens large, des transactions commerciales au fil du temps. L'auteur utilise les principes de coûts de transaction afin de classer ces transactions en catégories. La première, pouvant être supportées par des marchés non assistés et la seconde, devant être intégrées à l'entreprise multinationale pour assurer une gouvernance efficace. Le cadre des coûts de transaction, selon lui, est également appliqué à la relation multinationale entre entreprise et pays hôte afin de déterminer dans quelle mesure les contrats de gestion constituent un substitut efficace aux prises de participation dans les économies des pays hôtes<sup>184</sup>.

Selon Buckley et Casson (1976), la théorie de l'internationalisation estime que le processus interne produit au sein d'une entreprise multinationale est quelquefois plus efficient en termes de coûts de transaction qu'une transaction sur le marché. Ces deux auteurs ont soutenu que les gains d'efficacité pourraient être réalisés en encourageant les entreprises à octroyer des licences de technologie, à condition de créer un cadre de confiance approprié.

En 2003, Buckley et Casson confirment leurs prédictions, et considèrent que la concentration industrielle parmi les multinationales n'a pas augmenté de la manière prédite par les critiques<sup>185</sup>. La pression exercée par les gouvernements hôtes et les propres actionnaires des multinationales a conduit à un recours accru au franchisage, à la sous-traitance et à d'autres solutions contractuelles autres que l'investissement étranger direct<sup>186</sup>. Il est alors préférable

---

<sup>184</sup> Teece David, "Transactions Cost Economics And The Multinational Enterprise", *Journal of Economic Behavior and Organization* 7, North-Holland, 1986, pages 21-45.

<sup>185</sup> Les critiques suggèrent, que des droits de propriété intellectuelle plus forts, plutôt que des droits de propriété plus faibles, encourageraient les entreprises à partager leurs technologies. Une atmosphère de confiance basée sur des réseaux informels pourrait également aider. Dans les années 1980, un nombre croissant de firmes ont exploré ces options par le biais d'alliances stratégiques et de coentreprises, une tendance qui a également permis aux entreprises de combiner des technologies spécialisées complémentaires pour concevoir des produits hautement sophistiqués.

<sup>186</sup> Buckley Peter et Casson Mark, "The Future of the Multinational Enterprise in retrospect and in prospect", *Journal of International Business Studies*, Mars 2003, pages 219-222.

d'exploiter des technologies existantes à travers une structure propre à l'étranger tels qu'une filiale ou une franchise, plutôt que les vendre dans le cadre d'un accord de licence à un concurrent originaire du pays concerné.

Dunning suppose qu'une firme multinationale peut se développer à l'étranger par le biais d'un investissement direct à l'étranger, une cession de licence ou encore une exportation. Le choix du mode de pénétration du marché étranger est fonction de la conjecture entre trois types d'avantages, (OLI : *Ownership advantage, Location advantage, Internalization advantage*), le premier avantage correspond à la possession d'un actif spécifique tels qu'un brevet, une marque, un secret commercial. Le second signifie que l'actif doit être durable pour l'entreprise de l'exploiter à l'étranger plutôt que dans le pays d'origine. C'est un avantage de la localisation à l'étranger, et vise à minimiser les coûts de production, de commercialisation, etc. Le troisième avantage s'explique par le fait qu'il y a moins d'avantages à sous-traiter qu'à exploiter soi-même cet actif spécifique. C'est un avantage à l'internalisation, en vue de contourner ou d'éviter le risque lié à la vente de technologie aux autres firmes pour ne pas s'exposer à la concurrence.<sup>187</sup> Dans son article de 1995, John Dunning reconfigure le paradigme éclectique en considérant que l'internationalisation donne un meilleur accès aux ressources étrangères, ainsi qu'au transfert de ses ressources vers l'étranger<sup>188</sup>.

Cœurderoy et Ghertman (1997) rejoignent la vision de Teece (1986) et Buckleu et Casson (2003), en considérant que « l'une des principales avancées théoriques récentes sur l'entreprise multinationale s'est faite à travers le développement des modèles d'internalisation fondés sur l'existence de coûts de transaction ». Selon eux, le fondement de la théorie de l'internalisation s'appuie sur l'idée que l'intégration transfrontalière d'activités de production ou de vente est mise en œuvre afin de remédier aux imperfections liées aux marchés des biens et des facteurs. Dans ces situations, les échanges par le biais du marché ou du contrat peuvent connaître d'importantes barrières commerciales qui augmentent les coûts liés aux transactions, voire rendent ces derniers impossibles. Ainsi, selon eux, l'internalisation ne vise pas à éliminer le marché, mais plutôt à modifier ces frontières. A cet effet, deux points en résultent. Le premier considère que ce qui représentait une série de transactions transitant par le marché ou le contrat devient une série de transactions gérées par un réseau de contrats de travail. Le second point suggère que l'organisation des transactions au sein d'une hiérarchie est une

---

<sup>187</sup> Le dico du commerce international, « Modèle de Dunning (éclectique) ». <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/modele-de-dunning-eclectique.html>. Consulté le 17/01/2019.

<sup>188</sup> Dunning John. « Reappraising the eclectic paradigm in age of alliance capitalism », *Journal of International Business Studies*, volume 26, 1995, pages 461-491.

solution dont le coût d'organisation ne se justifie que tant que celui-ci demeure inférieur aux bénéfices qu'apporte l'internalisation<sup>189</sup>.

Selon Eroglu(1992), l'internationalisation est un processus dans lequel des entreprises ou des industries renforcent progressivement leur implication internationale. Dans son article, il tente d'examiner l'internationalisation du phénomène de la franchise. L'intention du franchiseur à vouloir se développer à l'international résulte d'une comparaison effectuée entre les coûts engagés et les bénéfices engendrés. Eroglu distingue dans son étude deux facteurs aptes à déterminer la force de l'intention à s'internationaliser qui sont les facteurs organisationnels (interne) et les facteurs environnementaux (externe). La prémisse du modèle est que la décision de franchise internationale évolue à la suite de l'évaluation du compromis entre les risques perçus et les gains potentiels d'une sortie à l'étranger, dont l'issue influe sur l'intention et les mesures qui en découlent. Le risque perçu est défini comme l'incertitude à laquelle une personne fait face lorsqu'elle ne peut prévoir les conséquences de sa décision. Cette définition met en évidence deux dimensions pertinentes du risque perçu: la probabilité et le résultat. Eroglu voit que l'internationalisation de la franchise permet aux industries dont les produits ne peuvent pas être exportés (tels que les services) une opportunité d'expansion du marché. De plus, cette forme d'internationalisation comporte moins de risques que d'autres moyens d'internationalisation, notamment l'investissement direct<sup>190</sup>.

McIntyre et Huszagh (1995) tentent à travers leur article d'expliquer le processus d'internationalisation de la franchise dans la mise en œuvre d'une stratégie d'expansion du marché.<sup>191</sup>

welch (1989) s'appuie sur le concept international de cycle de vie des produits, afin d'élaborer un modèle de développement global des systèmes de franchise, et d'examiner le processus d'entrée internationale des franchiseurs australiens<sup>192</sup>.

Selon Ghantous, Chameroy, Léo et Philippe (2012-2013), la décision de s'internaliser est une décision stratégique due soit à une motivation interne qui découle d'une réflexion

---

<sup>189</sup> Coeurderoy Régis et Ghertman Michel, «Transferts internationaux de compétences et théorie de l'internalisation : une recherche sur le cas des sociétés de services informatiques », acte de communication à la VIème Conférence de l'AIMS – Montréal, Canada, du 01 au 03 Juin 1997.

<sup>190</sup> Eroglu Sevgin, "The Internationalization Process of Franchise Systems: A Conceptual Model", *International Marketing Review*, Vol 9, N°5, 1992, pages 19-30.

<sup>191</sup> McIntyre Faye et Huszagh Sandra, "Internationalization of Franchise Systems", *Journal of International Marketing* Vol 3, N°4, 1995, pages 39-56.

<sup>192</sup> Welch Lawrence, "Diffusion of Franchise System Use in International Operations", *International Marketing Review*, Vol 6, N° 5, 1989, pages 7-19.



active de la part du franchiseur ou encore d'une motivation externe qui peut être déclenchée par une sollicitation de candidats internationaux à la franchise<sup>193</sup>.

### **1-12 La franchise et la théorie du contrôle externe ; théorie de l'écologie des populations :**

Le pouvoir qu'exerce l'environnement sur les organisations est encore plus affirmé dans la théorie de l'écologie des populations. Selon Aldrich et Pfeffer (1976), le rôle de l'environnement est suffisant pour expliquer les phénomènes organisationnels et leur évolution. Les organisations sont sujettes à un nombre important de pressions qui les maintiennent dans un état d'inertie structurelle<sup>194</sup>.

Selon Pilling, Henson et Yoo (1995), l'écologie des populations, en tant que modèle de concurrence dynamique, est appliquée à l'étude des systèmes de franchise. Le cadre d'écologie des populations représente un point de départ par rapport aux recherches antérieures sur les systèmes de franchise en offrant une perspective différente à la fois sur la forme organisationnelle et sur la concurrence entre formes organisationnelles. L'application de la logique et la méthodologie d'écologie des populations à l'étude des systèmes de franchise consiste à comparer les franchises (en tant que population) séparément avec des unités franchisées appartenant à la société (en tant que population) et des exploitations indépendantes (en tant que population). L'objet est, d'une part, de comprendre les effets de la concurrence et des conditions environnementales sur chaque forme organisationnelle, ainsi que d'évaluer l'adéquation de chaque forme organisationnelle à son environnement, et d'autre part, d'évaluer la capacité relative des unités franchisées par rapport aux unités non franchisées (en tant que populations) à faire face à la concurrence. Ainsi, l'écologie des populations met l'accent sur une perspective dynamique de la concurrence, qui inclut la capacité d'une population à s'adapter aux changements de son environnement, une dimension importante de son avantage concurrentiel. De plus, elle offre une explication alternative à la théorie de la réorientation. Les modifications de la proportion de franchises dans un système de franchise peuvent résulter de processus de sélection naturelle plutôt que de décisions de la

---

<sup>193</sup> Ghantous Nabil, Chameroy Fabienne, Léo Pierre-Yves et Philippe Jean, « L'intériorisation Des Réseaux De Franchise : Processus et Clefs du Succès », Fédération Française de la Franchise 2012-2013.

<sup>194</sup> Aldrich Howard et Pfeffer Jeffrey, "Environment of Organizations" Annual Review of Sociology · vol 2, N° 1, Aout 1976, pages 79-105.

direction de racheter des franchises. Cette explication peut être selon eux vérifiable étant donné la disponibilité des données au niveau de la chaîne de franchises<sup>195</sup>.

Selon le rapport de la Fédération Française de la Franchise « FFF » (2004), « *Les principes de l'écologie des populations analysent les apparitions et disparitions d'organisation dans des populations diverses. L'écologie des populations examine l'effet de la concurrence et des conditions environnementales sur différentes formes organisationnelles (franchise, forme intégrée, commerce indépendant) et analyse le caractère approprié des configurations par rapport à leurs environnements* »<sup>196</sup>.

Dumoulin et Gauzente (2008) considèrent qu'en termes d'analyse macro-économique l'écologie des populations s'intéresse à l'évolution des formes organisationnelles selon une perspective darwinienne. Ainsi, la concurrence entre les formes organisationnelles existantes est sanctionnée par la survie de la forme la plus adaptée à l'environnement (qui procède à une opération de filtrage). Plus précisément, dans le domaine de la franchise, la théorie de l'écologie des populations permet d'examiner les facteurs pesant sur la survie des réseaux de franchise, tels que l'obsolescence postulée des formes organisationnelles, l'accès à des ressources nécessairement limitées et la densité de la population accroissant la concurrence<sup>197</sup>.

### **1-13 La franchise et les explications néo-institutionnaliste sociologiques :**

Bien que le néo-institutionnalisme économique et le néo-institutionnalisme sociologique soient liés par des racines communes, toutefois, ces deux approches sont différentes de par leurs explications. Le néo-institutionnalisme économique auquel appartient la théorie des coûts de transaction, théorie des droits de propriété, théorie de l'agence, théorie évolutionniste, etc., s'appuie sur une explication économique de l'émergence puis le développement d'organisation et de population d'organisation. Le néo-institutionnalisme sociologique, quant à lui, se base sur des dimensions sociales, des études culturelles, de la phénoménologie, de l'ethnométhodologie, et la psychologie cognitive à l'œuvre dans le processus de structuration du champ économique (environnement et entreprise). Autrement dit, ce modèle met en évidence le cadre cognitif plus que le cadre normatif, en portant

---

<sup>195</sup> Pilling Bruce, Henson Steve et Yoo Boonghee, "Competition Among Franchises, Company-Owned Units and Independent Operators", *Journal of Marketing Channels*, vol 4, N° 112, 1995, pages 177-195.

<sup>196</sup> FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.

<sup>197</sup> Dumoulin Régis et Gauzente Claire, « Proposition d'un agenda de recherche néoinstitutionnaliste sociologique à l'étude du déploiement de la franchise en France », communication à la XVIIème conférence de l'AIMS, du 28-31 Mai 2008, Nice, France.

attention aux effets des systèmes de croyances à l'œuvre dans l'environnement des organisations. La théorie institutionnaliste sociologique retrouve son importance dans l'explication des relations économiques, qui ne sont pas uniquement fondées sur des considérations économiques (réduction de coût de transaction), mais sur un faisceau d'interaction sociale, rapport de confiance entre les agents économique etc.<sup>198</sup> Le courant néo-institutionnaliste sociologique (NIS), ne s'appuie pas que sur des contraintes économiques pour interpréter une relation économique<sup>199</sup>, et considère l'environnement comme inextirpable dans le système sociale. Ces deux raisons déterminent sa différence par rapport à la théorie de l'écologie des populations.

Zucker (1977), dans ces travaux sur le rôle de l'institutionnalisation dans la persistance culturelle, considère que l'approche ethnométhodologique, offre une vision extrêmement différente du rôle joué par les institutions dans la persistance culturelle, traitant explicitement d'une action hautement institutionnalisée. Selon elle, bien que la réalité soit construite socialement, elle est "vécue comme un monde intersubjectif connu ou connaissable par d'autres", qui existe historiquement avant les acteurs et fournit "les" structures objectives "résistantes" qui contraignent l'action. Ainsi, elle définit l'institution, comme étant une réalité sociale émanant du comportement de la personne, et de ses habitudes de pensée afin de conditionner ces actions individuelles. De ce fait, l'institutionnalisation est un processus qui permet donc, de légitimer les normes responsables de l'apparition et la diffusion de certaines structures<sup>200</sup>.

La théorie du néo-institutionnalisme tente d'expliquer le phénomène de l'homogénéité dans les organisations, ainsi que l'influence qu'à l'environnement institutionnel sur elles. Selon Di Maggio et Powell (1983), en plus des motivations économiques, les dirigeants répondent également à l'influence sociale et aux pressions en faveur de la conformité. A cet effet, ils distinguent trois mécanismes de pressions institutionnelles par lesquels se produit un changement « isomorphe institutionnel ». Ce dernier est défini comme étant un outil utile pour comprendre la politique et les cérémonies qui imprègnent la vie organisationnelle moderne. Chacun des mécanismes dispose de ses propres antécédents : le premier type est l'isomorphisme coercitif qui découle de l'influence politique et du problème de la légitimité.

---

<sup>198</sup>FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.

<sup>199</sup> DiMaggio Paul et Powell Walter, "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields", *American Sociological Review*, vol 48, N°2, 1983, pages 147-160.

<sup>200</sup>Zucker Lynne, "The Role of Institutionalization in Cultural Persistence", *American Sociological Review*, vol 42, N°5, 1977, pages 726-743.

Dumoulin et Gauzente (2009) considèrent que la pression coercitive promeut la conformité par l'intermédiaire d'un système de règles et de sanctions. Ces dernières peuvent être formelles ou informelles<sup>201</sup>. Le second consiste en l'isomorphisme mimétique qui résulte d'une réponse standard à l'incertitude. Et le troisième type, c'est l'isomorphisme normatif associé à la professionnalisation. Interprété comme étant une lutte collective des membres d'une profession pour définir les conditions et les méthodes de leur travail, pour le contrôle, pour l'établissement d'une base cognitive et une légitimation pour leur autonomie professionnelle. Ces types ne sont pas toujours distincts empiriquement. Par exemple, des acteurs externes peuvent amener une organisation à se conformer à ses pairs en lui demandant d'exécuter une tâche particulière et en spécifiant la profession responsable de sa performance. Ou le changement mimétique peut refléter des incertitudes environnementales<sup>202</sup>.

Le phénomène d'isomorphisme institutionnel peut contribuer à l'explication du développement de la franchise. Selon le caractère d'isomorphisme coercitif, la mise en place d'une législation spécifique à la franchise en Algérie peut expliquer son déploiement en vertu de son encadrement juridique et des avantages qu'il procure dans la réduction de l'incertitude pour chacun des co-contractants. L'encadrement institutionnel juridique (règles et normes) assure une relation (franchisés et franchiseur) sécurisée. La franchise est un moyen efficace pour un développement rapide d'un concept grâce au principe de l'imitation sur lequel la franchise se base. Ainsi les gestionnaires imitent souvent les pratiques de ceux qu'ils perçoivent comme possédant une légitimité. Cette explication est soutenue par l'isomorphisme mimétique. L'adoption de la franchise est soutenue par des engagements ou des organismes professionnels, tels que (EFF) European Franchise Federation, Code De Déontologie Européen De La Franchise en Europe ou la (FAF) Fédération Algérienne de la Franchise, en Algérie. C'est là tout le principe de l'isomorphisme normatif.

Shane et Foo (1999) étaient considérés comme les seuls auteurs de leur époque à avoir adopté une perspective institutionnelle pour étudier le franchisage. Ces deux auteurs rejoignent la vision de (Hannan et Freeman, 1984<sup>203</sup>, Aldrich et Fiol, 1994<sup>204</sup>, Stinchcombe 1965<sup>205</sup>) et

---

<sup>201</sup>Dumoulin Régis et Gauzente Claire, « Les Facteurs D'institutionnalisation De La Franchise Et Leurs Conséquences Sur La Performance », *Management & Avenir*, N° 22, février, 2009, pages 155-170.

<sup>202</sup> DiMaggio Paul et Powell Walter, "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields", *American Sociological Review*, vol 48, N°2, 1983, pages 147-160.

<sup>203</sup> Hannan Michael et Freeman John, "Structural Inertia and Organizational Change", *American Sociological Review*, Vol 49, N° 2, Avril, 1984, pages 149-164.

<sup>204</sup> Aldrich Howard et Fiol Marlene, "Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation", *The Academy of Management Review*, Vol 19, N° 4, Octobre 1994, pages 645-670.

<sup>205</sup> Arthur Stinchcombe, (1965), cité dans Lounsbury Michael et Ventresca Marc, « Social structure and organizations revisited », janvier 2002, pages 3-36.

considèrent que le succès des nouvelles entreprises dépend non seulement de l'efficacité économique, mais également de l'approbation des institutions. Ils soutiennent en particulier que la survie de l'entreprise dépend de sa capacité à établir une légitimité cognitive et sociopolitique. En outre, ils soutiennent que les politiques adoptées au moment de la fondation imprègnent l'entreprise des caractéristiques de cette époque et de ce lieu, qui continuent d'influencer la survie de l'entreprise au fil du temps. À travers leur article de 1999, qui consistait à examiner 1292 nouvelles chaînes de franchise, ils ont montré que les probabilités de survie augmentaient lorsque les franchiseurs acquéraient des signes de légitimité tels que l'âge, la taille et la certification des médias. En ce qui concerne la propension à la franchise, ils ont fait valoir que les franchiseurs améliorent la survie lorsque leur propension à la franchise correspond aux exigences de l'environnement institutionnel. Plus précisément, les franchiseurs fondés dans des États dotés de lois obligeant les franchiseurs à démontrer «une bonne cause» avant de résilier un franchisé devraient recourir davantage à la franchise car l'environnement institutionnel réduit le risque du franchisé (c'est-à-dire que les franchiseurs ne peuvent pas mettre fin au franchisé avec succès)<sup>206</sup>.

Dans leur article de 2004, Combs, Micheal et Castrogiovanni<sup>207</sup> ont expliqué que les deux théories engagées (la théorie de la rareté des ressources et la théorie des agences) afin d'expliquer le franchisage étaient insuffisantes. Puisque la réalité sociale dans laquelle se déroule l'action économique était négligée. Ainsi, ils suggèrent qu'une plus grande diversité théorique peut renforcer le pouvoir explicatif du phénomène. Ensuite dans leur article de 2009, Combs, Micheal et Castrogiovanni<sup>208</sup> ont maintenu que l'explication du franchisage émane des environnements externes des entreprises ainsi que de facteurs survenant au sein des entreprises. En outre, la pression sociale pour se conformer aux pratiques acceptées et aux normes acquises émerge à la fois au sein des entreprises et de leurs environnements. Toutefois, selon eux, l'explication de la franchise par la théorie institutionnelle a subi des critiques dans la mesure où cette dernière est considérée comme « *Sursocialisée* »<sup>209</sup>. Dans ce contexte, il était important de comprendre quand les gestionnaires peuvent négliger les normes sociales institutionnalisées au profit des forces économiques décrites par les recherches antérieures sur le franchisage. Les théories économiques de l'organisation (par

---

<sup>206</sup> Shane Scott et Foo Maw-Der, "New firm survival: institutional explanations for new franchisor mortality", *Management Science*, Volume 45, N° 2, Février, 1999, pages 142-159.

<sup>207</sup> Combs James, Michael Steven et Castrogiovanni Gary, "Franchising: A Review and Avenues to Greater Theoretical Diversity", *Journal of Management*, vol 30, N°6, 2004, pages 907-931.

<sup>208</sup> Combs James, Michael Steven et Castrogiovanni Gary, "Institutional Influences on the Choice of Organizational Form: The Case of Franchising", *Journal of Management*, Vol 35, N°5, 2009, pages 1268-1290.

<sup>209</sup> Granovetter Mark, "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *American Journal of Sociology*, Vol 91, N° 3, Novembre 1985, pages 481-510.

exemple, les théories des coûts d'agence et de transaction) prédisent que les gestionnaires recherchent l'efficacité en plaçant chaque activité dans une structure organisationnelle ou un contrat offrant la meilleure combinaison d'incitations et de surveillance au moindre coût. Cependant, un point central de la théorie institutionnelle est que la bonne combinaison d'incitations et de surveillance n'est pas toujours claire, raison pour laquelle « *les considérations sociales et politiques l'emportent souvent sur l'efficacité économique* »<sup>210</sup>. De ce fait, au lieu d'un impératif clair sur ce qui est efficace, les gestionnaires se tournent vers les normes sociales ou les actions passées pour obtenir des conseils.

#### **1-14 La franchise et la théorie de la contingence :**

La théorie de la contingence, également appelée théorie situationnelle, affirme qu'il n'existe aucune méthode idéale que l'organisation puisse appliquer. Mais que toutes les solutions ou approches envisagées par cette dernière dépendent du contexte ou de la situation (environnement externe et interne de l'organisation). De ce fait, il est difficile d'engager des principes universels, applicables à toutes les situations. La solution varie selon le cas, du fait que chaque entreprise est différente. A cet effet, la notion de contingence réfute l'hypothèse classique qui stipule qu'il existe « une structure idéal ». La structure de l'organisation dépend alors de certains facteurs imprévus tels que la technologie, les conditions favorables, l'incertitude environnementale. Ces facteurs sont appelés facteurs de contingence.

Woodward (1958)<sup>211</sup> stipule que l'organisation dépend du système de production. Ainsi, les systèmes de production semblable engendrent des structures d'organisations semblables. Selon elle, la technologie est un facteur de différenciation (facteur qui explique les différences organisationnelles). Ainsi, l'environnement technologique est essentiel à la structuration des organisations. Elle distingue trois mode de production (la production unitaire ou en petites séries, la production en grandes séries, le processus continu de production). Elle considère qu'il n'existe aucune structure d'organisation performante et idéale en toutes circonstances. Mais plutôt, plusieurs formes d'organisations en fonction de la technologie. De ce fait, la structure de l'organisation est contingente (dépendante) de la technologie utilisée.

---

<sup>210</sup> Nickerson Jack et Silverman Brian, "Why Firms Want to Organize Efficiently and What Keeps Them from Doing so: Inappropriate Governance, Performance, and Adaptation in a Deregulated Industry", *Administrative Science Quarterly*, Vol 48, N° 3, September 2003, pages 433-465.

<sup>211</sup> Woodward Joan (1958) cité dans FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.

Selon Lawrence et Lorsch (1967)<sup>212</sup>, la bonne organisation représente un système ouvert apte à s'adapter aux caractéristiques de l'environnement. Ainsi la structure de l'entreprise dépend de quelques facteurs interne et externe, tels que la taille de l'organisation, son âge, le système technique utilisé, l'environnement du marché, environnement légal, politique, économique, social, etc. Selon eux, l'organisation est donc contingente à son environnement. En reprenant les travaux de Joan Woodward, ces auteurs, ont fait valoir que le succès d'une organisation nécessite le maintien d'une différenciation et d'une intégration cohérente avec les exigences de l'environnement. Les entreprises confrontées à un environnement stable et déterminé peuvent trouver une structure organisationnelle bureaucratique adéquate pour réaliser une intégration et une différenciation appropriées, tandis qu'un environnement plus incertain empêcherait un usage efficace du même formulaire. Ainsi, ils ont développé la relation entre l'incertitude de l'environnement et le degré de différenciation ou l'intégration dans l'entreprise.

Mintzberg (1973<sup>213</sup>, 1989)<sup>214</sup>, quant à lui, a proposé plusieurs facteurs de contingence (âge, taille, secteur d'activité, système technique, stabilité ou mouvance des marchés, etc.). Cet auteur a donc fait une synthèse du courant de la sociologie de l'organisation en montrant que les organisations ne sont pas toutes les mêmes. Il n'existe alors pas, de solution universelle adoptée par toutes les organisations. Ces travaux reprennent l'idée de « Lawrence et Lorsch » et généralisent le lien entre la structure et l'entreprise. Mintzberg affirme un apport original qui stipule que la structure et le fonctionnement d'une organisation doivent être liés à la nature de l'environnement. La structure selon lui aide à la répartition de l'autorité entre le personnel (hiérarchie), des responsabilités (division du travail), ainsi que des règles, procédures et l'information (coordination). Il s'est également intéressé dans ses travaux à définir l'interdépendance dans l'exécution de la tâche. Selon lui, elle représente le niveau selon lequel les employés et les unités de l'entreprise doivent coopérer pour tenir leurs rôles et atteindre leurs propres objectifs. Cette interdépendance est soit réciproque, soit séquentielle, soit d'équipe.

---

<sup>212</sup> Lawrence Paul and Lorsch Jay, "Differentiation and Integration in Complex Organizations", *Administrative Science Quarterly*, Volume 12, N° 1, Juin 1967, pages 1-30.

<sup>213</sup> Mintzberg Henry, "Strategy-Making In Three Modes". *California Management Review*, vol 16, N°2, 1973, pages 44-53.

<sup>214</sup> Mintzberg Henry, (1989), cité dans Khayati Sabri et Karoui-Zouaou Samia, « Le Phénomène Ambidextre Dans Les Organisations : Une Analyse Théorique », communication réalisée lors de la 23<sup>ème</sup> (la XXII<sup>ème</sup>) conférence de l'AIMS « Association Internationale de Management Stratégique », du 10 au 12 juin 2013, Clermont-Ferrand.

Pour Burns et Stalker (1961)<sup>215</sup>, le lieu de vie de l'entreprise (l'environnement) est le principal facteur de contingence susceptible de déterminer le type de structure dans une organisation. Selon eux, que l'environnement soit stable ou instable, il va générer deux types de structures radicalement différentes (structure mécaniste ou une structure organique). Ces deux formes de structures sont dépendantes au taux de changement «environnemental». Le terme «environnement» renvoie à la base technologique de la production et à la situation du marché.

Il est possible de se baser sur les travaux réalisés par Lawrence et Lorsch (1967) et Burns, Stalker (1961), afin d'expliquer la franchise. Ces auteurs, montrent que le degré d'incertitude et le degré de complexité de l'environnement peuvent influencer la structure d'une entreprise. Ainsi, dans un environnement stable, les entreprises optent pour l'intégration de leur structure c'est-à-dire qu'elle centralise les décisions au sommet stratégique. Et quand l'incertitude augmente les entreprises ont tendance à différencier leur structure. En la divisant en plusieurs entités autonomes afin de rendre chaque élément plus apte à faire face au changement (externe surtout et internes). La taille de l'entreprise représente un des facteurs de différenciation. Donc lorsque l'entreprise est de grande taille, elle tend vers une structure « *Divisionnelle ou Matricielle* ».

L'entreprise peut se développer en franchise si elle adopte une structure décentralisée. Ainsi, dans un environnement peu stable, la franchise peut-être une excellente alternative pour l'entreprise. Afin de lui permettre d'être présente sur un territoire étendu en maximisant ses chances d'adaptation aux conditions locales de marché. La franchise permet alors de répondre à une exigence de différenciation. A cet effet, le franchisé développe sa propre analyse du marché, ses propres habitudes de fonctionnement. Par ailleurs, le contrat de franchise, permet au franchiseur de réaliser une collaboration étroite avec le franchisé. Même si cette dernière ne représente pas une intégration sur le plan juridique. Néanmoins, elle permet de lever de nombreuses ambiguïtés et de réduire l'incertitude dans cette relation. L'animation de réseau permet également de contribuer à l'intégration, de l'organisation franchiseur-franchisés<sup>216</sup>.

---

<sup>215</sup> Burns et Stalker (1961), cité dans. Ayal Igal et Izraeli Dove, "International Market Expansion For New High Tech Products Through Franchising", High Technology Management Research Vol I, N° 2, 1990, pages 167-179.

<sup>216</sup>FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.



### **1-15 L'explication de la franchise par le franchisé :**

Le phénomène de la franchise a été expliqué à travers de nombreuses approches théoriques, telles que la théorie de l'agence, qui était basée principalement sur le point de vue du franchiseur, par rapport à l'opportunisme, la divergence d'intérêts, la difficulté de contrôle des unités, l'asymétrie de l'information, etc. Ces situations, auxquelles le créateur d'entreprise pourrait être confronté, justifient son recours à la franchise. Ces approches théoriques à elles seules sont insuffisantes à l'explication du phénomène de la franchise et son développement. A cet effet, il est utile d'expliquer le choix de cette forme organisationnelle à travers le point de vue d'un franchisé.

La franchise est définie comme étant une forme de coopération interentreprises basée sur l'échange entre les deux acteurs de la franchise. Selon Gueye (2009), la relation franchise est représentée par un contrat qui lie deux entreprises (franchiseur et franchisé) juridiquement indépendante<sup>217</sup>. Le franchisé reçoit, du franchiseur, un ensemble d'actifs tels que des produits ou services à développer, (marque, enseigne et image commerciale), un savoir-faire, une assistance continue et des ressources (produits, exclusivité, ...etc.); D'autre part, cette pratique permet au franchiseur d'étendre son entreprise sur un plus grand territoire en recevant des actifs humains et financiers (des droits d'entrée et des redevances appelées royalties). Cependant, le choix de se développer en franchise a subi de nombreuses critiques. Dubost, Gauzente, Guilloux et Kalika (2000) considèrent que la satisfaction d'un franchisé est l'un des facteurs sur lequel se base un créateur d'entreprise afin d'intégrer un réseau de franchise<sup>218</sup>. À cet effet, le choix d'opter pour une franchise est lié à la perception et l'explication du franchisé<sup>219</sup>.

- La franchise comme moyen rapide et peu risqué à la création d'entreprise :

La franchise permet l'exploitation d'un concept développé par le franchiseur, et ayant fait ses preuves auparavant. En outre, le franchisé reprend et bénéficie d'un concept « clé en main », appartenant et encadré par un franchiseur. Ainsi la franchise représente un moyen plus sécurisé d'entreprendre. De plus l'utilisation d'un concept déjà reconnue, permet de démarrer plus rapidement l'activité. A cet effet, d'une part, le risque serait minime en le comparant à la

---

<sup>217</sup> Gueye Birahim, « La Généralisation De La Confiance, Pivot De La Performance Dans Les Réseaux De Franchise : Proposition D'un Modèle », Management et Avenir, N°22, 2009, pages 171-187.

<sup>218</sup> Dubost Nathalie, Gauzente Claire, Guilloux Véronique et Kalika Michel, « Satisfaction Du Franchisé : L'impact De La Relation Entre Le Franchisé Et Son Franchiseur », acte de communication dans le 16ème Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Montréal, Canada, Mai 2000.

<sup>219</sup> Boulay Jacques, Chanut Odile, « les réseaux de franchise », édition la découverte, Paris 2010, p 51.

création d'une entreprise reposant sur un nouveau concept ; D'autre part la création ainsi que le développement de l'entreprise seraient plus rapide.

Hing (1995)<sup>220</sup>, considère que la décision de se lancer en franchise est similaire à celle d'achat d'un produit par le consommateur. Cependant, dans le cas de la franchise la décision d'adopter la franchise comme forme de création d'entreprise, représente le début d'une relation (entre franchiseur et franchisé). Il propose plusieurs critères qui déterminent le choix de se lancer en franchise, tels que les informations divulgués par le franchiseur, les particularités du contrat, les droits d'entrées et les royalties, l'image de marque, la réputation du franchiseur, la profitabilité prévus pour le franchisé et le degré d'appui, d'assistance et de formation octroyer par le franchiseur.

Le franchiseur s'engage à offrir au franchisé un concept particulier et déjà éprouvé. Accompagnée d'un savoir-faire qui lui est propre et une assistance continue tout au long de la durée du contrat. Ces trois critères appelés « triptyque », qu'offre la franchise au franchisés, permettent de limiter les risques d'échecs inévitables à la création d'entreprise. Il est donc moins risquer d'opter pour une franchise que pour une autre forme d'investissement lors d'une création d'entreprise.

\* La franchise est également un moyen plus rapide afin de créer une entreprise, puisque le franchisé est assister et soutenu par le franchiseur dès le début du projet. Il bénéficie aussi d'un partage d'investissement avec le franchiseur. Dans la mesure où le franchisé investit dans son entreprise et le franchiseur prend en charge la structure de formation et la mise au point d'un savoir-faire à titre d'exemple).

\* La franchise permet au franchisé de bénéficier d'une notoriété sur le marché ainsi qu'un avantage concurrentiel.

- La franchise comme forme onéreuse et sous contrainte :

Le franchisé est souvent contraint de respecter les normes et critères mises en place par le franchiseur. Ainsi, il est dans l'obligation de respecter la méthode de conditionnement, de présentation, ou de commercialisation des produits et/ou services sans apporter des modifications.

Le franchisé n'est pas autorisé de proposer à la vente des produits différents de ceux du franchiseur, ni de proposer de nouvelle méthode dans la fabrication du produit ou la

---

<sup>220</sup> Hing Nerilee, "Franchisee satisfaction: contributors and consequences", Journal of Small Business Management, vol 33, N°2, Avril 1995, pages 12-25.

présentation du service. De plus, il se doit de partager le profit avec le franchiseur, en lui versant des royalties. Ces règles et normes imposées par le franchiseur, donne naissance à un sentiment de dépendance ressentis par le franchisé, qui n'est pas tout-à-fait son propre patron puisqu'il est soumis au contrôle et aux directives du franchiseur. Il peut même parfois lui être interdit d'acquérir une activité identique après la rupture du contrat et ceux pendant une période déterminé (clause de non-concurrence). Ainsi, la franchise peut parfois restreindre le désir d'indépendance totale des propriétaires d'entreprise. Une plus grande indépendance ou une capacité d'être son propre patron peuvent constituer pour certains investisseurs un facteur de motivation essentiel pour se lancer en franchise<sup>221</sup>.

Bien que le franchiseur considère que la franchise est une solution efficace et moins coûteuse, pour le franchisé, l'investissement de départ peu parfois semblé plus important que pour une forme ordinaire de création d'entreprise (entreprise isolée). Cette différence se traduit dans le cas d'une franchise par l'existence de coûts variables en fonction de la renommée de l'enseigne, l'étendue et l'importance des services proposés par le franchiseur (formations et assistance et la communication à titre d'exemple) et le coût des produits et des services spécifiques. Ces coûts englobent les droits d'entrée et les redevances directes et indirectes. A ce titre, lorsque le savoir-faire et l'assistance transmis par le franchiseur paraissent insuffisants aux yeux du franchisé, par apport à son investissement financier de départ, à ce moment-là, il juge que les coûts de la franchise sont élevés. D'autres coûts peuvent être considérés dans le franchisage tel que les coûts liés aux aménagements des locaux et à l'adoption de la charte graphique de l'enseigne essentiellement dans la franchise de distribution et la franchise de service. L'achat ou la location de matériels adéquats aux critères du franchiseur constitue un autre poste de dépense.

## **2- Cadre juridique :**

Afin de distinguer un contrat d'un ensemble d'opérations contractuelles, il est important d'identifier ses spécificités. D'où l'importance de la qualification du contrat de franchise, qui permet de commander le régime qui lui est applicable.

---

<sup>221</sup> Brookes Maureen, Altinay Levent, Wang Xuan Lorna, Yeung Ruth, "Opportunity Identification And Evaluation In Franchisee Business Start-Ups", *Journal Of Service Theory And Practice*, Volume 26, N°6. 2016, pages 1-39.

Selon Marino (2005)<sup>222</sup>, le contrat de franchise est un type de contrat-cadre<sup>223</sup>. On le retrouve fréquemment dans le domaine du droit de distribution. Ce dernier permet de concrétiser une volonté de coopération durable entre deux partenaires économiques. Ainsi le contrat de franchise fait partie des accords de distributions en plus, du contrat d'approvisionnement et de concession.

Selon Bénabent (2004), les contrats de distribution se caractérisent par une création pratique et une absence de cadre législatif. Toutefois, il existe pour ces conventions-cadres, une variété de dénominations propres à chaque contrat. Ainsi le contrat de franchise permet à un franchiseur titulaire d'une marque et d'un savoir-faire, économique ou technique, de confier à un réseau de franchisés l'usage de ces éléments moyennant des redevances ; mais aussi un engagement d'approvisionnement (plus en moins exclusive). Le contrat de franchise concerne également le secteur des services<sup>224</sup>.

Pour Malaurie, Aynès et Gauthier (2005), la franchise est un procédé de distribution commerciale, souvent adopté en raison de la portée que prennent aujourd'hui l'image de marque et le savoir-faire. Cette pratique est souvent confondue avec la concession exclusive. Dans le cas d'un contrat de franchise, le franchiseur n'est pas toujours fournisseur, et ce contrat n'accorde pas une exclusivité territoriale au franchisé, qui est fréquemment soumis à des contraintes plus astreignantes que celles auxquelles s'oblige le concessionnaire<sup>225</sup>. Le contrat de franchise n'est pas « cessible »<sup>226</sup>. Les deux parties contractantes prévoient souvent des clauses (d'agrément ou d'intransmissibilité) ou un pacte de préférence sur le fonds de commerce franchisé<sup>227</sup>.

Selon Béthencourt (2001), le système de distribution en franchise est défini explicitement par les tribunaux, mais aucune réglementation complète et typique ne lui a été attribuée. Les relations entre franchisés et franchiseurs se caractérisent par un engagement

---

<sup>222</sup>Laure Marino, « droit des contrats spéciaux, 2ème édition Vuilbert. 2005, p 21.

<sup>223</sup>Le contrat cadre : « est un contrat qui organise la conclusion éventuelle de contrats ultérieurs, appelés contrats d'application, il en arrête les modalités de conclusion et la teneur, il ne s'agit donc pas d'un contrat à exécution successive, avec lequel il ne faut pas le confondre : dans le contrat-cadre, un double consentement est nécessaire, au contrat-cadre et aux contrats d'applications ». ref : Laure Marino « droit des contrats spéciaux ».

<sup>224</sup>Alain Bénabent, « Droit civil, les contrats spéciaux », 6ème édition Montchrestien, 2004, p 182.

<sup>225</sup> Malaurie Philippe, Aynès Laurent, Gauthier Pierre-Yves, « Les contrats spéciaux », 2ème édition Defrénois, 2005, p 474.

<sup>226</sup> Cour d'Appel d'Orléans, 14 septembre 2000, Dalloz 2001, p. 1017 et s., note Y. Marot : « la franchise est incessible par nature, sauf à méconnaître son objet (...) ; les franchisés se sont engagés en considération de la personne du franchiseur, seul créateur et détenteur du savoir-faire qu'il leur transmet » .

<sup>227</sup> Anne Van de Wynckele Bazela (2004) cité dans Malaurie Philippe, Aynès Laurent, Gauthier Pierre-Yves, « Les contrats spéciaux », 2ème édition Defrénois, 2005, p 475.

libre, dans lequel les deux parties contractantes cherchent leurs intérêts. Cette relation s'organise alors dans le cadre d'un contrat synallagmatique<sup>228</sup>. La franchise n'est pas encadrée par un droit particulier, mais avec l'évolution de cette dernière dans le monde, et la multiplication des conflits et des litiges dans cette pratique, des lois spécifiques mais partielles ont été promulguées tels que la « Loi Doubin ». Ainsi, les pratiques commerciales et les signataires du contrat sont soumis aux lois du droit commun<sup>229</sup>.

Ainsi, le contrat de franchise repose sur trois éléments essentiels qui aident à « reproduire la réussite constatée dans une même activité précédente »<sup>230</sup>. Ces éléments sont : la mise à disposition des signes de ralliement de la clientèle de la part du franchiseur au franchisé, la communication de son savoir-faire et son assistance technique et commerciale. Et c'est grâce à eux qu'il est possible de distinguer le contrat de franchise d'autres contrats voisins<sup>231</sup>.

Du fait de sa spécificité et sa différence, il est difficile de lier ce contrat à une catégorie contractuelle qui existe déjà. Cependant selon Bouvier (2015), il est possible d'appréhender ce type de contrat en s'attachant à « *sa dénomination et/ou à son mode d'organisation* »<sup>232</sup>, afin de l'identifier parmi les nombreux contrats voisins dans le secteur de la distribution.

## **2-1 La qualification du contrat de franchise selon la dénomination:**

La qualification du contrat de franchise selon sa dénomination, a permis de l'identifier comme étant un contrat innommé. Ce dernier nécessite un traitement particulier, C'est pour cette raison qu'il a été désigné comme étant un contrat typé.

---

<sup>228</sup>Dit aussi contrat bilatéral, c'est un contrat, où les deux parties contractantes s'engagent et s'oblige réciproquement les uns envers les autres.

<sup>229</sup> Bethencourt Marjorie, « Entreprendre en franchise », 2001, Dunod, Paris, p 37.

<sup>230</sup> Ferrier Didier, Le droit de la distribution, Litec, 4<sup>ème</sup> édition, 2006, n° 672, p 301.

<sup>231</sup> Yasser Al Suraihy , « La fin du contrat de franchise », Thèse pour le doctorat en droit présentée et soutenue publiquement le 9 septembre 2008, , Université de Poitiers, Faculté de droit et des sciences sociales.

<sup>232</sup> Amandine Bouvier, « Regards sur le contrat de franchise », thèse en droit privé et sciences criminelles pour obtenir le grade de docteur, , Soutenue le lundi 7 décembre 2015, Université de Montpellier.

- Le contrat de franchise « un contrat innommé » :

Le contrat de franchise dispose bien d'une dénomination propre, qui pourrait lui permettre d'être considéré comme un contrat nommé, au sens de l'article 1107 du code civil<sup>233</sup>. En revanche, la seconde condition du contrat nommé est d'avoir une réglementation spécifique. Or le contrat de franchise est dépourvu. A ce titre le contrat de franchise, bien qu'il soit connu et souvent utilisé, ne peut être qualifié de contrat nommé.

Toutefois, la classification de ce contrat semble encore faire débat. Plusieurs auteurs<sup>234</sup> affirment que le contrat de franchise relève de la catégorie des contrats nommé, et considèrent le contrat de franchise comme étant un contrat « commercialement nommé »<sup>235</sup>, et ce du fait qu'il soit soumis au régime juridique d'autres contrats, ainsi qu'à un certain nombre de règles qui lui sont propres, de plus la jurisprudence contribue à élaborer un régime propre à la franchise.

Distinction entre contrat innommée et contrat nommée :

Le contrat nommé est un contrat réglementé par la loi, et nommé par le législateur. Il correspond à une catégorie juridique très précise. La loi a octroyé à ce dernier, un nom particulier, en précisant quelles sont les conditions de forme et de fond pour conclure un tel contrat. Ainsi les grands modèles de contrat appartenant à cette catégorie de contrat nommé sont : « le contrat de vente, d'échange, de bail, de prêt, mandat, de dépôt, contrat d'entreprise, etc<sup>236</sup> ».

En revanche, le contrat innommé est un contrat qui ne possède pas de statut juridique défini, du moins au départ. Il peut avoir un nom, mais il n'est pas nommé par le législateur. Et bien que ce contrat doit respecter les conditions générales nécessaire à la construction des contrats, pour le reste, il n'y a aucune obligation de forme à respecter formellement, il se base essentiellement sur la demande et l'exigence de chaque partie contractante.

---

<sup>233</sup> Article 1107 du Code civil des français 1804, « Les contrats, soit qu'ils aient une dénomination propre, soit qu'ils n'en aient pas, sont soumis à des règles générales, qui sont l'objet du présent titre. Les règles particulières à certains contrats sont établies sous les titres relatifs à chacun d'eux ; et les règles particulières aux transactions commerciales sont établies par les lois relatives au commerce ».

<sup>234</sup> Benabent Alain, « Droit civil, les contrats spéciaux », 6<sup>ème</sup> édition Montchrestien, 2004, p 3 : « Certes, le contrat de franchise n'est pas mentionné dans la loi, "pas assez" quoi qu'il en soit, pour être qualifié de contrat nommé par la loi. Néanmoins, la jurisprudence a très nettement contribué à définir et préciser le régime juridique du contrat de franchise, de sorte qu'aujourd'hui l'on peut considérer que le contrat de franchise est devenu un contrat nommé ».

<sup>235</sup> De Werra Thévenoz, cité dans, Pichonnaz Pascal et Werro Franz, « la pratique contractuelle 3, symposium en droit des contrats », Edition Romandes, 2012, p 42.

<sup>236</sup> Laure Marino, « droit des contrats spéciaux », 2<sup>ème</sup> édition, Vuibert, 2005, p 4.

« *Fruit de la liberté contractuelle, issu de la pratique commerciale* »<sup>237</sup>, ce contrat doit respecter tout de même les conditions générales de conception et de mise en œuvre d'un contrat, mais aucune autre obligation de forme ne doit nécessairement être respectée. Ce dernier est créé en toutes pièces par les parties. « Le contrat de distribution sélective, de concession ou encore de franchise sont les principaux exemples de cette catégorie de contrat ». <sup>238</sup>

La qualification du contrat de franchise selon la dénomination a permis de le distinguer comme étant un contrat innommé. L'absence d'une réglementation légale et spécifique est la raison qui affecte cette qualification, sachant que toute relation contractuelle est souvent soumise à une réglementation qui lui est propre. On pourra croire qu'un contrat qui organise la relation entre deux parties (franchiseur et franchisé) dispose, lui aussi, d'une réglementation exclusive et spécifique, mais en réalité, un vide juridique est souvent constaté, en ce qui concerne ce type de contrat, à l'exception de quelques lois qui s'intéressent particulièrement à ce contrat, telle que la « *loi Doubin 1989 réformée en 2007* »<sup>239</sup> qui concerne le comportement du franchiseur en France, ou la loi « Full Disclosure » aux Etats Unis, qui date du 30 décembre 1978 et souhaite rééquilibrer la relation entre franchisé et franchiseur jugé inéquitable.

Selon Bouvier (2015)<sup>240</sup>, que ce soit en France ou en Europe, il n'y a aucune loi ni aucun décret destiné spécialement afin de réglementer le contrat de franchise. Mais, il existe des règles particulières, qui sont applicables au contrat de franchise. Parmi ces règles, on retrouve les textes de « SOFT LAW »<sup>241</sup>, qui ont pour objectif l'organisation des relations entre franchiseurs et franchisés. L'Association Internationale de Franchisage (IFA) a, elle aussi, défini son propre Code d'éthique du franchisage. L'organisation Mondiale de la Propriété Industrielle (OMPI) a publié son Guide du franchisage, ainsi que le « Code

---

<sup>237</sup> Al Suraihy Yasser, « la fin du contrat de franchise », thèse de doctorat, soutenu publiquement le 9 septembre 2008, université de Poitiers, faculté de droit et des sciences sociales.

<sup>238</sup> Laure Marino, « droit des contrats spéciaux », 2<sup>ème</sup> édition, Vuibert, 2005, p 4.

<sup>239</sup> Leloup Jean-Marie, « La franchise droit et pratique », 3<sup>ème</sup> édition Delmas 2000, p 383. ( Loi du 1<sup>er</sup> décembre 1989, « toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité, est tenue préalablement à la signature de tout contrat conclu dans l'intérêt commun des deux parties de fournir à l'autre partie un document donnant des informations sincères, qui lui permette de s'engager en connaissance de cause, ce document, dont le contenu est fixé par décret, précise notamment l'ancienneté et l'expérience de l'entreprise, l'état et les perspectives de développement du marché concerné, l'importance du réseau d'exploitants, la durée, les conditions de renouvellement, de résiliation et de cession du contrat ainsi que le champ des exclusivités).

<sup>240</sup> Bouvier Amandine, « Regard Sur Le Contrat De Franchise », thèse pour l'obtention du doctorat, université de Montpellier, 2015, p 34.

<sup>241</sup> Un ensemble de règles de bonnes pratiques que les franchiseurs sont invités à respecter.

Européen de Déontologie de la Franchise »<sup>242</sup>, qui veille à la bonne conduite des utilisateurs de la franchise en Europe.

De plus la norme AFNOR<sup>243</sup>, publiée le 16 juillet 1987 par l'Association française de normalisation, vient définir un certain nombre de règles relatives au contrat de franchise.

Aux Etats Unis, il n'existe pas une législation unique, puisque chaque Etat est fédéré, c'est la raison pour laquelle, on rencontre plusieurs réglementations ; chacune propre à un Etat, mais les lois de l'Etat fédéral s'appliquent sur tout le territoire. Ainsi la franchise s'appuie sur une réglementation au niveau fédéral, la « Federal Trade Commission's Trade Regulation Rule on Franchising »<sup>244</sup>, qui a pour objectif de protéger le consommateur en prévenant les pratiques commerciales anticoncurrentielles, trompeuses et déloyales<sup>245</sup>. En plus de certaines loi, chacune propre à un Etat ou un ensemble d'Etats tel que la « Washington's Franchise Investment Protection Act (FIPA) » qui ne comporte aucune disposition relative aux clauses de non-concurrence. Ou la « Franchise Investment Law », qui interdit toutes les clauses de non concurrence dans le contrat de franchise en Californie.

Ces quelques lois et /ou règles citées ne contribuent pas à créer un véritable recueil législatif spécifique au contrat de franchise. De ce fait, ce contrat ne peut être classé dans la catégorie de contrats spéciaux<sup>246</sup>. Selon Puig (2015), « les contrats "spéciaux" n'ont de spécial que le corps de règles qui leur est nommément applicable. Ce ne sont donc pas tant les contrats qui sont « spéciaux » que les dispositions particulières qui les régissent »<sup>247</sup>. Et ne fait pas partie également des contrats nommés. Il s'agit pour la grande majorité des auteurs, d'un contrat innommé, appartenant à la catégorie des contrats *sui generis*<sup>248</sup>.

---

<sup>242</sup> Ce code n'a pas force de loi et ce n'est que volontairement que les franchiseurs peuvent y adhérer, La Fédération Européenne de la Franchise a arrêté une première version de ce Code en 1972 et en a revu les dispositions en 1992, puis pour une nouvelles version arrêtée le 7 juin 2016 et sa mise à jour, arrêtée le 1<sup>er</sup> juillet 2016 ; et cela est dû à l'évolution de la franchise et de son développement, ce code fait, lui aussi partie de ce que l'on appelle le Soft Law.

<sup>243</sup> La norme AFNOR NF Z 20-000 publiée le 16 juillet 1987 a proposé en son temps une définition de la franchise comme étant une méthode de collaboration entre deux parties contractantes (le franchisé et le franchiseur), cette pratique, offre à la première partie la propriété ou la jouissance d'un concept, d'une collection de produits et/ ou un ensemble de services, ainsi que la détention d'un savoir-faire, en contrepartie de royalties accordé au franchiseur.

<sup>244</sup> La Federal Trade Commission's Trade Regulation Rule on franchising, ou, en abrégé « FTC Rule », sont un ensemble de règles de régulation du commerce relative à la franchise émise par la Commission du commerce fédérale.

<sup>245</sup> [www.ftc.gov](http://www.ftc.gov) consulté le 15/12/2018.

<sup>246</sup> Les contrats spéciaux, ont la particularité d'être régis par des règles particulière et propre à eux.

<sup>247</sup> Puig Pascal, « Contrats spéciaux », Dalloz, 6ème édition, 2015, p36.

<sup>248</sup> Les contrats *sui generis* sont des contrats dotés d'un genre propre, et qui ne répondent à aucune qualification nommée.



Compte tenu du développement et de la place qu'occupe la franchise dans la vie économique, il est important de mettre en œuvre un régime légal qui lui est propre, afin de pouvoir mieux encadrer et contrôler cette pratique. Mais aussi afin de protéger les deux parties contractantes (franchiseur et franchisé). Cependant, l'absence d'une réglementation spécifique à la franchise, contribue à créer une insécurité juridique, qui peut diminuer l'attrait pour ce contrat.

A cet effet, l'élaboration d'une réglementation spécifique à la franchise est un sujet qui a été évoqué dans les années 1970. Depuis, ce concept a connu de nombreuses tentatives de réglementations. Ces dernières ont soit échoué ou bien ne concernaient pas spécifiquement le contrat de franchise. Selon Simon (2009), une des raisons qui ont contribué à l'échec de ces tentatives est due au fait que la création d'un régime propre à la franchise aurait pour conséquence de rendre la matière trop rigide<sup>249</sup>, ce qui poussera les parties contractantes à adopter d'autres formes contractuelles. Ainsi, selon Dominique Grillet-Ponton, le contrat innommé permet aux parties contractantes de situer une opération dans un environnement juridique plus souple<sup>250</sup>.

- Le contrat de franchise « un contrat typé » :

D'après Amandine Bouvier, l'application de la qualification d'innommé au contrat de franchise se révèle une réelle source de désaccord. A cet effet, il est plus approprié, selon elle, de recourir à la notion de type contractuel. Ce recours permet de qualifier le contrat de franchise comme étant un « contrat typé par contrainte »<sup>251</sup>. Selon Judith Rochfeld, « la contrainte est l'imposition d'une définition rigide du contenu contractuel à un contractant qui, quelles que soient ses facultés, ne peut la modifier »<sup>252</sup>. Ainsi, il existe, selon Amandine Bouvier, quatre manifestations du type par contrainte. En premier lieu, on retrouve les contrats-types, qui représentent des formules préétablies soit par la loi et l'administration telle que le contrat de crédit à la consommation ou par des personnes privées et des organismes professionnels tels que le contrat d'assurance. Le second type, c'est les contrats automatiques tels que les contrats de ventes par le biais de distributeurs automatiques pour lesquelles

---

<sup>249</sup>Simon François-Luc, « Théorie et Pratique du droit de la franchise », Joly éditions, Lextenso éditions, février 2009, p52 : « Les pouvoirs publics ont en effet à plusieurs reprises souligné, dans les années 1970 et 1980, l'inopportunité d'un statut juridique spécifique au contrat de franchise, principalement en raison du risque que présenterait un cadre trop rigide pour un domaine en pleine évolution ».

<sup>250</sup> Grillet-Ponton Dominique, « Essai sur le contrat innommé », Thèse Lyon III, soutenue publiquement en 1982.

<sup>251</sup> Amandine Bouvier, « Regards sur le contrat de franchise », thèse pour l'obtention du grade docteur, université de droit Montpellier, 2015 : « Le contrat typé par contrainte correspond à un modèle contractuel préexistant qui va être imposé à l'un des contractants, qui sera alors en situation de supériorité ».

<sup>252</sup>Rochfeld Judith, « Cause et type de contrat », LGDJ, 18 juin 1999.

aucune négociation n'est possible. Ensuite on retrouve les conditions générales, qui représentent un ensemble de clauses contractuelles pré rédigées et intégrées dans un contrat. Et enfin, les contrats d'adhésion, qui sont conclus entre deux parties dont l'une d'entre elles impose à la seconde les termes et clauses non négociables du contrat<sup>253</sup>. Ce type de contrat est défini comme étant «un contrat dont le contenu contractuel a été fixé, totalement ou partiellement, de façon abstraite et générale avant la période contractuelle »<sup>254</sup>. Il est souvent utilisé dans le cadre de relations commerciales entre une entreprise commerciale « franchiseur », qui fixe le contenu du contrat (la méthode d'exécution du contrat, le montant du droit d'entrée et des royalties, etc.), et ses clients (franchisés) ont le choix soit de ne pas contracter ou d'adhérer aux conditions établies par le franchiseur. Ainsi, le contrat de franchise, est un contrat d'adhésion et s'intègre dans la catégorie de contrat type par contrainte.

Cependant, le contrat de franchise fait débat quant à son appartenance à la catégorie des contrats d'adhésion, puisque certains spécialistes en contrat de franchise, tels Gouache, considèrent que le contrat de franchise ne peut pas être un contrat d'adhésion. « *Ce dernier, vient à l'encontre des pratiques habituelles dans les réseaux où on a coutume de dire que le contrat de franchise s'impose à tous dans les mêmes termes dans la mesure où il est nécessaire finalement à l'existence d'un réseau homogène* »<sup>255</sup>.

## 2-2 La qualification selon le mode d'organisation du contrat :

- Le contrat de franchise comme contrat-cadre :

Selon Pichonnaz (2012), le contrat de franchise est considéré à la fois, comme étant un contrat synallagmatique (appelé aussi contrat bilatérale, il représente une opposition d'intérêts, des parties contractantes), et un contrat-cadre<sup>256</sup>. Cependant, c'est la notion de

---

<sup>253</sup>Amandine Bouvier, «Regards sur le contrat de franchise», thèse pour l'obtention du grade docteur, université de droit Montpellier, 2015.

<sup>254</sup>Berlioz Georges, Le contrat d'adhésion, LGDJ, Paris, 1973.

<sup>255</sup>Goauche Jean Baptiste, « Réforme du droit des contrats : le contrat de franchise ne doit pas être un contrat d'adhésion ». <https://www.gouache.fr/jean-baptiste-gouache-avocat-barreau-paris.html>. Consulté le 15/05/2018.

<sup>256</sup>Pichonnaz Pascal. « La pratique contractuelle 3 », *Le contrat de franchise : état de son évolution*, Schulthess édition Romandes, 2012, p41.

« *contrat-cadre* » appelé aussi « *contrat principal* »<sup>257</sup>, qui intéresse la plus grande majorité des auteurs.

En s'appuyant sur l'étude réalisée par le CREDA (centre de recherche sur le droit des affaires), « le contrat-cadre est de pratique courante dans de nombreux secteurs d'activités, il permet d'une part, de rendre compte des multiples applications connues, telle que la distribution, qui en constitue un secteur d'élection, mais aussi, l'intégration agro-industrielle, la sous-traitance industrielle, l'informatique, la publicité, l'assurance et la banque, et d'autre part, de jeter les bases d'un régime juridique tenant compte des spécificités de cette forme contractuelle. Ainsi, le contrat-cadre, quels que soient ses objectifs et ses modalités, se caractérise toutefois, de façon plus précise comme un contrat dont les objectifs sont généralement définis, mais sans que les termes essentiels de l'échange, et spécialement l'objet et/ou le prix, soient encore déterminés, ou même déterminables par simple référence à ses stipulations »<sup>258</sup>. De plus, selon Ghestin (1996), « Le contrat-cadre est un contrat qui ne détermine pas les termes essentiels de l'échange économique définitif ; mais c'est en lui-même un contrat »<sup>259</sup>. À cet effet, Gatsi (1996) souligne que le contrat-cadre se doit de fixer les grandes lignes de la volonté des parties contractantes, en laissant aux contrats d'application le soin de les appliquer<sup>260</sup>. Tel est le cas dans le contrat de franchise.

Le contrat-cadre est souvent perçu comme une formule contractuelle de collaboration<sup>261</sup>. Selon Amandine Bouvier, ce type de contrat a pour but d'organiser la relation entre les parties contractantes, afin de conclure des contrats sur une période donnée. Il apparaît aussi, comme une réglementation générale applicable à tous les futurs contrats. Ceci a pour conséquence de sécuriser les relations entre les parties contractantes.

Ensuite, il se doit de créer des réseaux sur la base d'un modèle type qui sera reproduit par des contrats futurs comme c'est le cas pour le contrat de franchise<sup>262</sup>.

---

<sup>257</sup> Kahn Michel, « franchise et partenariat », 5<sup>ème</sup> édition, Dunod, 2009, p52.

<sup>258</sup> Alain Sayag, CREDA, Le contrat cadre, tome 1. Exploration comparative : France, Allemagne, Italie, Angleterre, Etats-Unis, 2<sup>ème</sup> édition Lexis Nexis, 1995, p 47.

<sup>259</sup> Jacques Ghestin, « La notion de contrat-cadre et les enjeux théoriques et pratiques qui s'y attachent », contrat-cadre de distribution, enjeux et perspectives, colloque du 11-12 décembre 1996.

<sup>260</sup> Jean. Gatsi, (1996), cité dans, Amandine Bouvier, « Regard sur le contrat de franchise », thèse de doctorat en droit privé, université de Montpellier, 2015.

<sup>261</sup> Jean Beauchard, « Droit de la distribution et de la consommation », 1<sup>ère</sup> édition, Presses Universitaires de France, 1 octobre 1996.

<sup>262</sup> Amandine Bouvier, « Regard sur le contrat de franchise », thèse de doctorat en droit privé, université de Montpellier, 2015.

Pour conclure, *«dans le cadre de la franchise, le recours au contrat-cadre est nécessité par la mise en place d'un réseau homogène. Il permet ainsi d'organiser les bases de la relation entre le franchiseur et ses franchisés, par l'établissement d'un modèle type, dénommé contrat de franchise. Ce contrat a alors vocation à définir l'ensemble des engagements qui devront être pris par les franchisés. Le plus souvent, le contrat de franchise impose la conclusion de contrats d'application entre les mêmes parties »*<sup>263</sup>.

- Le contrat de franchise comme étant un contrat de distribution en réseaux :

Le contrat de franchise est considéré uniquement comme étant une méthode de commercialisation de produits et /ou de services, et s'intègre dans la catégorie des contrats de distribution en réseaux. Ainsi, les fonctions d'industrialisation et de production n'apparaissent pas dans cette qualification du contrat selon son mode d'organisation.

D'après l'étude réalisée par le CREDA, la franchise représente l'une des deux conventions les plus utilisées dans la distribution<sup>264</sup>.

Selon Ferrier (2012), la définition économique de la distribution la désigne comme étant une opération économique, qui a été étudiée pour la première fois, par Jean-Baptiste Say, comme l'une des trois activités économiques phares. Ainsi, elle retrouve son positionnement, suivant celui de la production, précédant celui de la consommation. De plus, cette activité économique, représente un ensemble d'opérations matérielles soient-elles ou juridiques. Ces dernières permettent la commercialisation des produits ou des services, auprès de distributeurs et de consommateurs professionnels et non professionnels<sup>265</sup>. De ce fait, elle a pour objectif de permettre une circulation des biens, et services, en mettant en relation les parties intéressées, les distributeurs avec les consommateurs, Beauchard (1996) rajoute que cette activité englobe les différentes opérations d'acheminement des produits, du producteur vers le consommateur<sup>266</sup>.

Dans le cas de la franchise, la distribution, qui a pour fonction la mise en relation des agents économiques, se doit d'étendre et d'agrandir cette relation par la création d'un réseau.

---

<sup>263</sup>Amandine Bouvier, « Regard sur le contrat de franchise », thèse de doctorat en droit privé, université de Montpellier, 2015.

<sup>264</sup>CREDA, centre de recherché sur le droit des affaires, <http://www.creda.cci-paris-idf.fr/etudes/1995-contrat-cadre-t2/contrat-cadre-t-2-presentation.html>, consulté le 28 /06/2018.

<sup>265</sup>Didier. Ferrier, « Droit de la distribution », Lexis Nexis, 6<sup>ème</sup> édition, 1 mars 2012, p 25.

<sup>266</sup> Beauchard Jean, « Droit De la Distribution Et De La Consommation », Presses Universitaires de France PUF, 1<sup>ère</sup> édition, 1 octobre 1996.

Pour Bouvier (2015), aucune véritable définition unanime n'a été accordée aux réseaux de distributions. C'est la raison pour laquelle, la doctrine s'est saisie de la notion.<sup>267</sup>

Le réseau est alors défini par Teyssie (1975) comme un « *groupe de contrats visant un but commun à toutes les parties, connu et voulu par elles, qui assure la connexité de leurs conventions* »<sup>268</sup>, ou bien encore, par Leloup (2000), comme étant une structure horizontale, constituée d'un ensemble de commerçants affiliés à un opérateur du circuit de distribution situé en amont, et qui reçoivent de ce dernier, contractuellement, la mission permanente d'acheter pour revendre, en leur nom et pour leur compte, dans une zone et à une clientèle définie, les produits, généralement marqués, qui leur sont fournis à cette fin par la firme créatrice du réseau<sup>269</sup>.

Ensuite, quelques théories contractuelles du réseau sont apparues, afin de le distinguer, comme étant un groupe de contrats dont le but est commun, mais qui sont par nature interdépendants et divisibles. Cependant la disparition de l'un n'affecte pas forcément l'accomplissement des autres<sup>270</sup>.

Enfin, un réseau peut-être conçu, soit par un système de succursales, dans lequel le créateur de ce réseau est l'unique propriétaire de tout ce réseau, ou encore, par le biais, d'une franchise, dans laquelle, le franchiseur (propriétaire de l'enseigne), fait transférer au franchisé indépendant, un savoir-faire, une formation et une assistance technique. En contrepartie il reçoit une redevance ou royalties. Ainsi, « *le contrat de franchise constitue un mode d'organisation majeur des réseaux....le réseaux de franchise est ainsi composé des relations entre le franchiseur et ses franchisés,.... afin que se forme une unité économique* »<sup>271</sup>.

En plus des qualifications octroyées au contrat de franchise, la première étant une qualification selon la dénomination, qui désigne le contrat de franchise comme un contrat innommé et typé. Et la seconde étant une qualification selon le mode d'organisation, qui considère le contrat de franchise comme étant un contrat cadre appartenant à la catégorie des contrats de distributions en réseaux, Le contrat de franchise représente une conception

---

<sup>267</sup> Bouvier Amandine, « Regard sur le contrat de franchise », thèse de doctorat en droit privé, université de Montpellier, 2015.

<sup>268</sup> Teyssie Bernard, (1975), cité dans Bouvier Amandine, « Regard sur le contrat de franchise », thèse de doctorat en droit privé, université de Montpellier, 2015.

<sup>269</sup> Leloup Jean-Marie., « La franchise, droit et pratique », 3ème édition, Delmas, 2000, p 18.

<sup>270</sup> Bernard Teyssie, (1975), cité dans Bouvier Amandine, « Regard sur le contrat de franchise », thèse de doctorat en droit privé, université de Montpellier, 2015.

<sup>271</sup> Bouvier Amandine, « Regard sur le contrat de franchise », thèse de doctorat en droit privé, université de Montpellier, 2015.

nouvelle du contrat. Ainsi, il est considéré comme étant un contrat de réitération, un contrat de collaboration, un contrat de financement et parfois même, il peut être qualifié de contrat de travail.

## **Conclusion :**

La revue de la littérature qui a été réalisée dans ce chapitre a permis de présenter la franchise comme étant une forme attractive et prometteuse à l'investissement, du fait, des avantages qu'elle offre pour les deux contractants (franchisé et franchiseur), notamment dans le cadre des investissements étrangers.

Depuis plusieurs années, la franchise ne cesse de se développer dans le monde, toutefois ses tendances sont hétérogènes et différentes selon chaque pays, notamment par rapport à l'environnement institutionnel et juridique de ces derniers.

Nous avons également présenté les différents courants théoriques qui ont tenté d'apporter des explications justifiant le choix de cette pratique comme forme intéressante de l'investissement, notamment par rapport à la limitation du risque et à la réduction des coûts organisationnels et les coûts de transaction.

## **Chapitre 2 : La substitution aux importations**



## **Introduction :**

Depuis l'ouverture commerciale de l'Algérie et le passage d'une économie dirigée vers une économie de marché, engagée dans les années 1990, l'économie algérienne est devenue fortement dépendante des importations, notamment des produits manufacturés destinés à la revente en l'état.

La hausse successive des prix du pétrole à partir de l'année 2000 pour un pays exclusivement dépendant de ses recettes en hydrocarbures a permis à l'Algérie une aisance financière. Ainsi, au-delà des projets économiques, politiques et sociales qu'avait envisagé l'Etat en cette période, une partie des recettes en devises générées par les hydrocarbures était destinée aux importations de produits finis ayant connu une tendance croissante en cette même période et qui s'est traduite par un important transfert de capitaux vers l'étranger.

Cette évolution des importations a également eu un effet sur la production nationale qui a connu une récession dans plusieurs secteurs de l'industrie manufacturière, notamment le secteur textile et habillement.

La chute des prix du pétrole enregistré en 2014 a eu un impact négatif sur les recettes en devises de l'Etat. De ce fait, cette situation a contraint les pouvoirs publics algériens à prendre des mesures de restriction relatives aux importations de produits finis, notamment pour ceux pouvant être produits localement.

Dans ce chapitre, nous présenterons l'évolution des importations algériennes et leurs impacts sur la production nationale, pour pouvoir ensuite mettre en lumière les mesures prises par l'Etat dans le cadre du soutien à la production nationale, notamment la production substitutive aux importations.

## **Section 1 : Evolution de l'importation en Algérie (2001/2018)**

La politique algérienne en termes d'échanges internationaux est passée d'un protectionnisme vers une volonté de libre échange maîtrisé. Toutefois avec la chute des prix du pétrole en 2014, les mesures prises par l'Etat étaient plus en faveur d'un retour vers un semblant de protectionnisme.

### **1- Les échanges internationaux :**

Les échanges internationaux désignent un ensemble de transactions transfrontalières regroupant les flux de marchandises, de services, de technologies, de savoir-faire, de compétences, de travailleurs, de capitaux, etc, qui ont pour objectif d'améliorer le bien-être des individus. L'échange international est, alors, une notion moins restrictive que celle liée au commerce international (importation et exportation de biens physiquement identifiables).

Le libre-échange et le protectionnisme, représente des politiques commerciales mises en place par les gouvernements, construites autour de deux grandes doctrines opposantes, responsables de l'organisation des échanges internationaux.

Le libre-échange est un système économique issu du courant de pensée libérale. Il favorise la liberté des échanges entre pays en supprimant tout obstacle aux commerces, en particulier les barrières tarifaires afin de favoriser les échanges internationaux. Cette politique présente plusieurs avantages qui permettent le maintien de la croissance lorsque le marché intérieur national est saturé. Elle permet l'obtention de produits qui ne sont pas fabriqués dans le pays ou de manière insuffisante. Le libre-échange permet, également, d'augmenter la taille des marchés en créant une économie d'échelle, ce qui permet de bénéficier de coûts plus compétitifs et des produits de qualité différente. Ainsi, le libre-échange permet la complémentarité des économies grâce à une spécialisation des économies nationales, ce qui favorise la croissance économique et le développement.

#### **1-1 Les théories de l'échange fondées sur le libre-échange :**

Plusieurs théories économiques s'appuient sur la doctrine qui préconise la libre circulation des biens, des services et des capitaux, afin d'expliquer les échanges internationaux.

- Théorie de l'Avantage Absolu « Adam Smith » :

Adam Smith considère que chaque pays doit se spécialiser dans la production pour laquelle il dispose d'un avantage absolu en termes de coût, de technicité, d'expérience, etc. Cette spécialisation permet alors une division internationale du travail qui s'accompagne d'une spécialisation des nations dans une certaine production. Ainsi chaque pays a intérêt à se spécialiser dans l'un ou les produits pour lesquels il est le plus compétitif comparé à d'autres pays.

La limite de cette théorie est l'impossibilité de l'échange lorsqu'un pays X n'a aucun avantage absolu, cela impliquerait l'impossibilité d'exporter afin d'acquérir les ressources nécessaires à l'importation.

- Théorie de l'Avantage Comparatif « David Ricardo » :

Selon David Ricardo, même en l'absence d'avantage absolu, chaque pays a intérêt à se spécialiser dans la production qui incorpore le facteur de production dont il dispose en abondance. Et pour lequel il est plus compétitif.

La théorie de l'avantage comparatif suppose que le libre-échange mène à la spécialisation qui mène à la prospérité. Cependant, selon certaines recherches récentes, la prospérité est due à la diversité et la complexité. Ainsi, contrairement à la vision de Ricardo, la spécialisation qui mène à la non-complexité n'aboutit pas forcément à une prospérité mais plutôt à une pauvreté<sup>272</sup>.

- Théorie des Dotation Factorielles HOS « Heckscher, Ohlin, Samuelson » :

Ces théoriciens voient, qu'un pays a intérêt à se spécialiser afin d'exporter des biens dont la production nécessite les facteurs de production dont il est doté en abondance (ex : la Chine se spécialise dans une production nécessitant beaucoup de main-d'œuvre puisque cette dernière est abondante et peu coûteuse dans ce pays. Par-ailleurs, l'échange international qui en découle tend à égaliser avec le temps, les prix de facteurs entre pays qui échangent.

---

<sup>272</sup>The Atlas Of Economic Complexity, Center For International Development, <http://atlas.cid.harvard.edu/rankings?country=Alg>. Consulté le 17/03/2019.

Toutefois, le théorème de HOS prend en comptes la quantité des facteurs de production, et néglige complètement leurs qualités<sup>273</sup>.

- Théorie du Commerce Intra-branche « Paul Krugman » :

Paul Krugman explique que le rendement d'échelle croissant s'effectue au moment de pénétrer de nouveaux marchés afin d'augmenter la production et de réduire les coûts de production. Ce qui permet de réaliser des économies d'échelles.

Le développement des firmes multinationales Nike, Danone, Coca-Cola, ...etc. a permis de modifier le commerce international.

De nos jours, plus d'un tiers du commerce mondial de marchandises s'effectue entre les filiales des firmes multinationales, implantées dans divers états du monde, afin de réduire leurs coûts et de réaliser des économies d'échelles. Par-ailleurs, ces firmes multinationales cherchent à accroître leur avantage concurrentiel en différenciant leurs produits grâce à leurs innovations, leur savoir-faire, leurs marques, à la qualité de leurs produits, etc. Ainsi, Krugman voit que sans différence, il n'y a pas lieu d'échange<sup>274</sup>.

- Théorie du cycle de vie « Vernon » :

La théorie du cycle de vie permet de rationaliser la vie économique d'un produit, depuis son lancement jusqu'à son abandon. Les firmes s'appuient sur les différentes étapes du cycle de vie du produit afin d'approvisionner les marchés nationaux et étrangers.

Dans la première phase du cycle de vie du produit, ce dernier est destiné seulement au marché national, ensuite, à travers l'exportation ce produit sera disponible sur les marchés étrangers. Dans la phase de maturité, la production est délocalisée dans d'autres pays (pays en voie de développement PED ou nouveaux pays industrialisés NPI, qui offre des coûts plus compétitifs).

Ainsi, selon lui, le cycle de vie du produit dans le temps se décale souvent entre trois groupes de pays (pays créateur du concept ou du produit appelé aussi pays innovateur, les pays développés suiveurs et les PVD).

Cependant, l'explication des échanges internationaux proposés par Vernon, est déterministe, et elle n'est valable que dans un contexte particulier (celui des firmes américaines, sur une

---

<sup>273</sup> Fonouni-Farde Gérard, « Comprendre L'économie Internationale », l'Harmattan, Paris 2013, p 33.

<sup>274</sup> Fonouni-Farde Gérard, « Comprendre L'économie Internationale », l'Harmattan, Paris 2013, p 36.

période allant de 1945 à la fin des années 60). Aujourd'hui, une partie de la production est transférée dans les NPI et les PED. et le produit est lancé directement sur le marché mondial, et les firmes se concurrencent d'aussitôt.

Toutefois, ce schéma peut être repris et appliqué dans d'autres pays en prenant en compte les innovations comme principe explicatif des échanges internationaux<sup>275</sup>.

Le libre-échange offre une chance aux entreprises d'exporter leurs produits sur le marché international et de conquérir de nouveaux marchés. Cette extension du marché favorise des économies d'échelles, une augmentation de la production, du profit et de la richesse, et l'accroissement du PIB. De plus, le libre-échange favorise le transfert de technologie entre les pays afin de stimuler l'innovation, la concurrence et la compétitivité.

Cependant, « *la réalité économique a souvent démenti la vision idyllique que renvoi le libre-échange* »<sup>276</sup>. Puisque ce dernier, représente plusieurs menaces pour les économies, tels que la spécialisation inégale, désindustrialisation, le dumping (dégradation sociale, fiscale ou environnementale, etc.). Pendant longtemps le libre-échange a incité les pays à se spécialiser. Quelques pays ont dû abandonner certains secteurs, ce qui implique, une destruction d'emplois par la suppression d'un certain nombre de métiers (secteur textile délocalisé vers des pays asiatiques), notamment pour quelques pays développés (Etats-Unis, la France, etc.). Ce qui a eu une influence négative sur le taux de chômage. De plus, en se spécialisant les pays risquent une situation de dépendance internationale (liée aux importations ou aux exportations). A cet effet, sur le long terme, le libre-échange profite surtout aux pays développés, ayant une position dominante, ou aux pays ayant une main d'œuvre très peu coûteuse. Face à de telles menaces, certains pays optent aujourd'hui, pour des mesures protectionnistes (Etats-Unis par exemple).

Après plusieurs années d'abaissement des barrières tarifaires, favorisant le libre-échange, aujourd'hui, l'économie mondiale est face à une nouvelle ère de protectionnisme. Sapir (2006), considère, qu'il est impossible de montrer que la politique commerciale favorisant le

---

<sup>275</sup>Albert Allain et Crener Maxime, « Stratégie de la firme multinationale : Aide liée et cycle de vie du produit ». Études internationales, vol 6, N° 1, 1975, pages 110–117.

<sup>276</sup>Gérard Fonouni-Farde, « Comprendre L'économie Internationale », l'Harmattan, Paris 2013, p 30.

libre-échange soit supérieure à celle favorisant le protectionnisme. Selon lui, le protectionnisme serait plus adéquat dans de nombreuses situations<sup>277</sup>.

Le protectionnisme se définit comme étant une politique économique visant à limiter ou à interdire l'entrée sur le territoire national, des produits de services, de main d'œuvre ou des capitaux en provenance de l'étranger. L'objectif étant de protéger les acteurs économiques nationaux de la concurrence étrangère, parfois déloyale<sup>278</sup>. Pour ce faire, l'Etat s'appuie principalement sur deux formes de protectionnismes. La première forme, consiste en un protectionnisme tarifaire qui agit sur les prix, les coûts afin de protéger les entreprises du pays, par la mise en place des droits de douane, qui constituent une taxe sur les produits importés contribuant à augmenter le prix du produit afin de favoriser la production nationale. Le protectionnisme tarifaire peut également s'appuyer sur les crédits à l'exportation à taux d'intérêt faible. L'objectif étant de diminuer les coûts de production des entreprises du pays, qui pourrait répercuter cela sous forme de baisse de prix, afin d'être plus compétitif à l'international. De plus, le protectionnisme tarifaire peut s'appuyer sur des manipulations de taux de change à travers une dépréciation ou une dévaluation de la monnaie nationale pour augmenter la « compétitivité prix » des entreprises du pays. Cette mesure favorise provisoirement les exportations. Enfin, le protectionnisme tarifaire peut s'appuyer sur des crédits d'impôts pour les entreprises exportatrices, ce qui permet de réduire les coûts de production des entreprises afin de pouvoir baisser leurs prix. La seconde forme de protectionnisme, consiste en un protectionnisme non tarifaire, qui s'appuie sur la mise en place de normes (technique, environnemental, sanitaire...), ou des formalités administratives. Il peut également s'appuyer sur des mesures de contingence appelées plus communément « des quotas » d'importation qui représentent une limite quantitative maximale, fixés par l'Etat pour les marchandises importées.

## **1-2 Les théories de l'échange fondées sur le protectionnisme :**

- Protectionnisme éducateur (LIST) « Friedrich List » :

Friedrich List soutien le protectionnisme éducateur, qui consiste à la mise en place de mesures protectionnistes provisoires pour un État, afin de protéger les industries naissantes de la

---

<sup>277</sup> Sapir Jacques, 2006, « Retour vers le futur : le protectionnisme est-il notre avenir ? », L'Économie politique, vol 3, N° 31, pages 74-81.

<sup>278</sup>Le Dico Du Commerce International, <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-terms/protectionnisme.html>. Consulté le 26/03/2019.

concurrence des pays plus avancés, le temps que ces dernières puissent construire leurs avantages comparatifs et faire face à la concurrence internationale<sup>279</sup>.

- Protectionnisme éclairé « Maurice Allais » :

Maurice Allais plaide en faveur d'un protectionnisme européen, puisque selon lui, les délocalisations vers des pays à bas salaires étaient injustifiées, dans la mesure où l'écart des salaires entre l'Europe et ces pays disparaîtrait en quelques décennies<sup>280</sup>.

Il a longtemps combattu le « laisser-fairisme » et le « libre-échange mondialiste », et soutenu la perspective d'un protectionnisme nouveau « néoprotectionnisme » par la mise en œuvre de protection tarifaire et contingentaire. Ce néoprotectionnisme est différent du « *protectionnisme oldschool* » des années 1930<sup>281</sup>.

- Politique Stratégique « James Brander, Barbara Spencer » et « Paul Krugman » :

Brander et Spencer (1983) supposent qu'avec des économies d'échelles statiques, économies d'échelles dynamiques et une concurrence oligopolistique, le libre-échange n'est pas nécessairement parfait. Abdelmalki et Sandretto (2011) appuient cette vision dans leurs travaux<sup>282</sup>. Ainsi, il est même légitime dans ces conditions d'imposer une réglementation protectionniste. Dans ce contexte-là, une nouvelle approche du commerce international, a été arborée par Brander et Spencer dans les années 1980<sup>283</sup>. Cette approche fondée sur une politique commerciale stratégique s'est ensuite développée grâce aux travaux de Paul Krugman.

La politique commerciale stratégique démontre, que dans une situation de concurrence imparfaite dans laquelle existent des relations stratégiques entre firmes, l'intervention de l'Etat à travers la mise en place de mesures protectionnistes devient propices, afin de protéger les entreprises nationales et d'accroître leurs performances sur les marchés internationaux. Il

---

<sup>279</sup>Delaite Marie-Françoise, Poirot Jacques, « Patriotisme économique et développement durable », Développement Durable Et Territoires, Vol. 1, n° 3, décembre 2010, pages 1-30.

<sup>280</sup>Giraud Pierre-Noël, « Maurice Allais : celui qui avait tort d'avoir raison », Presses Universitaires de France, n° 45, janvier 2011, pages 147-220.

<sup>281</sup>D'Hombres Emmanuel, « Maurice Allais, François Perroux, et la question du néoprotectionnisme », Journées de l'économie 2011, Université Catholique de Lyon, pages 1-2.

<sup>282</sup>Abdelmalki Lahsen, Sandretto René, « Politique Commerciales Des Grandes Puissances : La Tentation Du Néoprotectionnisme », de boeck, 2011.

<sup>283</sup>Brander James et Spencer Barbara, « International R & D Rivalry and Industrial Strategy », Review of Economic Studies, vol. 50, N° 4, 1983, pages 707-722.

est donc possible d'apparenter la politique, à une forme de protectionnisme stratégique<sup>284</sup>. Guillochon (2001), explique que le terme «stratégique» ici, fait référence à la théorie des jeux, dans la mesure où le revenu de chaque firme dépend des choix stratégiques des autres firmes<sup>285</sup>.

Pendant longtemps, Paul Krugman s'est essentiellement appliqué à soutenir le libre-échange, et mettre en avant les bénéfices de la mondialisation. Ensuite dans les années 90, il contribue par la proposition d'une politique commerciale stratégique, qui consiste en une intervention de l'Etat, pouvant s'avérer positive dans la mesure où elle parvient à saisir la rente induite par la concurrence imparfaite. Selon lui, « *les politiques commerciales Stratégiques peuvent en effet être avantageuses en ce qu'elles permettent de corriger l'apathie des firmes domestique, quand elles restent indifférentes au jeu de la concurrence, de l'innovation. Les politiques commerciales stratégiques créent alors des incitations pour stimuler les firmes* »<sup>286</sup>. Paul Krugman, considère alors, que le libre-échange peut s'avérer être dangereux pour quelques industries de haute technologie, dite « stratégiques ». A cet effet, l'Etat a tout intérêt à soutenir et favoriser ces industries. Toutefois, il prévient que les arguments soutenant la politique commerciale protectionniste doivent « *être examinés avec une grande prudence* »<sup>287</sup>. Ajoutant que l'application de la politique commerciale stratégique n'est envisageable qu'au cas par cas<sup>288</sup>.

- Managed Trade «Laura D'Andrea Tyson»:

Au début des années 90, Laura Tyson, expose l'idée d'un « *unilatéralisme agressif* » en matière commerciale<sup>289</sup>. A l'époque, le Japon et l'Europe ont lancé un défi aux Etats Unis dans le domaine de la fabrication et l'exportation des biens de haute technologie. En rejetant le libre-échange incontrôlé, afin de faire face à ce défi, Laura Tyson a proposé d'élargir l'accès au marché par des négociations étroites sur les tarifs et autres obstacles au commerce, appuyées par une menace crédible de représailles contre ceux qui fermeraient leurs marchés

---

<sup>284</sup> Borel Francois-Xavier, Themejian Karine, Velay Patrick, « Débats récents autour de la Politique Commerciale Stratégique », Séminaire de Politique Commerciale Internationale, Université Lumière Lyon 2 En partenariat avec l'Ecole de Management de Lyon, année 2002/2003.

<sup>285</sup> Guillochon Bernanrd. « Le Protectionnisme », 2001, Paris : La Découverte, p16.

<sup>286</sup> Borel Francois-Xavier, Themejian Karine, Velay Patrick, « Débats récents autour de la Politique Commerciale Stratégique », Séminaire de Politique Commerciale Internationale, Université Lumière Lyon 2 En partenariat avec l'Ecole de Management de Lyon, année 2002/2003.

<sup>287</sup> Paul Krugman, « La Mondialisation n'est pas coupable : vertus et limites du libre-échange », La Découverte, Paris, 1998, p 24.

<sup>288</sup> Coissard Steven, « L'économie Internationale Selon Paul Krugman », Annuaire Français de Relation Internationales (AFRI), Centre Thucydide, vol V, 2004, pages 831-836.

<sup>289</sup> Tyson Laura D'andrea, «Who's Bashing Whom: Trade Conflict in High Technology Industries», The Peterson Institute for International Economics, 1 novembre 1992, p21.



aux importations américaines<sup>290</sup>. Elle a également évoqué le rôle des externalités dans les industries de haute technologie. Selon elle, il est important d'encourager ces industries, puisque toutes les spécialisations ne sont pas similaires.

Le choix d'une politique commerciale adaptée, demeure jusqu'à nos jours, une question complexe de l'économie mondiale.

## **2- L'ouverture économique en Algérie :**

Depuis son indépendance en 1962, l'Algérie a opté pour une politique commerciale favorisant la protection de son économie, à travers un monopole de l'Etat sur le commerce extérieur et le système financier. Se caractérisant par la limitation des importations et l'amélioration des recettes, les AGI « Autorisations Globales d'Importation » pour les opérations du secteur privé, sont un exemple clair de la volonté de l'Etat à adopter une politique protectionniste.

Cette phase de protectionnisme a duré jusqu'à la seconde moitié des années 80. Lorsque l'Algérie a connu une crise pétrolière engendrant des difficultés financières. Cette situation a contraint les pouvoirs publics à faire des réformes économiques. Ensuite c'est en 1994, que l'Algérie a connu une ouverture de son économie sous la contrainte des institutions internationales. Mehdi Abbas (2012), considère que le passage vers une ouverture internationale de l'Algérie, de la période allant de (1986 à 2012), se traduit par trois étapes.

La première allant de 1986 à 1994 périodes de « *Dé légitimation Du Protectionnisme* ». L'Algérie a connu au milieu des années 80 une crise pétrolière, engendrant une chute des recettes d'exportations de 40 %, un accroissement des échéances de la dette extérieure<sup>291</sup> et des difficultés financières. Cette situation a contraint les décideurs algériens à déposer une demande d'adhésion au GATT, en juin 1987, qui a pour objectif, de lever les obstacles au libre commerce et la suppression du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, visant entre autre, l'intégration de l'économie algérienne dans l'économie internationale<sup>292</sup>. En 1988, le prix du pétrole baisse de nouveau, entraînant une réduction des importations des biens

---

<sup>290</sup> Clift Jeremy, « L'ennemie des inégalités », paroles d'économistes, Finances & Développement. Publication trimestrielle du Fonf Monétaire International, vol 49, N° 2, juin 2012, pages 4-7.

<sup>291</sup> Ahmed Bouyacoub, « L'économie algérienne et le programme d'ajustement structurel », Confluences Méditerranée, n° 21, printemps 1997, pages 77-85.

<sup>292</sup> Barbet Philippe, Souam Saïd, Talahite Fatiha, « Enjeux et impacts du processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC », Communication à la Journée d'étude internationale « Regards croisés sur l'accession de l'Algérie à l'OMC », organisée par le Laboratoire Grand Maghreb, Université Mentouri, Constantine et le LEPII, Université Mendès France, Grenoble, à Constantine, Algérie, 22 novembre 2008. CEPN Centre d'Economie de l'université Paris Nord, N°2009-5.

alimentaires de base, créant ainsi une crise sociale. Cette période a connu un monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, jusqu'en 1989 lorsque l'Algérie lève officiellement les barrières au profit de la libéralisation économique. Par la signature avec le FMI du premier accord Stand-By du 31 mai de la même année, s'en suivent un second accord Stand-By du 3 juin 1991 et un troisième accord en mai 1994<sup>293</sup>.

La seconde période s'est prolongée de l'année 1994 à 1998. Au début de cette période l'Algérie était en situation de quasi-cessation de paiements, en plus du rééchelonnement de la dette extérieure. Cette situation, a poussé le pays à signer le premier accord de « stand by » en 1994 avec le FMI. Cet accord a contraint le pays à généraliser la libéralisation de son commerce extérieur<sup>294</sup>. Durant cette période il y'a eu également, l'adoption du plan d'ajustement structurel négocié avec le FMI et la Banque Mondiale. Ce dernier avait permis la modification et l'assouplissement des conditions de financement des opérations d'importation. Ayant lui aussi pour objectif, la libération du commerce extérieur, mais aussi la stabilisation de la situation macro-financière.

Ces réformes ont permis à l'Algérie de relancer sa demande d'accession à l'Organisation mondiale du commerce (OMC). L'ouverture de l'économie algérienne a donc été entamée réellement dans les années 1990. Exprimant une liberté des échanges internationaux et d'instauration des prix, une démonopolisation des activités économiques et commerciales, un renforcement de la concurrence, ainsi que l'ouverture et l'encouragement des investissements privés, nationaux et étrangers. Mais ce processus d'ouverture n'a pas réellement abouti, en dépit de la situation sécuritaire, et de la crise économique et financière de cette époque.

L'Algérie a opté quelques années plus tard, dans les années 2000, pour une série de mesures dans le cadre de la réhabilitation de l'entreprise en tant qu'acteur économique indépendant de l'Etat, créant de la richesse et déclencheur d'une croissance durable. Dans le but de favoriser la diversification de la production industrielle, agricole et de services permettant à l'économie algérienne la réduction progressive de leur dépendance abusive vis-à-vis des hydrocarbures. Toujours, dans le cadre de l'ouverture économique, cette période a connu un réajustement du cadre réglementaire législatif ayant pour but la promotion de l'investissement. Afin d'assurer une entrée progressive dans une économie du marché. Tout au long de la période allant de

---

<sup>293</sup> Benissad, Hocine, « Le plan d'ajustement structurel », Confluences Méditerranée, N° 23, Automne 1997, pages 107-118.

<sup>294</sup> Benabdallah Youcef, « L'économie algérienne entre réformes et ouverture : quelle priorité ? », CREAD Alger. Communication Rabat, Maroc, 2007, pages 1-21.

2000 à 2016, ce réajustement a été conçu pour assurer une ouverture efficiente de l'économie et du commerce et leur intégration aux grands regroupements mondiaux tels que l'OMC; ainsi que d'inciter l'investissement tant national qu'étranger en offrant à l'investisseur un soutien et un accompagnement effectif en éliminant toutes les contraintes<sup>295</sup>.

En 2003, plusieurs réformes ont été entamées par les pouvoirs publics algériens, pour aider la production nationale à faire face à la concurrence étrangère<sup>296</sup>, à travers l'incitation fiscale au profit des exportateurs ; la création de zones franches<sup>297</sup>; la tarification douanière visant à limiter les importations afin de protéger l'emploi national et la production nationale contre la concurrence étrangère. Ces réformes avaient pour but aussi, d'améliorer la balance des paiements.

Cette troisième période qui s'est prolongée jusqu'en 2016, se caractérise également par la recherche d'une maîtrise de l'ouverture, à travers les négociations des accords internationaux<sup>298</sup>, l'accord d'association avec l'UE, entré en vigueur le 1er septembre 2005, qui s'inscrit dans le contexte du processus de Barcelone proposé par l'Union Européenne afin de développer les relations de coopération avec les pays Sud Méditerranéens tout en ayant pour objectif, la mise en place à long terme, d'une « zone de prospérité partagée »<sup>299</sup>. L'adhésion à la Grande zone arabe de libre-échange GZALE (engagée en 2004 et entré en vigueur en 2009), qui vise à libérer les échanges commerciaux entre les pays arabes ainsi qu'à faciliter les services liés au commerce<sup>300</sup>. Accord Commercial Préférentiel Algéro-Tunisien entrée en vigueur le 1er Mars 2014.

Toutefois, L'Algérie a mis en place de nouvelles mesures protectionnistes en 2016<sup>301</sup>. Afin de remédier au déficit enregistré par la balance de paiement en 2015, caractérisé par un déficit du compte courant estimé à 27,48 Mrds de US \$ (dû principalement à la chute des prix du pétrole), un déficit du solde global de la balance de paiement estimé à (-27,54 Mrds de US \$)

---

<sup>295</sup> Ambassade d'Algérie en Suisse. « Ouverture économique », <https://www.ambassade-algerie.ch/economie/ouverture-economique.html>. Consulté le 16/10/2019.

<sup>296</sup> Ordonnance n° 03-03 du 19 Joumada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative à la concurrence. Journal Officiel N°43.

<sup>297</sup> Ordonnance n° 03-02 du 19 Joumada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative aux zones franches. Journal Officiel N°43.

<sup>298</sup> Abbas Mehdi, « L'ouverture commerciale de l'Algérie Apports et limites d'une approche en termes d'économie politique du protectionnisme », *Revue Tiers Monde*, Vol 2, N°210, 2012, pages 51-68.

<sup>299</sup> Ministère Du Commerce, Présentation de l'Accord d'Association, <https://www.commerce.gov.dz/a-presentation-de-l-accord-d-association>. Consulté le 01/04/2019.

<sup>300</sup> Ministère Du Commerce, « grande zone arabe de libre échange », <https://www.commerce.gov.dz/a-grande-zone-arabe-de-libre-echange>. Consulté le 01/04/2019.

<sup>301</sup> La Commission Européenne, « Rapport de la commission au parlement européen et au conseil sur les obstacles au commerce et à l'investissement », 1er janvier 2016 - 31 décembre 2016, Bruxelles, le 23.6.2017.

et une contraction des réserves de changes (Or non compris) de 34,81 Mrds US \$<sup>302</sup>. Ces mesures avaient également pour objectif, d'augmenter la production industrielle nationale.

Ainsi, la loi de Finance 2016 exprime un protectionnisme mais aussi en même temps, une volonté d'ouverture aux investissements étrangers<sup>303</sup>. L'article 52, énonce la protection des filières industrielles naissantes locales, à travers l'ajout de taxes additionnelles sous forme de TVA (taxe sur la valeur ajoutée) ou encore de taxe intérieure de consommation applicables sur les produits finis importés, similaires à ceux produits en Algérie et dans les activités relevant des filières industrielle<sup>304</sup>. Par ailleurs, l'article 55, exprime une volonté d'ouverture aux investisseurs étrangers, à travers un recours au financement local, pour la réalisation des investissements étrangers, directs ou en partenariat, à l'exception de la constitution du capital. Indiquant que le recours aux financements extérieurs indispensables à la réalisation des investissements stratégiques par des entreprises de droit algérien, sont autorisés, au cas par cas, par le Gouvernement<sup>305</sup>.

Suite à la chute des cours pétroliers à la fin du 2<sup>ème</sup> trimestre de 2014, et la dépendance du pays vis-à-vis des importations, ce dernier se voit en face de deux possibilités afin de remédier à cette situation. D'une part, la diversification de ses exportations, cependant cette possibilité représente un processus relativement long, puisque même la production nationale est dépendante de l'importation, du fait qu'elle est à forte composante d'intrants importés ; D'autre part, la seconde possibilité consiste à limiter et contrôler les importations en agissant sur la valeur du dinar qui avait chuté de près de 20%. Ces mesures d'ordre monétaire, n'étaient pas suffisantes dans la limitation des importations, raison pour laquelle, les pouvoirs publics algériens, ont mis en place en 2016, des dispositifs de régulation des importations, en établissant des licences d'importation, concernant certains produits (les véhicules, le rond à béton et le ciment). Ensuite, cette liste s'est élargie à certains produits agricoles, agroalimentaire et, récemment, aux produits électroménagers, téléphones portables et produits cosmétiques. Selon le directeur général du commerce extérieur au ministère du commerce, cette mesure de sauvegarde représente le meilleur instrument de régulation du commerce extérieur. Ainsi, cette dernière a permis de réduire le niveau des importations et de remédier

---

<sup>302</sup> Flash Conjoncture, fin décembre 2015.

[http://www.dgpp-mf.gov.dz/images/stories/PDF/note\\_conjoncture/flash2015.pdf](http://www.dgpp-mf.gov.dz/images/stories/PDF/note_conjoncture/flash2015.pdf) . Consulté le 22/04/2019.

<sup>303</sup> Loi n°16-09 du 29 Chaoual 1437 correspondant au 3 août 2016 relative à la promotion de l'investissement.

<sup>304</sup> Article 52 de Loi n° 15-18 du 18 Rabie El Aouel 1437 correspondant au 30 décembre 2015 portant loi de finances pour 2016, journal officiel de la république algérienne N° 72.

<sup>305</sup> Article 55, de Loi n° 15-18 du 18 Rabie El Aouel 1437 correspondant au 30 décembre 2015 portant loi de finances pour 2016, journal officiel de la république algérienne N° 72.

au déficit de la balance de paiement. En 2017, est apparu le décret exécutif n° 17-245 du 22 août 2017 portant l'annulation du décret exécutif n° 17-202 du 22 juin 2017 modifiant et complétant le décret exécutif n° 15-306 du 6 décembre 2015<sup>306</sup>, et qui avait pour objectif, de fixer les conditions et les modalités d'application de régimes de licence d'importation ou d'exportation de produits et marchandises.

La décision de la suspension provisoire d'importation concernant 851 produits, ainsi que les mesures fiscales et douanières prévues par la loi de finances 2018 ayant pour objectif de limiter les importations, ont parfois entraîné des pénuries, causant une hausse de prix. La décision de limitation des importations, a été justifiée par le gouvernement, dans le cadre de la substitution aux importations de marchandise. Ainsi tous les produits interdits provisoirement à l'importation peuvent être produits en Algérie. Toutefois, les marchandises et produits qui ont été soumis à la suspension provisoire à l'importation durant l'année 2018, sont aussitôt devenus depuis janvier 2019, libres à l'importation moyennant le paiement d'un droit additionnel provisoire de sauvegarde (DAPS)<sup>307</sup>.

En 2017, le taux d'ouverture de l'économie Algérienne<sup>308</sup>, avait été estimé supérieur à 60%<sup>309</sup>, selon le ministre du Commerce. Cette situation, désigne une forte dépendance du marché national vis-à-vis de l'étranger, paradoxalement aux mesures prise à partir de l'année 2015.

### **3- L'évolution des importations en Algérie :**

En plus de l'exportation qui aide à la création de la richesse de manière directe, l'importation contribue également à la construction et l'évolution de l'appareil de production d'un pays, représentant ainsi un intérêt à long terme. Puisqu'elle permet d'assurer un approvisionnement de produits destinés à la consommation (produits alimentaires, médicament, articles électroménagers, Téléphonie mobile, véhicules et autres), mais constituent également une base essentielle pour l'investissement dans le secteur industriel à travers les biens d'équipements, intrants,...etc.

---

<sup>306</sup> Décret exécutif n° 15-306 du 24 Safar 1437 correspondant au 6 décembre 2015 fixant les conditions et les modalités d'application des régimes de licence d'importation ou d'exportation de produits et marchandises.

<sup>307</sup> Communiqué relatif aux mécanismes d'encadrement des opérations d'importation de marchandises, Ministère du Commerce, 29/01/2019. <https://www.commerce.gov.dz/avis/communique-relatif-aux-mecanismes-d-encadrement-des-operations-d-importation-de-marchandises-2>. Consulté le 23/02/2018.

<sup>308</sup> Le taux d'ouverture de l'économie Algérienne représentant la somme des échanges (importations et exportations) par rapport au Produit intérieur brut (PIB).

<sup>309</sup> Statistiques et bilans. Statistique du commerce extérieur.

<https://www.commerce.gov.dz/statistiques/statistique-du-commerce-exterieur>. Consulté le 24/02/2018.

La structure des échanges internationaux dans le contexte algérien, exprime une dépendance de l'économie algérienne, aux importations diversifiées, en raison de la déficience et du retard accusé en terme de productivité et de qualité de la production, de nos secteurs économiques (industrie, agriculture, services ou autres). L'exportation quant à elle, est basée essentiellement sur les produits miniers, particulièrement les hydrocarbures, due à la défaillance de la fonction de production dans le secteur de l'agriculture, l'industrie, ou encore des services. Ces exportations contribuent à financer la balance de paiement du pays, depuis très longtemps maintenant.

Depuis la récupération des richesses nationales par l'Algérie au lendemain de l'indépendance jusqu'à nos jours, les exportations algériennes étaient fortement tributaires du secteur des hydrocarbures. En 2019, elles représentaient 93,77% de la valeur globale des exportations. Les exportations hors hydrocarbures, sont constituées principalement par les demi-produits, les biens d'équipements industriels et les produits bruts, les déchets ferreux et non ferreux, les biens alimentaires, quelques produits agricoles et de pêche et les biens de consommation non alimentaires. Bien que ces exportations enregistrent une augmentation d'année en année, elles restent toujours faibles avec seulement 6.23% en 2019<sup>310</sup>.

La politique algérienne de développement, qui a été adoptée après l'indépendance, s'est basée principalement à faire évoluer le secteur industriel, considérée comme étant le moyen le plus rapide et efficace permettant le développement du pays. Pour ce faire, ce dernier était fortement dépendant des importations d'équipements et leurs intrants. En plus de la dépendance de l'industrie aux importations, l'importation permettait d'assurer l'approvisionnement en biens alimentaires exprimée par une demande en hausse des produits agricoles, qui fait de l'Algérie l'un des plus grands importateurs de blé au monde<sup>311</sup>. Mais aussi en médicaments et en biens de première nécessité.

Ainsi, depuis l'indépendance jusqu'au milieu des années soixante-dix, les opérations d'importations et d'exportations ont connues une évolution annuelle relativement lente accusant quelques fois d'insignifiantes baisses<sup>312</sup>. Cette évolution des échanges extérieurs continue avec une hausse importantes des volumes des échanges jusqu'au début des années 1980, suite à l'ouverture du pays aux importations de biens de consommation dans le cadre du

---

<sup>310</sup> Ministère des finances direction générale des douanes, direction des études et de la prospective, statistiques du commerce extérieur de l'Algérie période : deux premiers mois 2019. [http://www.douane.gov.dz/pdf/r\\_periodique/Rapport%20Comext%20202%20Mois%202019.pdf](http://www.douane.gov.dz/pdf/r_periodique/Rapport%20Comext%20202%20Mois%202019.pdf) .

<sup>311</sup> Benachenhou Abdellatif, « L'exode rural en Algérie », SNED, Alger, 1979.

<sup>312</sup> Centre national de l'informatique et des statistiques, ministère des finances direction générale des douanes. « Les réalisations des échanges extérieurs de l'Algérie Période : 1963–2010 ».

plan anti-pénurie (PAP), afin de faire face à une demande sociale<sup>313</sup>. Ensuite en 1986, avec la chute brutale du prix du pétrole « choc pétrolier », ayant eu un impact sur la valeur des exportations qui ont baissées de 55,5% par rapport à l'année précédente. Cette baisse de la valeur des exportations a contraint le gouvernement à prendre des mesures d'austérité et de restriction, qui avait pour effet de diminuer les importations de plus de 50%. Mais sous la menace d'une colère sociale, le pays s'endette afin de conserver l'importation des produits stratégiques.

Au début des années 90, après la limitation du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, une reprise à la hausse des échanges extérieurs a été entamée entre (1992 et 1995). Suivie d'un recul des importations, due à l'instauration du plan d'ajustement structurel PAS (1994 et 1998), et qui avait un effet sur la réduction des importations. Cependant, cette baisse du volume des importations avait été rapidement dépassée lorsque les prix du pétrole avaient augmenté, en particulier en 2000, ce qui a permis de dégager un excédent très important de la balance commerciale, ayant pour conséquence l'accroissement important des importations. Toutefois, ces importations ont enregistré une fluctuation entre « hausse et baisse » durant la période allant de 2000 à 2019.

L'amélioration enregistrée dans la croissance des importations durant cette période, s'explique par l'augmentation de la demande locale de biens importés, particulièrement les produits alimentaires tels que les céréales<sup>314</sup>. Mais aussi par la volonté de satisfaire les besoins du programme de relance de l'économie nationale, lancé par le gouvernement algérien en 2001. Cette volonté a parfaitement été illustrée, par la signature d'un accord d'association avec l'union européenne en 2002 entrant en vigueur en 2005, et envisageant un démantèlement tarifaire sur l'ensemble des produits industriels, agricoles et de la pêche originaires de cette région. Ce dernier prend effet aussitôt pour les produits industriels et progressivement pour les demi-produits et produits finis<sup>315</sup>.

En 2003, un nouveau cadre législatif est apparu dans le but d'encadrer le commerce extérieure, suivant l'ordonnance n° 03-04 du 19 Joumada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation. Cette dernière régit toutes les libertés et les restrictions liées au commerce

---

<sup>313</sup> Talahite Fatiha. « Réformes et transformations économiques en Algérie », rapport en vue de l'obtention du diplôme habilitation à diriger des recherches, économies et finances. Université Paris-Nord - Paris XIII, soutenue publiquement le 29/01/2010.

<sup>314</sup> Moulhisan (2011), Cité dans Brika Said et Mekarssi Lemya. « Analysis of Algerian Trade Performance: From 1970 To 2014 », Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport, vol. 4, N° 1, 2016, pages 13-17.

<sup>315</sup> OCDE. « Algérie, Perspectives économiques en Afrique ». BAfD/OCDE 2003. <https://www.oecd.org/fr/pays/algerie/2497118.pdf>

extérieur. Ainsi, selon cette ordonnance, toute opération d'importation et d'exportation de produits s'effectuent librement, sauf pour les produits portant atteinte à la sécurité, à l'ordre public, à la morale, à la santé humaine et animale et végétale et au patrimoine culturel (Art 2 et 3). De plus, les produits importés doivent être conformes aux spécifications relatives à la qualité et à la sécurité des produits telles que prévues par la législation et la réglementation en vigueur (Art 7). Toutefois, ce nouveau cadre législatif portant sur la libéralisation du commerce extérieur et de l'importation, prévoit dans cette même ordonnance, la volonté de protéger la production nationale. A cet effet, plusieurs mesures de protection ont été exprimées en ce sens, dans l'article 8 et 9, tels que la protection tarifaire, sous forme de droits de douane ; et les mesures de défenses commerciales pouvant être instaurées par voie réglementaire sous la forme de mesures de sauvegarde, compensatoires ou anti-dumping. Selon le rapport de la CNUCED, ces dispositions étaient entièrement compatibles avec les règlements de l'OMC et les dispositions de l'accord d'association déjà signé lors de l'adoption de ces dispositions<sup>316</sup>.

L'année 2004, a été marquée par une importante augmentation des opérations d'importations. Cette évolution s'explique en partie par la mise en œuvre des programmes de relance économique et de soutien à la relance économique engagés à partir de cette même année.<sup>317</sup>

L'article 13 de la loi de finance complémentaire pour 2005, stipule que les activités d'importation de matières premières, produits et marchandises destinés à la revente en l'état, ne peuvent être exercées que par des sociétés dont le capital social est égal ou supérieur à 20 millions de DA entièrement libérés<sup>318</sup>. Cette mesure a eu un effet de réduction et de restriction des importations, particulièrement ceux destinées à la revente en l'état. Les statistiques évoquées par le centre national du registre du commerce (CNRC) indiquent que « *sur les 9.501 personnes physiques immatriculées à fin juillet 2005, 558 ont radié leur registre du commerce, les 8.688 restants n'exercent plus l'activité d'importation revente en l'état - à compter du 26 décembre 2005. Il existe donc à fin décembre 2007, 21.307 sociétés*

---

<sup>316</sup>Conférence Des Nations Unies Sur Le Commerce Et Le Développement « CNUCED », cadre de politique commerciale: Algérie - politiques commerciales et diversification. 2015.

<sup>317</sup>Centre national de l'informatique et des statistiques, ministère des finances, direction générale des douanes. « Les réalisations des échanges extérieurs de l'Algérie période : 1963-2010 ». <http://www.douane.gov.dz/> consulté le 15/11/2019.

<sup>318</sup> Article 13. Ordonnance n° 05-05 du 18 Jomada Ethania 1426correspondant au 25 juillet 2005 portant loi de finances complémentaire pour 2005, journal officiel de la république algérienne N°52, 26 juillet 2005.



*d'importation pour la revente en l'état, leur nombre était de 32.038 à fin juillet 2005 (dont 9.501 personnes physiques) »<sup>319</sup>.*

Cette restriction avait affecté à cette époque le développement de la franchise, notamment la franchise de distribution (dite franchise commerciale) dans le contexte algérien. Toutefois, l'article 61 de la loi de finance pour 2008, modifiant l'article 13 de loi de finance complémentaire pour 2005, stipule la suppression de l'obligation d'un capital social de 20 millions de dinars pour les sociétés d'importation destinés à la revente en l'état. En la modifiant par ce qui suit, « .....*les activités d'importation de matières premières, produits et marchandises destinées à la revente en l'état ne peuvent être exercées que par des sociétés de droit algérien soumises à l'obligation de contrôle du commissaire aux comptes* »<sup>320</sup>.

Selon l'étude réalisée par le forum des chefs d'entreprise (FCE), la période allant de 2001 à 2008 a connu dans son ensemble une conjoncture favorable quant aux importations, particulièrement l'importation des biens d'équipements industriels (les véhicules de transport de personnes et des marchandises, les engins de travaux publics, autres équipements et fournitures notamment les pompes, les articles de robinetterie, les machines de traitement de l'information, etc.), avec une fluctuation entre 36% et 42% durant la période allant de 2002 à 2008, dans le cadre du soutien à l'investissement. À cet effet les pouvoirs publics algériens, ont mis en place une politique budgétaire expansionniste ayant pour but le soutien de l'investissement et l'activité industrielle (PSRE plan de soutien à la relance économique 2001-2004 et le PCSC plan complémentaire de soutien à la croissance 2005-2009). Arrive en seconde position du rang des produits importés, les produits intermédiaires (groupe matière première et demi produit), ensuite les produits alimentaires, suivie des produits de consommation (les produit pharmaceutiques, électrique, chimiques, les biens de textiles et cuir, etc.) qui occupaient la dernière position des importations destinées à l'Algérie, en cette période. Toutefois, ces derniers représentent une part non négligeable dans les importations du pays estimé à environ 16% entre la période allant de 2000 à 2008. Cette hausse s'explique principalement par le « boom » observé dans les importations des véhicules de tourisme

---

<sup>319</sup> Centre national du registre du commerce « CNRC », « les créations d'entreprise en Algérie, statistiques 2007 ». Avril 2008. <https://sidjilcom.cnrc.dz> . Consulté le 11/10/2019.

<sup>320</sup> Article 61. Loi n° 07-12 du 30 décembre 2007 portant loi de finances pour 2008, journal officiel de la république algérienne N° 82, 31 décembre 2007.

(s'élevant à 32% des importations du même groupe en 2008), mais aussi l'accroissement des importations des médicaments.<sup>321</sup>

La loi de finances complémentaire pour 2009 projetait une réduction des importations par une volonté de substitution aux importations, en mettant en avant, le développement des industries locales en leur octroyant un avantage par rapport aux importations (Art 63)<sup>322</sup>, mais aussi, à diversifier et développer les exportations.

Dans le cadre de la réduction des importations, les pouvoirs publics ont imposé le crédit documentaire, comme moyen unique et obligatoire pour le paiement des importations (Art. 69)<sup>323</sup>. Il y'a eu, également, le blocage de l'utilisation du crédit à la consommation qui été utilisé, particulièrement, pour les produits importés (électroménagers, automobiles, etc.). Et pour finir, les pouvoirs publics ont eu recours à l'exemption de la TVA pour les produits et services d'origine algérienne (Art.59 bis). Selon l'analyse réalisée par Talahite (2010), cette dernière estime que « *la croissance des importations est analysée par les autorités comme une dérive des pratiques de commerce extérieur et un accélérateur de la désindustrialisation* ». Ces mesures évoquent une forte restriction aux importations, ainsi qu'une réaction face aux déséquilibres financiers et au recul de l'appareil productif. Reflétant ainsi, deux visions opposantes, la première appuie l'industrialisme par l'interventionnisme public ; et la seconde soutient le courant réformateur par l'ajustement des modes de régulation et l'ouverture économique<sup>324</sup>.

De plus dans le cadre de cette réduction des importations, deux produits phare ont été concernés, d'une part, tous les véhicules usagés de moins de 3 ans à l'exception des véhicules importés par les non-résidents sous le régime de l'admission temporaire, avaient été prohibés

---

<sup>321</sup> Forum des chefs d'entreprise « FCE », « Evolution des échanges commerciaux de 1985 à 2009 : 62% des importations de l'Algérie sont des biens d'équipement ». <http://www.fce.dz/wp-content/uploads/2015/09/1.-evolution-des-changes-commerciaux-de-1985-2009.pdf>. Consulté le 10/12/2019

<sup>322</sup> L'article 63, portant les dispositions de l'article 2 de l'ordonnance n° 05-05 du 25 juillet 2005 portant loi de finances complémentaire pour 2005 modifiées et rédigées le 26 juillet 2009, Journal officiel de la république algérienne N° 44.

<sup>323</sup> Le crédit documentaire (CREDOC), est un instrument qui vise à assainir l'activité d'importation et réduire les sorties de devises. C'est également un instrument idéal pour mettre fin aux pratiques de transferts illicites de devises aux moyens de la surfacturation, de la corruption et de la fraude. Il remédie à l'absence de mécanismes de régulation et de contrôle efficaces.

<sup>324</sup> Fatiha Talahite. Réformes Et Transformations Économiques En Algérie. Economies et finances, rapport en vue de l'obtention du diplôme habilitation à diriger des recherches, économies et finances. Université Paris-Nord - Paris XIII, 2010.

suivant l'article 40 de la loi de finances pour l'année 2010<sup>325</sup>. D'autre part, selon la loi de finances complémentaire pour 2010<sup>326</sup>, les pouvoirs publics algériens ont tenté de minimiser la facture d'importation liée aux médicaments, en imposant aux laboratoires étrangers désirant de distribuer leurs produits dans le pays, d'investir en Algérie, en leurs offrant une exonération TAP (taxe sur l'activité professionnelle) liée aux médicaments fabriqués localement<sup>327</sup>.

Toutefois, les importations ont poursuivi leurs accroissements en cette période, nonobstant toutes les mesures visant à les réduire. Selon l'étude réalisée par la CNUCED (2015) « *l'objectif de réduction des importations n'a pas été atteint. La politique des grands travaux et de la hausse des salaires décidées en 2010 expliquent largement la hausse des importations de 70% entre 2008 et 2013. En 2014, elles atteignent près de 60 milliards US\$ contre 13.2 en 2003. On peut remarquer que les biens de consommation hors alimentaires ont connu une évolution spectaculaire* »<sup>328</sup>, notamment pour les produits pharmaceutiques, textiles, électroménagers, etc. Cette même période a connu une entrée importante des produits importés sous contrat de franchise particulièrement dans le secteur textile (vêtements et habillements) sur le marché algérien.

Les échanges extérieurs de marchandises durant l'année 2011, en terme de flux d'importation ont été évalués à 47,2 milliards de dollars soit une augmentation en dollars courants de 16,7% par rapport à 2010 par l'office national des statistiques « ONS » (2012).<sup>329</sup> Cette augmentation des importations (hausse importante des produits alimentaires de 61,0%, de biens de consommation non alimentaires de 24,6%, due essentiellement à l'augmentation des importations des véhicules de tourisme et de médicaments, et un accroissement de 7,0% des importations des biens intermédiaires)<sup>330</sup> est due, principalement, à la hausse des recettes

---

<sup>325</sup> Ministère des finances, direction générale des douanes. Marchandises interdites ou suspendues à l'importation et à l'exportation. <http://www.douane.gov.dz/MARCHANDISES%20INTERDITES%20OU%20SUSPENDUES%20A%20L%20IMPORTATION%20ET%20A%20L%20EXPORTATION.html>. Consulté le 08/12/2019.

<sup>326</sup> Ordonnance n° 10-01 du 26 août 2010 portant loi de finances complémentaire pour 2010.

<sup>327</sup> Conférence des nations unies sur le commerce et le développement, « CNUCED ». Cadre de politique commerciale: Algérie - politiques commerciales et diversification, 2015.

<sup>328</sup> Conférence des nations unies sur le commerce et le développement, « CNUCED ». Cadre de politique commerciale: Algérie - politiques commerciales et diversification, 2015.

<sup>329</sup> Office national des statistiques, « ONS », la direction technique chargée de la comptabilité nationale, « Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2001 A 2011 ». Série E : statistiques économiques N° 72, collections statistiques N° 176/2012.

<sup>330</sup> Ministère des finances, direction générale de la prévision et des politiques, « flash conjecture, principaux indicateurs économiques et financiers à fin décembre 2011 ».

d'exportation des hydrocarbures. Estimée sur le marché international à 112,66 dollars/baril contre 77,50 dollars au premier semestre 2010, cette tendance haussière s'est poursuivie jusqu'à atteindre un « pic » de 125,62 dollars/baril en moyenne en avril 2011<sup>331</sup>.

Selon le rapport du Centre National de l'Informatique et des Statistiques, les importations en 2012, ont connu une diminution de près de 1% par rapport à l'année 2011. Cette diminution des importations, concerne les biens d'équipements et les biens alimentaires. Toutefois, les biens de consommation non alimentaires ont connu une hausse de 35,8%. Cette hausse a également concerné les biens destinés à l'outil de production avec une hausse de 3,29%.<sup>332</sup> L'année 2013 a connu une hausse significative des importations par rapport à l'année précédente, due à l'accroissement du coût des produits importés. Avec une hausse de plus de 13% des importations des « équipements industriels », de 6,4% pour les « demi produit », de 6,2% concernant les importations des biens alimentaires, le groupe des biens de consommation non alimentaires représentant 13% des importations (véhicules de tourisme, produits pharmaceutiques, textile, électroménagers, etc.), a, quant à lui, enregistré une hausse de l'ordre de 23%<sup>333</sup>.

L'importation a atteint en 2014 son pic, avec près de 60 milliards de dollar US. Cette augmentation s'explique par la politique des grands travaux dans le cadre du programme de relance économique et la hausse des salaires décidée en 2010. Ainsi, l'objectif de réduction des importations n'a pas été atteint, particulièrement pour les biens de consommation hors alimentaire, qui ont connu une évolution importante durant cette période<sup>334</sup>. Cependant, à partir de la fin de 2014 le prix du pétrole a subi une chute brutale et drastique. Cette situation a fragilisé les échanges extérieurs du pays, et a eu un sérieux impact sur les importations qui ont connu un second recul à partir de 2015. Durant cette année, la facture d'importation a été considérablement réduite (de 12%) pour atteindre près de 52 milliards de dollars dans cette même année, et 47 milliards de dollars en 2016.

---

<sup>331</sup> Banque d'Algérie, « Tendances monétaires et financières au premier semestre de 2011 ». <https://www.Bank-Of-Algeria.Dz/Html/Notes362011.Htm>. Consulté Le 27/01/2020.

<sup>332</sup> Centre national de l'informatique et des statistiques, ministère des finances, direction générale des douanes, statistiques du commerce extérieur de l'Algérie (Période : année 2012).

<sup>333</sup> Office national des statistiques « ONS », la direction technique chargée de la comptabilité nationale, évolution des échanges extérieurs de marchandises de 2003 à 2013, collections statistiques n° 188/2014 série e : statistiques économiques n° 79. novembre 2014.

<sup>334</sup>Conférence des nations unies sur le commerce et le développement « CNUCED», « cadre de politique commerciale: Algérie - politiques commerciales et diversification ». 2015.

Les articles (1) et (2) de l'ordonnance n°03-04 du 19 juillet 2003 prévoyant la liberté des opérations d'importation et d'exportation, sauf pour les produits touchant à « ... la santé humaine et animale, à l'environnement, à la protection de la faune et de la flore, à la préservation des végétaux et au patrimoine culturel... », ont été modifiés par l'article 6 de la loi de finances 2015, dans lequel de nouvelles mesures de restriction aux importations ont été mises en place.

L'article 52 de la loi de finances 2016, stipule que dans le cadre de la réduction des importations et la protection de la production nationale, *«les importations de certains produits finis similaires à ceux produits dans les activités relevant des filières industrielles prévues par les dispositions de l'article 75 de la loi de finances pour 2015 subissent, selon le cas, une imposition à la taxe sur la valeur ajoutée et à la taxe intérieure de consommation selon les taux et les tarifs fixés par les lois de finances. Le nombre des produits concernés par la liste à soumettre à la taxe intérieure de consommation est limité. Cette liste est revue chaque année par le biais de la loi de finances. Les produits importés émergeant au système des licences et au contingentement sont exceptionnellement intégrés, à titre de mesures de sauvegarde, à cette liste, et font l'objet d'une imposition à des taux variant de 5% à 30%. Le taux applicable à chaque produit est fixé par voie réglementaire»*.

Ces filières industrielles prévues par les dispositions de l'article 75 de la loi de finances pour 2015 concerne, les filières textiles et habillement, cuirs et produits dérivés, pharmaceutiques, industrie agroalimentaire, sidérurgiques et métallurgiques, liants hydrauliques, électriques et électroménagers, chimie industrielle, mécanique et automobile, aéronautique, construction et réparations navales, technologies avancées, bois et industrie du meuble<sup>335</sup>.

En 2017, l'Algérie éprouve encore les effets négatifs de la chute du prix du pétrole connu en 2014. Ainsi, la banque d'Algérie, a prévu de nouvelles restrictions vis-à-vis des importations, avec l'instruction n°05-2017 du 22 octobre 2017 fixant les conditions particulières relatives à la domiciliation des opérations d'importation de biens destinés à la revente en l'état. Elle prévoyait une provision financière pour l'importation, d'un montant au moins égal à cent vingt pourcent (120 %) de la valeur de l'opération d'importation. De plus, l'article 2 de la même instruction, stipule que, la domiciliation de toute opération d'importation de biens destinés à la revente en l'état doit s'effectuer au moins 30 jours avant l'expédition de la

---

<sup>335</sup>Ministère des finances, direction générale des impôts, « communiqué : aux importateurs de certains produits finis similaires à ceux produits dans des activités relevant des filières industrielles prévues par l'article 75 de la loi de finances pour 2015 ».

[Http://www.mfdgi.gov.dz/Images/Pdf/Communiques/Communique\\_Art52\\_Lf2016.Pdf](http://www.mfdgi.gov.dz/Images/Pdf/Communiques/Communique_Art52_Lf2016.Pdf) . Consulté le 02/02/2020.

marchandise. Ainsi, les délais d'attente et l'immobilisation financière, prévus par cette instruction ont fortement contribué à freiner les flux commerciaux<sup>336</sup>.

En plus de ces deux premières mesures de sauvegarde qui stipulent qu'un nombre de produits étaient soit soumis à une autorisation préalable à l'importateur algérien désirant faire entrer sa marchandise (et avec un quota y relatif), ou bien interdits à l'importation par le truchement d'une suspension temporaire de domiciliation bancaire et donc l'impossibilité d'effectuer le paiement de ces importations<sup>337</sup>. S'ajoute une troisième mesure de restriction des importations, qui consiste en l'application du système de licence d'importation. Toutefois, pour certains produits soumis à cette mesure de sauvegarde, aucune licence n'a été accordée. De fait, leurs quotas d'importation égale le zéro.

Le manque en devise connu par le pays depuis 2014, suite à la chute du prix du pétrole s'est poursuivi et a contraint le gouvernement à adopter plusieurs mesures de restriction afin de réduire les dépenses de manière générale et les importations en particulier.

Du fait des difficultés qu'ont rencontrées les autorités algériennes dans l'application de ces mesures, visant la réduction des importations et le redressement de la balance commerciale algérienne, de nouvelles mesures de restriction aux importations ont été promulguées en 2018. Il s'agissait du décret exécutif n° 18-02 du 7 janvier 2018 portant désignation des marchandises soumises au régime de restrictions à l'importation. Ce dernier stipule que 851 produits seront temporairement suspendus à l'importation, jusqu'à rétablissement de l'équilibre de la balance de paiement.

Selon les statistiques du commerce extérieur, élaborées par le Centre National de l'Informatique et des Statistiques en 2018, la suspension prévue par le décret exécutif cité ci-dessus, exprime une diminution d'importation en particulier celles des biens alimentaires de (0.22%), des biens d'équipements de (16.23%) et les bien de consommation non alimentaires de (12.18%). Toutefois les biens destinés à l'outil de production ont connu une augmentation de (6.23%)<sup>338</sup>.

---

<sup>336</sup>Banque d'Algérie. "Les instructions - année 2017". <https://www.bank-of-algeria.dz/html/legist2017.htm>. Consulté Le 05/02/2020.

<sup>337</sup>Brussels Invest & Export Alger. Sébastien Hardy, attaché économique et commercial, « l'exportation vers l'Algérie: nouvelles règlementations », mission économique de l'ambassade du royaume de Belgique en Algérie. Janvier / Mars 2018.

<sup>338</sup> Centre national de l'informatique et des statistiques, ministère des finances, direction générale des douanes, statistiques du commerce extérieur de l'Algérie : (période : 1er trimestre 2018). <https://caci.dz/fr/Actualit%C3%A9s/Documents/01%20er%20trimestre2018.pdf> . Consulté le 12/12/2019.

Bien que l'article 1 du décret présente la volonté des pouvoirs publics à réduire l'importation de certains produits « *en application des dispositions de l'article 16 de l'ordonnance n° 03-04 du 19 juillet 2003....., le présent décret a pour objet d'instaurer des mesures de restriction à l'importation de certaines marchandises* ». Toutefois, cette mesure présente certaines limites, en particulier le facteur temporaire prévus dans l'article 2 du décret qui stipule que « *sont temporairement suspendues à l'importation, jusqu'au rétablissement de l'équilibre de la balance de paiements, les marchandises désignées en annexe du présent décret* ». Selon l'étude réalisée par Boumghar (2019), la date probable pour la levée de cette mesure de restriction, dépendra alors de l'évolution de la balance des paiements, et plus particulièrement de la valeur des exportations en hydrocarbures pour les prochaines années. Les projections de la balance des paiements faites par les services du FMI, prévoit une balance de paiements déficitaire jusqu'à 2022 au moins. À ce jour, aucune projection en ce sens, n'a été réalisée par les institutions nationales, ministère des finances, banque d'Algérie, etc.<sup>339</sup>

Ensuite, est apparu le décret exécutif n° 18-51 du 30 janvier 2018 fixant les modalités d'exercice des activités d'importation de matières premières, produits et marchandises destinés à la revente en l'état<sup>340</sup>. Ce décret avait pour objectif de rendre obligatoire l'habilitation de ces sociétés par le ministère du commerce (un peu à l'instar de ce que l'on appelle les 'licences automatiques' en matière de produits chimiques ou dangereux), ainsi, que de vérifier le respect des diverses prescriptions en matière de capacité de stockage, moyens de transport, contrôle qualité et accessibilité aux autorités de contrôle, par l'importateur (une société de droit algérien).

Plus tard, le décret exécutif n° 18-139 du 21 mai 2018 portant désignation des marchandises soumises au régime de restrictions à l'importation, stipule dans ses articles 1 et 2 que « *la liste des marchandises soumises à la suspension temporaire à l'importation, citée à l'annexe du décret exécutif n° 18-02 du 19 Rabie Ethani 1439 correspondant au 7 janvier 2018, susvisé, est remplacée par la liste annexée au présent décret* » et « *Ne sont pas concernées par la suspension temporaire à l'importation, les marchandises rajoutées à la liste objet de modification en vertu du présent décret, expédiées ou domiciliées avant la date de sa publication* ». Suivie par le Décret exécutif n° 19-12 du 24 janvier 2019 portant désignation des marchandises soumises au régime de restrictions à l'importation, qui stipule dans son article 2

---

<sup>339</sup> Boumghar Mohamed Yazid. « Conduite de la politique économique en situation de crise : Les enseignements de l'expérience Algérienne ». CREAD, Algérie. Communication Hamamet, juin 2019.

<sup>340</sup> Textes Réglementaires, Décret Exécutif N° 18-51, <https://www.commerce.gov.dz/reglementation/decret-executif-n-deg-18-51>. Consulté le 14/05/2020.

que « *ne sont pas soumis aux dispositions du présent décret, les véhicules importés par ...etc.* »

Ces mesures avaient pour objectif de réduire la facture des importations, en favorisant la substitution de quelques marchandises importées par celles produites en Algérie. Toutefois, ces objectifs ont rencontré plusieurs difficultés<sup>341</sup>.

La production nationale dans le cadre de la substitution aux importations est quasi absente. Le processus de sa mise en place, est relativement long. De plus, dans le cas où la mesure de suspension à l'importation sera levée pour la marchandise produite, ces industries risquent de perdre en rentabilité.

Certaines industries rencontrent des difficultés à importer le savoir-faire afin de pouvoir substituer l'importation par la production nationale.

La mesure de suspension à l'importation prise par les autorités algériennes pour une liste de 851 produits, pourrait avoir un effet semblable par les partenaires étrangers du pays « *risque de réciprocité* ».

Cette décision de suspension à l'importation d'une liste de 851 produits, a été protestée par les lobbies des importateurs et des producteurs nationaux, directement ou indirectement touchés par cette mesure. Cette protestation avait pour but d'annuler la mesure de suspension ou d'accorder aux importateurs des autorisations provisoires d'importation par quota.

Suite à la pression exercée sur le ministère du commerce en ce sens, ce dernier met en place de nouvelles mesures en faveur des produits qui ont été soumis à la suspension provisoire à l'importation suivant la liste 851 annoncé en 2018. Ces mesures avaient pour objectif d'octroyer une liberté d'importation pour une liste de 1095 produits, contre le paiement d'un droit additionnel provisoire de sauvegarde (DAPS) favorisant la rationalisation de l'importation pour réduire la facture des importations, en application des dispositifs de la Loi de Finances Complémentaire pour l'année 2018. Ce dernier a été fixé entre 30% et 200%.

L'Arrêté du 19 Joumada El Oula 1440 correspondant au 26 janvier 2019 fixant la liste des marchandises soumises au droit additionnel provisoire de sauvegarde et les taux correspondants, précise dans son premier article qu' « *en application des dispositions de l'article 4 du décret exécutif n° 18-230 du 15 Moharram 1440 correspondant au 25 septembre 2018, susvisé, le présent arrêté a pour objet de fixer la liste des marchandises soumises au droit additionnel provisoire de sauvegarde et les taux correspondants* ». Ensuite cet arrêté a

---

<sup>341</sup> Boumghar Mohamed Yazid, « Conduite de la politique économique en situation de crise : Les enseignements de l'expérience Algérienne ». CREAD, Algérie. Communication Hamamet, juin 2019.



été modifié par l'arrêté du 2 Chaâbane 1440 correspondant au 8 avril 2019 modifiant l'arrêté du 19 Joumada El Oula 1440 correspondant au 26 janvier 2019 fixant la liste des marchandises soumises au droit additionnel provisoire de sauvegarde et les taux correspondants, stipulant dans son article 1 que « *le présent arrêté a pour objet de modifier l'arrêté du 19 Joumada El Oula 1440 correspondant au 26 janvier 2019 fixant la liste des marchandises soumises au droit additionnel provisoire de sauvegarde et les taux correspondants* ». De plus, dans son article 2, il est précisé que la liste prévue par l'arrêté du 26 janvier 2019 a été modifiée et remplacée.

Ainsi, depuis quelques années, le commerce extérieur est confronté à une situation d'incertitude. Boumghar (2019) pense que « *le secteur du commerce extérieur a servi de variable d'ajustement pour économiser de la devise. Cette vision comptable d'une réalité macroéconomique n'est pas tenable à long terme. Le gain espéré (économie de devises) est inférieur au coût économique (inflation induite) et perte de crédibilité du Gouvernement vis-à-vis de acteurs locaux et internationaux* ». Selon lui, pour réduire la facture d'importation, il est plus judicieux, d'opter pour une augmentation de certaines taxes et droits de douanes, pour les produits substituables à l'importation, avant d'établir une liste qui soit adaptée également aux dispositions de sauvegarde présente au niveau, des arrangements commerciaux et accords d'associations<sup>342</sup>.

L'association professionnelle des banques et des établissements financiers (ABEF) a annoncé le 29 septembre 2019, de nouvelles mesures relatives aux importations des produits de téléphonie mobile et d'électroménagers, par l'incitation d'utiliser les capacités nationales de transport maritime, en vue de réduire les dépenses en devises.<sup>343</sup> Le ministère des Finances a ensuite transmis à l'ABEF de nouvelles instructions quant au paiement des importations, exprimant sa volonté de « *substitution au paiement cash des importations, actuellement en usage, le recours au différé de paiement de neuf (09) mois, sans que celui-ci n'excède une (01) année, s'agissant des opérations d'importations des produits électroménagers ( les produits blancs et les produits gris) et de téléphonie* ». L'ABEF précise que le paiement de ces importations doit être effectué en FOB « Free On Board ». Ces nouvelles barrières

---

<sup>342</sup> Boumghar Mohamed Yazid, « Conduite de la politique économique en situation de crise : Les enseignements de l'expérience Algérienne ». CREAD, Algérie. Communication Hamamet, juin 2019.

<sup>343</sup> L'association professionnelle des banques et des établissements financiers « ABEF », « mesures relatives aux importations des produits de téléphonie mobile et d'électroménagers en ckd/skd. 29/09/2019 reçu le 30/09/2019 », le délégué générale, n° 479/DG/2019.

avaient pour objectif de s'étendre à l'ensemble des importations vers l'Algérie au plus tard le 31 décembre 2019.<sup>344</sup>

Depuis la fin des années 2000 jusqu'en 2014, les importations ont connu un grand essor particulièrement au profit de l'industrie manufacturière<sup>345</sup>, qui représente le grand importateur de l'économie algérienne. Cette caractéristique n'est pas propre à l'Algérie uniquement, puisque elle est probablement partagée par plusieurs économies dans le monde. Selon la CNUCED (2014) le poids de ces importations est souvent supérieur à 80% soit 97% du total des importations. Toutefois, les branches de l'industrie manufacturière sauf pour l'industrie agroalimentaire, ont toutes connu un réel recul dans la satisfaction de la demande, du fait de la hausse du taux de pénétration des importations. Ainsi, l'essor des importations depuis la fin des années 2000 jusqu'à la chute du prix du pétrole en 2014, était dû à une demande interne dopée par les revenus pétroliers, structurellement excédentaire par rapport à l'offre domestique. A cet effet, les pouvoirs publics algériens se sont trouvés dans l'urgence de mettre en œuvre plusieurs mesures de restriction, en vue de réduire la facture des importations, et recourir à des politiques économiques favorisant la substitution aux importations.

Le tableau ci-dessous indique l'évolution des importations durant la période (2000 à 2018):

**Tableau 4 : récapitulatif de l'évolution des importations période allant de (2000 à 2018) :**

Valeur en Millions USD

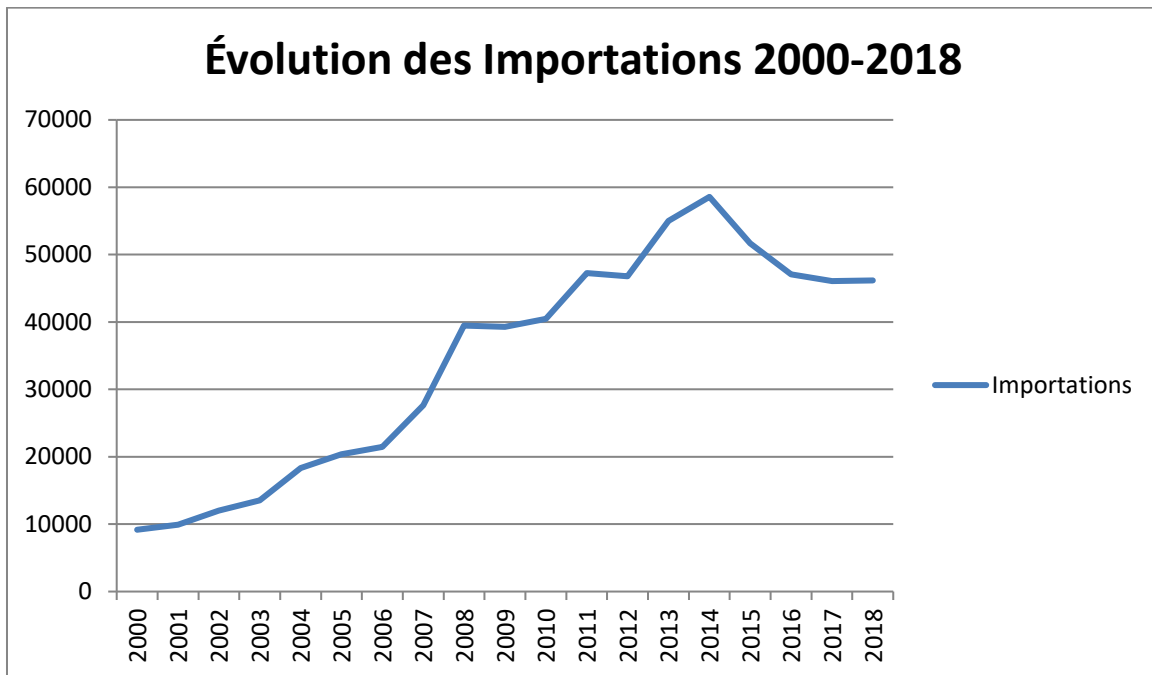
| <i>Années</i> | <i>2000</i> | <i>2001</i> | <i>2002</i> | <i>2003</i> | <i>2004</i> | <i>2005</i> | <i>2006</i> | <i>2007</i> |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Importations  | 9 173       | 9 940       | 12 009      | 13 534      | 18 308      | 20 357      | 21 456      | 27 631      |
| <i>Années</i> | <i>2008</i> | <i>2009</i> | <i>2010</i> | <i>2011</i> | <i>2012</i> | <i>2013</i> | <i>2014</i> | <i>2015</i> |
| Importations  | 39 479      | 39 294      | 40 473      | 47 247      | 46 801      | 55 028      | 58 580      | 51 702      |
| <i>Années</i> | <i>2016</i> | <i>2017</i> | <i>2018</i> |             |             |             |             |             |
| Importations  | 47 089      | 46 059      | 46 197      |             |             |             |             |             |

*Source : Statistiques Du Commerce Extérieure De L'Algérie, Ministère des Finances, Direction Générale des Douanes, Direction des Etudes et de la Prospective.*

<sup>344</sup>L'association professionnelle des banques et des établissements financiers « ABEF », le délégué générale. n° 643/DG/2019. A/S des conditions d'applications des mesures relatives aux importations en FOB, reçu le 25 décembre 2019.

<sup>345</sup>Selon la nomenclature retenue par l'ONS, l'industrie manufacturière peut être définie comme l'ensemble des branches suivantes : ISMME+ Chimie, caoutchouc, plastiques + Industries agroalimentaires, tabacs, allumettes+ Industries textiles, bonneterie, confection+ Industries des cuirs et chaussures + Indus du bois, liège, papier + cuirs et chaussures+ Industries diverses.

Graphique 1 : évolution des importations algérienne entre 2001-2018.



## **Section 2 : Les Politiques En Faveur De La Production Nationale.**

Au lendemain de son indépendance, l'Algérie a accordé une priorité à la mise en place d'une politique industrielle encourageant la production nationale diversifiée. Toutefois, de nombreuses raisons ont été défavorables à son aboutissement, notamment, par la libération de l'économie nationale, entamée au début des années 1990 et la forte dépendance des importations de produit fini. Ces raisons ont contraint les entreprises algériennes à des situations concurrentielles auxquelles elles n'étaient pas préparées.

Toutefois, l'Algérie a récemment mis en place une nouvelle stratégie de revitalisation industrielle visant à développer, moderniser et accroître l'intégration de l'industrie algérienne, notamment, depuis la chute des prix du pétrole en 2014.

Dans cette perspective, le gouvernement cherche à améliorer l'attractivité de l'Algérie en tant que destination d'investissement afin de relancer l'activité industrielle, créer des opportunités d'affaires et encourager la création de nouveaux investissements. Cette initiative vise également à promouvoir le développement et la mise en place de nouveaux mécanismes flexibles et innovants pour financer des projets et encourager les industriels Afin de moderniser leurs équipements de production.

### **1- La dépendance aux importations et le déficit commercial :**

Dans le contexte algérien, la période allant de 2000 à 2018 a connu un transfert considérable de capitaux vers l'étranger et une perte importante en devises liée d'une part aux importations de biens avec une valeur de 9 milliards de dollars en 2000 contre 39 milliards de dollars en 2009<sup>346</sup>. Ces dernières n'ont cessé d'augmenter jusqu'en 2016, année des premières mesures protectionnistes, ayant pour objectif, la réduction de la liste des importations. Cette période (2000 à 2018) a également connu plusieurs opérations d'importations superflues, fictives et des surfacturations. Ces flux financiers illicites vers l'étranger avaient été estimés à 490 millions de dollars en 2003 pour atteindre 3 378 millions de dollars en 2008 et 2 620

---

<sup>346</sup> Mezouaghi Mihoub. « L'économie algérienne : chronique d'une crise permanente », institut français des relations internationales. Politique étrangère, automne 2015/3, page 17-29.

millions de dollars en 2012<sup>347</sup>. D'autre part, la sortie des capitaux vers l'étranger, peut être liée au rapatriement des bénéfices, royalties - dans le cas de franchise - et dividendes des sociétés d'origine étrangère. Toutefois, plusieurs investisseurs étrangers privilégient le rapatriement des dividendes au détriment du réinvestissement ou le financement d'un nouvel investissement productif. Ainsi, les opérations d'importations classiques et les investissements en portefeuille ont fortement contribué à un transfert massif de capitaux vers l'étranger ces 20 dernières années.

A cet effet, la dépendance du pays aux importations ayant pour conséquence la diminution des réserves de changes et la chute des prix pétrolier depuis 2014, ont contraint les pouvoirs publics algériens à prendre plusieurs mesures afin de remédier à cette crise. Ces derniers se sont principalement appuyés sur une politique de change par l'assainissement des finances publiques. Ensuite, par l'adoption de plusieurs réformes structurelles (*moderniser et renforcer la gestion des finances publiques ; lever davantage de recettes hors hydrocarbures ; accroître l'efficacité des dépenses grâce à une meilleure gestion salariale ; rationaliser les subventions et améliorer la sélection des projets d'investissement ; lutter contre la surfacturation des importations ; moderniser le secteur bancaire ; promouvoir l'administration en ligne et le recours aux technologies de l'information ; améliorer le fonctionnement du marché du travail et de l'assurance-chômage ; faciliter les exportations hors hydrocarbures ; et améliorer le climat des affaires*). Les pouvoirs publics algériens ont, également, mis en place et élaborer un plan à long terme pour revoir le modèle de croissance du pays, ainsi que la modernisation du cadre de la politique monétaire. Toutefois, ces mesures visant la réduction des dépenses de l'Etat pour faire face à la situation, ont eu pour effet la hausse du chômage et le ralentissement de la croissance, raison pour laquelle les autorités algériennes ont été contraintes de relancer les dépenses en 2018. En 2019, les pouvoirs publics algériens ont mené un assainissement sévère des finances publiques. L'affaiblissement de l'épargne budgétaire et le refus du recours à l'emprunt externe, ont poussé les autorités algériennes à s'appuyer sur le financement monétaire et renforcer les barrières à l'importation afin de réduire le déficit commercial et d'économiser les devises pour les importations de produits ne pouvant pas être produit

---

<sup>347</sup> Kar Dev et Spanjers Joseph, "Illicit Financial Flows from Developing Countries: 2003-2012", Global Financial Integrity, décembre 2014, p 30.

localement. A cet effet, l'Etat s'est tourné vers la substitution des importations par des produits nationaux<sup>348</sup>.

## **2- Cadre conceptuel de la production substitutive aux importations:**

La substitution des importations par une production nationale est une stratégie, « une politique » qui trouve ses origines dans les écrits de List (1841), qui dans sa théorie des forces productives, a décrit «l'argument de l'industrie infantile». En estimant que pour provoquer l'industrialisation, il était essentiel que des circuits nationaux soient construits dans l'économie et cela pourrait être réalisé en protégeant l'économie nationale de l'économie mondiale par la suspension ou la réduction maximale des importations<sup>349</sup>. Néanmoins, cette stratégie a des origines distinctes dans les différents pays où elle a été adoptée.

Certains auteurs tel que Bussellque (2018), considèrent que le fondement théorique de la stratégie de l'industrialisation substitutive aux importations, délibérée et promue par le gouvernement est né des critiques de la division internationale du travail, dans laquelle les pays moins développés exportaient en grande partie des produits primaires et importaient des produits manufacturés finis d'Europe et des États-Unis. Dans les années 1950, quelques économistes tels que l'argentin Prebisch ont émis des critiques, affirmant que cette division du travail assurerait une pauvreté continue aux producteurs de produits primaires<sup>350</sup>. Prebisch et d'autres ont fait valoir que les pays en développement doivent promouvoir l'industrialisation par des pratiques qui encouragent la production nationale.

Les mesures prises en ce sens impliquaient à la fois la protection des «industries naissantes» et l'encouragement des importations de capitaux et de technologies. Les droits de douane étaient souvent utilisés en plus des contrôles des changes, de la manipulation des taux de change et des licences d'importation pour des produits particuliers nécessaires à la production. Pour Bussellque (2018), la clé de la mise en œuvre des politiques était un alignement qui a émergé entre trois acteurs de ces sociétés: les entreprises publiques; entreprises privées nationales; et les sociétés transnationales (STN). Cette «triple alliance» impliquait des investissements publics dans les secteurs des biens intermédiaires et des biens d'équipements pour soutenir l'expansion industrielle, la production nationale de substitut à l'importation et la

---

<sup>348</sup> Fonds Monétaire International « FMI ». Rapport Des Services Du Fmi Pour Les Consultations De 2018 Au Titre De L'article Iv. Rapport du FMI No. 18/168. Washington, D.C. Juin 2018.

<sup>349</sup> List (1841), cité dans Bruton Henry, "The Import-Substitution Strategy of Economic Development: A Survey", the Pakistan Development Review, vol. 10, N° 2, été 1970, pages 123-146.

<sup>350</sup> Jennifer Bussellque, «Import substitution industrialization » Encyclopædia Britannic, inc, Avril 2018. <https://www.britannica.com/topic/import-substitution-industrialization>. Consulté le 10/01/2020.

production de produits de haute technologie par les STN nécessaires à la production et qui ne pouvaient pas encore être produits au niveau national. Bien que les promoteurs de l'industrialisation substitutive aux importations aient prévu que cet alignement ne durerait que jusqu'à ce que l'accès au capital s'améliore et que la production se répande dans d'autres industries, les interactions entre ces acteurs se renforçaient souvent mutuellement<sup>351</sup>.

La substitution des importations prévoit, à cet effet, le remplacement progressif des importations par la production nationale, à travers la mise en place d'un appareil productif apte à réduire la part de l'importation dans l'offre globale, particulièrement dans les secteurs industriels les plus simples - des biens de consommation non durables ou semi-durables - (textile et habillement, ameublement, produits alimentaires, etc.), pour ensuite s'engager dans les industries les plus complexes - biens de consommation durables - (mobilier, appareils électroménagers, automobiles, etc.), - biens d'équipement et produits intermédiaires-. Somé (2007) définit cette stratégie comme étant, « *la satisfaction d'une plus grande proportion de la demande intérieure par la production locale de biens de consommation suivie d'une "remontée" progressive de la production de biens d'équipement de plus en plus élaborés et situés au début du processus de production* »<sup>352</sup>. Bouret (1999) considère que cette stratégie permet une forte réduction de la dépendance d'un pays vis-à-vis de l'extérieur. A cet effet, il la définit comme une stratégie de développement consistant à remplacer les produits de consommation importés par le développement de la production locale afin de répondre à la demande intérieure. L'adoption de cette stratégie permet l'essor des industries naissantes, l'encouragement des entrepreneurs et producteurs locaux, ainsi que la réduction de la facture des importations ayant une influence sur la balance des paiements<sup>353</sup>.

### **3- L'évolution de la production nationale par substitutions aux importations dans le monde :**

L'interruption du transport maritime et le déclin de la production non militaire en Europe et aux États-Unis pendant la seconde guerre mondiale ont créé de graves pénuries de produits manufacturés tels que les produits textiles, les produits alimentaires et divers produits

---

<sup>351</sup> Jennifer Bussellque, « Import substitution industrialization », Encyclopædia Britannica, inc. avril 2018, <https://www.britannica.com/topic/import-substitution-industrialization>. Consulté le 11/01/2020.

<sup>352</sup> Somé Seglaro Abel, « La question du développement économique au Burkina Faso », série documents de travail dt-CAPES, N° 2007-36, Décembre 2007, p 8.

<sup>353</sup> Renaud Bouret, « Relations économiques internationales », 2<sup>ème</sup> édition, Montréal, Toronto, Chenelière McGraw-Hill, 1999, p 45.

d'industries de biens de consommation légers en Amérique latine, ce qui a augmenté les prix relatifs de ces produits<sup>354</sup>. Ainsi, la stratégie de production substitutive aux importations a été appliquée de l'extérieur par les pays d'Amérique latine (Argentine, Brésil et autres) dans les années 1930. Pour être recommandée ensuite par Prebisch (1950) et adoptée par plusieurs pays en développement et autres tels que la Russie, Taiwan, Inde, Iran, Chine, Afrique du sud, au lendemain de la seconde guerre mondiale, en vue d'influencer la politique d'industrialisation de ces pays<sup>355</sup>, du fait que les économies développées ont détourné les ressources ménagères des armements de guerre pendant la guerre et que le coût de la vie ait monté en flèche peu après la guerre, ce qui a exercé une pression sur les maigres réserves de change des économies en développement<sup>356</sup>. C'est au cours des années 1950 que la conceptualisation des processus en cours de substitution des importations s'est transformée en une stratégie consciencieuse. Depuis lors, l'adoption de la planification économique dans de nombreux pays moins développés a fait de la substitution des importations le pivot ultime du développement industriel. Cette stratégie repose alors, sur la prise de conscience que le développement économique et plus précisément l'industrialisation ne peuvent être réalisés qu'en développant des capacités locales capables de se substituer aux importations afin de réduire ou éventuellement d'éliminer les fuites économiques de capitaux. Le recours à une production nationale visant la substitution des importations est une tentative des pays économiquement moins développés de sortir de la division mondiale du travail qui avait émergé au XIXe siècle et au début du XXe siècle. Dans cette division, l'Amérique latine (et la plupart des régions d'Asie et d'Afrique) s'est spécialisée dans l'exportation de produits alimentaires et de matières premières, tout en important des produits manufacturés d'Europe et des États-Unis qui avaient devancé les autres régions du monde, dans le cadre de la substitution aux importations par la production nationale.

L'apparition de la substitution des importations par une production nationale en Europe et aux États-Unis qui s'est produite au milieu du XIXe siècle (19<sup>ème</sup>), a, en effet, été appuyée par le rôle actif qu'ont joué les gouvernements dans l'encouragement et la protection des industries

---

<sup>354</sup>Baer Werner, "Import Substitution and Industrialization in Latin America: Experiences and Interpretations", *Latin American research review*, vol. 7, N° 1, printemps 1972, pages 95-122.

<sup>355</sup> Siméon Maxime Bikoué, « Industrialisation par substitution des importations en Afrique et compétitivité internationale : une revue critique », *Repenser les économies africaines pour le développement*, partie 2 : les stratégies d'industrialisation et le développement, 2010, pages 103-120.

<sup>356</sup> Ahmad Jaleel, "Import substitution –A survey of policy issues", *the Developing Economies*, vol 16. N°4, 1978, pages 355-372.



naissantes<sup>357</sup>. Une autre caractéristique de la substitution aux importations par la production nationale au XIXe siècle est son caractère "national". Bien que dans certains pays, le financement des investissements dans les infrastructures ait été obtenu de l'étranger, les industries étaient pour la plupart entre des mains nationales, tandis que la conception des machines et la main-d'œuvre qualifiée pour les faire fonctionner étaient souvent importées d'Angleterre au début de la période d'industrialisation.

Une fois que l'Europe occidentale et les États-Unis ont subi leur industrialisation initiale, la substitution des importations n'a pas complètement cessé<sup>358</sup>. Cependant, elle a cessé d'être principalement un mécanisme d'industrialisation et est devenue, au XXe (20<sup>ème</sup>) siècle, partie intégrante d'un processus de croissance continu et d'un modèle changeant de spécialisation industrielle parmi les pays économiquement avancés<sup>359</sup>.

Les pays d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine ont, quant à eux, connu un retard dans l'adoption d'une stratégie de production nationale, afin de substituer les importations comme le cas de plusieurs pays européens. Ce retard a été causé par diverses raisons historiques. Les politiques coloniales des pays européens expliquent en grande partie les deux premiers cas (les pays d'Afrique et d'Asie).

La structure socio-économique, quant à elle, aide à expliquer le cas latino-américain, ayant connu un grand pessimisme à l'exportation. Ainsi, selon Nurkse (1959) la baisse persistante des prix des produits primaires sur le marché mondial, due au progrès technologique, a gravement touché les pays d'Amérique latine<sup>360</sup>. Le Brésil et l'Argentine ont eu recours à cette stratégie dans les années 1930 afin de remédier aux effets causés par la crise (une chute des exportations de produits primaires qui implique un manque de devises permettant d'importer les produits manufacturés). Suite à ces événements, ces pays se sont engagés à produire en interne des biens manufacturés, antérieurement importés. Toujours au XIXe siècle et au début du XXe siècle, les pays d'Amérique latine n'avaient ni classes entrepreneuriales, ni main-d'œuvre qualifiée, ni infrastructure, ni un marché de taille, ni capacité administrative

---

<sup>357</sup> Landes David, "Technological Change and Development in Western Europe, 1750-1914," cite dans Habakkuk Hrothgar et Postan Michael, "The Cambridge Economic History of Europe", édition VI. Cambridge, Angleterre. 1966.

<sup>358</sup> Rapports annuels du GATT sur le commerce international (1953, 1960, 1965, 1968) cité dans Baer Werner, *Import Substitution and Industrialization in Latin America: Experiences and Interpretations*. Latin American research review, vol. 7, N° 1, printemps, 1972, pages 95-122.

<sup>359</sup> Raymond Vernon, "Product Cycle", the quarterly journal of economics, mai 1966, vol 80, N° 2, pages 190-207.

<sup>360</sup>Nurkse (1959), cité dans Bruton Henry. *The Import-Substitution Strategy of Economic Development: A Survey*, the Pakistan development review, vol 10, N°. 2, été 1970, pages 123-146.

pour faire face à un processus d'industrialisation poussé<sup>361</sup>. Dans le cas de certains pays comme le Brésil, qui était considéré comme étant un des pays qui a fortement encouragé la stratégie de substitution aux importations, les puissances européennes avaient suffisamment de poids pour forcer les gouvernements à maintenir des politiques de libre-échange, bloquant ainsi toute possibilité de substitutions des importations par la production nationale. De plus, la présence de marchés extérieurs attrayants pour les exportations primaires de la région et qui profitaient aux élites, signifiait qu'il y avait peu de volonté politique de changer la structure des économies<sup>362</sup>. L'Argentine, était considérée comme étant un des pays pionniers de la substitution des importations. Cette dernière a mis en œuvre, avec succès, une politique dans ce domaine dans les années 40. Initialement, les autorités ont encouragé la substitution des importations principalement dans les secteurs de la consommation, qui ne nécessitaient pas d'investissements importants tel que les: textiles, industries légères et alimentaires. Par la suite, des industries et des secteurs à forte intensité de capital et à forte intensité de connaissances ont reçu un soutien pour la substitution des importations. Outre la mise en œuvre de diverses mesures préférentielles et protectionnistes, les gouvernements de certains pays ont fait des efforts considérables pour attirer les investissements étrangers<sup>363</sup>.

Le Mexique a, également, pu réaliser une croissance à court terme grâce à l'industrialisation substitutive aux importations. L'étude réalisée par Somé (2007) affirme que « *la politique de substitution aux importations a permis à de nombreux pays de s'avancer sur la voie de l'industrialisation* »<sup>364</sup>. Toutefois, les petits pays, dont l'Équateur et le Honduras, ont eu moins de succès en adoptant cette stratégie. L'Inde, l'Afrique subsaharienne et la Chine quant à eux, ont appliqué l'expérience de l'Amérique latine dans la politique de substitution des importations dans les années 60.

Étant donné que la plupart des pays africains n'ont obtenu leur indépendance politique qu'à la fin des années 1950 et au début des années 1960, une attention moindre leur a été accordée

---

<sup>361</sup> Stanley Stein et Barbara Stein, "The Colonial Heritage of Latin America", New York, 1970.

<sup>362</sup> Pelaez Carlos M (1968) A balancacomercial, a grandedepressao e aindustrializacaoBrasileira. RBE. Mar, vol 22, N°1, pages 15-47.

<sup>363</sup> Anar Nassyrova, Shakizada Niyazbekova, Zhanar Kairbekovna Zhanabayeva, Kenzhegul Khassenova, Akylbek Ilyas et Bulatovna Tlessova Elvira, "Role of the Industry Import Substitution Strategy in the Country Economy", IV International Scientific and Practical Conference 'Anthropogenic Transformation of Geospace:Nature, Economy, Society. Advances in Engineering Research, vol 191, 2019, pages 1-19.

<sup>364</sup> Somé Seglaro Abel, « La Question du Développement Économique Au Burkina Faso ». Série Documents De Travaildt-Capes (centre d'Analyse des Politiques Économiques et Sociales) N° 2007-36, décembre 2007, p 9.

comparativement à l'Amérique latine et à l'Asie du Sud et de l'Est dans la littérature des années 1950 et 1960.

Ainsi, au lendemain des indépendances, dans les années 60, la politique commerciale dans plusieurs pays africains était définie par les puissances coloniales. Le commerce était essentiellement une relation à double sens entre les pays africains et leurs métropoles, selon laquelle les produits primaires étaient exportés et les produits manufacturés importés. La structure commerciale des pays africains au cours de cette période a souvent été dictée par les intérêts des puissances coloniales. Toutefois, en cette période, un éventail de mesures de substitution des importations est apparu dans certains des plus grands pays africains (Kenya, Zimbabwe, Côte d'Ivoire, Nigéria)<sup>365</sup>. Ensuite, au cours des années 70 jusqu'aux années 80, les politiques commerciales de nombreux pays africains ont été guidées par la doctrine de l'industrialisation substitutive aux importations. Cette dernière avait comme cible les marchés intérieurs de chacun de ces pays. Par exemple, le Burundi, l'Éthiopie, le Ghana, Madagascar, le Nigéria, le Sénégal, le Soudan, la République-Unie de Tanzanie et la Zambie ont tous adopté des politiques orientées vers l'intérieur avec d'importantes restrictions commerciales. Cette stratégie préconisait la protection du marché intérieur contre la concurrence étrangère afin de promouvoir la production industrielle nationale. Cette stratégie était au cœur de la planification économique de plusieurs pays africains. Elle avait pour objectif d'aider les pays en développement à réaliser une transformation structurelle et à garantir une autonomie économique nationale par la création de capacités industrielles substitutives aux importations, permettant ainsi de réduire la dépendance de ces pays à l'égard des produits primaires antérieurement importés.

En conséquence, les politiques commerciales de la plupart des pays africains, au cours de cette période, ont été caractérisées par une forte implication de l'État dans l'économie, tant dans la production que dans la commercialisation. En outre, le marché intérieur de ces pays a été protégé de la concurrence étrangère par un certain nombre de mesures politiques. Des mesures non tarifaires telles que des restrictions quantitatives à l'importation et des licences gouvernementales ont été utilisées abondamment pour restreindre les importations. Les structures tarifaires étaient souvent très complexes, avec un grand nombre de taux de droits et les tarifs étaient élevés.

---

<sup>365</sup>. Bruton Henry, "A Reconsideration of Import Substitution". *Journal of economic literature*, American economic association. vol. 36, No. 2, Jun. 1998, pages 903-936.

Toutefois, peu de pays africains ont pu utiliser efficacement la stratégie d'industrialisation substitutive aux importations pour créer un secteur manufacturier compétitif sur le plan international. Au lieu de cela, de nombreux pays africains se sont trouvés confrontés à des conditions mondiales difficiles avec des économies qui manquaient de compétitivité en raison d'une intervention excessive de l'Etat dans l'économie et d'une mauvaise gestion. Riddell (1990) fait valoir que la substitution des importations n'a pas échoué en Afrique, mais qu'elle n'a jamais vraiment été tentée<sup>366</sup>.

Face à l'aggravation des déficits commerciaux, une tendance est apparue en Afrique où de nombreux pays ont commencé à utiliser le langage de la substitution des importations et du nationalisme économique (l'Algérie, la Tanzanie, le Rwanda, le Nigéria, etc.)<sup>367</sup>. La délocalisation de certains investissements industriels chinois vers des pays africains a également contribué à encourager la production de biens produits localement, de réduire les importations et d'aider les entreprises nationales à absorber les nouvelles technologies.

Plusieurs pays d'Asie de l'Est ont également utilisé la stratégie de l'industrialisation substitutive aux importations pour développer une compétence technologique industrielle. En commençant par les produits manufacturés à faible qualification et à forte intensité de main-d'œuvre. Ces pays sont progressivement passés à la fabrication de produits plus complexes sur le plan technologique pour l'exportation en utilisant les compétences acquises à partir de cette stratégie. Généralement, la politique industrielle protectionniste figurait fortement dans les expériences en Asie de l'Est.

L'idée de substitution des importations, par sa nature même, impliquait une protection et à partir du début des années 50, pratiquement tous les pays en développement ont commencé à mettre en place une variété d'instruments pour protéger leur économie d'un grand nombre d'importations. Le rôle des politiques commerciales en Asie de l'Est a également fait l'objet de controverses profondes, qui chevauchent parfois le débat sur la politique industrielle. Certains auteurs ont souligné le rôle des politiques commerciales dans la croissance en Asie de l'Est. Cela s'explique en partie par la part croissante des exportations, en particulier dans les produits manufacturés, en pourcentage du PIB en Asie de l'Est. Par conséquent, le modèle de croissance de l'Asie de l'Est est devenu populaire pour être " orienté vers l'exportation " tout

---

<sup>366</sup> Riddell Roger, " Manufacturing Africa", performance et prospects of seven countries in sub-saharan Africa, James Currey, London 1990.

<sup>367</sup>United Nations Conference on Trade and Development "UNCTAD", "Export performance following trade liberalization: Some Patterns and Policy Perspectives", economic development in Africa, United Nations, New York et Geneva, 2008.

en protégeant les industries locales contrairement aux stratégies rigides de substitution des importations dans d'autres pays d'Amérique Latine et certains d'Afrique qui étaient " tournées vers l'intérieur " avec des barrières tarifaires et quantitatives élevées au commerce et des barrières à l'investissement étranger.

Selon l'étude réalisée par Ogujiuba, Nwogwugwu et Dike (2011), le Taïwan et la Chine se sont orientés vers l'exportation en 1958 et ont introduit des régimes d'exonération de droits, des usines sous douane et des zones franches d'exportation pour promouvoir les IDE destinés à l'exportation<sup>368</sup>. Le Taïwan avait opté pour une stratégie d'industrialisation par substitution des importations particulièrement pour les industries légères (1953-1957), à travers la mise en place d'un système de protection susceptible de garantir l'avantage comparatif disponible (la main-d'œuvre), pour certains secteurs d'activités comme le textile, les produits en cuir, et les produits en bois. La Thaïlande a, également, adopté cette stratégie entre les années (1971-1980) dans la production des ordinateurs, l'automobile (assemblage), les produits en caoutchouc et toute production électrique et chimique<sup>369</sup>.

La Corée a suivi au milieu des années 60, mais a conservé un régime plus restrictif pour les investissements étrangers. Ainsi, plusieurs économies d'Asie de l'Est, à l'exception de Hong Kong et de Singapour, ont également utilisé la protection des importations par le biais de tarifs douaniers et de barrières quantitatives et ont restreint l'investissement étranger, mais ont utilisé des incitations et des politiques de taux de change pour promouvoir les exportations. Les régimes commerciaux de Hong Kong et de Singapour, quant à eux, étaient plus libéraux en raison de leur rôle traditionnel de plaque tournante du commerce, bien que Singapour ait suivi une approche sélective des investissements directs étrangers. L'Indonésie, la Thaïlande et la Malaisie ont suivi des stratégies de substitution des importations et ont commencé à promouvoir les exportations, à réduire la protection commerciale et surtout à offrir des incitations à l'IED dans les années 80. Taïwan, la Chine et la Corée du sud ont également libéralisé considérablement leurs économies depuis lors. La Chine a, également, réduit ses tarifs et a commencé à s'ouvrir aux investissements étrangers au cours de cette période.

---

<sup>368</sup>Ogujiuba Kanayo, Nwogwugwu Uchechukwu et Dike, Enwere. "Import Substitution Industrialization As Learning Process: Sub Saharan African Experience As Distortion Of The (Good) ", business and management review, vol 1, septembre 2011, pages 8-21.

<sup>369</sup> Aoudia Nassira, « Les Caractéristiques générales du processus d'industrialisation : cas des pays du Sud-est asiatique et quelques enseignements pour l'Algérie. la première conférence intitulée « Institutions et développement économique : les enseignements de la transition. 16 et 17 Décembre 2017, la faculté des sciences économiques, des sciences commerciales et des sciences de gestion -université Mustapha Stambouli de Mascara et le Laboratoire de recherche « management des collectivités locales et développement local ».

Depuis lors, la croissance des exportations d'Asie de l'Est dans le commerce mondial a été spectaculaire, passant de 9% entre 1980 – 1985 à 18% en 1997<sup>370</sup>.

Les expériences des économies asiatiques prospères suggèrent alors, que le défi auquel sont confrontés les industriels tardifs est beaucoup plus complexe que de simplement penser en termes de stratégies tournées vers l'intérieur ou l'extérieur, par exemple, la phase de substitution des importations que toutes les économies asiatiques prospères ont traversée pourrait être importante dans le succès à l'exportation. Il en va de même pour la coexistence de restrictions sur les importations pour les marchés intérieurs et les importations libérales pour la fabrication à l'exportation<sup>371</sup>.

#### **4- Les motivations favorisant la substitution des importations :**

L'effondrement économique mondial, qui a affecté les prix des produits primaires qui constituaient et constituent toujours les principales exportations des économies en développement représente une raison supplémentaire dans l'adoption de cette stratégie par plusieurs pays en développement. Comme supposé par Prebisch (1959), la faible demande et l'inélasticité de l'offre entraîneront continuellement une baisse des prix des produits de base, dont dépendent les économies de la plupart des pays en développement, nécessitant ainsi une exploitation matérielle pour finalement stimuler les exportations<sup>372</sup>. Ainsi, la crise mondiale apparue dans les années 30, représente l'un des événements phare encourageant la production nationale et l'industrialisation substitutive à l'importation. En cette situation, plusieurs pays particulièrement les pays en développement ayant rencontré des difficultés d'exportation et d'importation ont adopté la stratégie d'industrialisation interne, qui consiste en une production nationale susceptible de substituer les anciennes importations afin de faire face à la demande nationale. Selon Bouzidi (2008), l'import substitution démarrera sur la base du secteur des biens de consommation finale. La logique de cette priorité s'explique par la

---

<sup>370</sup>Ogujiuba, Kanayo, Nwogwugwu, Uchechukwu .Dike, Enwere. « Import Substitution Industrialization As Learning Process: Sub Saharan African Experience As Distortion Of The (Good) », business and management review, vol 1, septembre 2011, pages 8-21.

<sup>371</sup> Jesus Felipe. Jullet (2018). "Asia's industrial transformation: the role of manufacturing and global value chains (Part 2)". ADB economics working paper series. N° 550, Asian Development Bank, pages 1-39.

<sup>372</sup>Prebisch Raul, "Commercial policy in the underdeveloped countries", the american economic review, vol 49. N° 2, 1959 pages 251-273.

compréhension préalable du marché intérieur et une demande effective anciennement satisfaite par les importations.<sup>373</sup>

Ahmad (1978) considère qu'il est impossible pour une économie d'exporter des produits manufacturés sans construire l'infrastructure indigène requise pour une telle production. Ainsi, selon lui il est inévitable que toute tentative d'industrialisation dans les pays moins développés se traduise par une substitution des importations, ajoutant que toutes les estimations empiriques attribuent des proportions importantes de croissance intérieure à la substitution des importations dans les biens de consommation et les industries connexes. Dans tous les cas, la substitution des importations a été de loin le plus grand contributeur à la croissance que les exportations<sup>374</sup>.

Plus tard cette stratégie de substitution des importations a été envisagée par plusieurs pays afin d'éliminer le déficit d'importation et faire face aux contraintes de change étrangères. La crise répétée de la balance des paiements a été un autre facteur qui a contraint ces pays à restreindre leurs importations, entraînant ainsi l'industrialisation. L'argument politique en faveur de l'adoption de cette stratégie consistait dans le fait qu'il était essentiel d'être économiquement autonome et indépendant. L'argument économique était que l'isolement temporaire entraînerait un développement rapide<sup>375</sup>. Toutefois, bien que la production nationale substitutive aux importations, peut permettre d'économiser les devises, ces dernières pourraient être dirigées vers les importations de matières premières et de biens d'équipement "essentiels" destinés à la production intérieure de biens de consommation, en contribuant ainsi à augmenter la facture totale des importations.

Les politiques de substitution des importations ont également été motivées par le désir de "diversifier" la structure de la production intérieure et de réduire la dépendance à l'égard des sources étrangères de demande et d'approvisionnement. Ainsi, cette stratégie est considérée par Adewale (2017)<sup>376</sup> et Shafaeddin et Pizarro (2007)<sup>377</sup> comme un catalyseur pour la

---

<sup>373</sup>Bouzidi Abdelmajid, « Industrialisation et industries en Algérie », l'Algérie de demain : relever les défis pour gagner l'avenir, ISBN 978-961-9689-2-5, Electronic ed.: Alger : Friedrich-Ebert-Stiftung; 2008 , Bonn : FES, 2009, pages 1-36. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/algerien/06416-etude.pdf>.

<sup>374</sup>Ahmad Jallel. "Import substitution –A survey of policy issues"., the developing economies, vol 1, N°4, 1978, pages 355-372.

<sup>375</sup>Schmitz J. Henry, "Industrialization strategies in less developed countries: Some lessons of historical experience", the journal of development studies, vol 21, N° 1, 1984, pages 1-21.

<sup>376</sup>Adewale Aregbeshola. "Import substitution industrialisation and economic growth – Evidence from the group of BRICS countries", Future business journal, N° 3, juin 2017, pages 138-158.

<sup>377</sup>Shafaeddin, Mehdi et Pizarro Juan. « From export promotion to import substitution; comparative experience of China And Mexico». Munichpersonal Repec Archives (MPRA), institute of economic research, Neuchatel University, UNCTAD, Germany, 2007, pages 1-56.

diversification économique. En cela, les mécanismes déployés dans la mise en œuvre de cette politique (réduction des tarifs sur les intrants, droits d'importation élevés ou produits fabriqués localement, différentiel de taux de change et suppression éventuelle des droits d'exportation) aident les économies en développement à acquérir l'expérience industrielle requise afin de faire face aux besoins internes mais également pour se lancer dans l'exportation compétitive de produits manufacturés<sup>378</sup>.

L'import substitution vise alors à diminuer « *la dépendance des pays sous-développés envers les importations de produits finis, qu'elle diversifie la production domestique, qu'elle favorise la formation de la main d'œuvre et l'acquisition de technologies modernes, enfin qu'elle diversifie, à terme, la structure des exportations* »<sup>379</sup>.

Dans le cadre du soutien de la substitution aux importations, les pays l'ayant adopté ont mis en place des instruments politiques sous forme de combinaison variée de tarifs, de restrictions contingentaires, de contrôles des changes, de taux de change surévalués et de procédures administratives - leur combinaison variant d'un pays à l'autre. Ces dispositifs de protection ont pour but de restreindre les importations de biens de consommation et à favoriser celles de capitaux et de biens intermédiaires afin de faire face aux difficultés de la balance des paiements<sup>380</sup>.

### **5- Processus d'industrialisation substitutive aux importations :**

L'idée principale de la stratégie d'industrialisation par substitution aux importations, est le déclenchement d'une industrialisation ou d'une production nationale de biens antérieurement importés. Cette stratégie s'appuie sur la diversification de la production nationale, l'encouragement de la main d'œuvre, l'acquisition d'un savoir-faire et d'une technologie moderne.

Le processus de production substitutive aux importations peut s'exécuter selon deux logiques de production selon Cheriet (2007)<sup>381</sup>. La première logique qui consiste à aller de « l'aval vers

---

<sup>378</sup> Schmitz J Henry, "Reducing complexity in the industrial policy debate", Development policy review, N° 25. Vol 4. 2007, pages 417-428.

<sup>379</sup> Grellet Gérard, « Structures et stratégies du développement économique, collection Thémis, Paris : PUF, 1986, p 85, 86.

<sup>380</sup> Bruton Henry, « Import Substitution ». Handbook of development economics. H. Chenery et T.N.Srinivasan. Elsevier Science, chapitre 30, vol 2, 1989, pages 1601-1644.

<sup>381</sup> Athmane Cheriet. « Mondialisation et stratégies industrielles : cas de l'Algérie ». Thèse présentée le 25 novembre 2007 en vue de l'obtention du diplôme de doctorat d'état en sciences économiques, faculté des sciences économiques et des sciences de gestion, Université Mentouri Constantine.



l'amont », a été adoptée par les pays d'Amérique Latine. Elle donne la priorité au secteur des biens de consommation, pour s'étendre ensuite progressivement jusqu'à atteindre le secteur d'équipement et des industries lourdes. Cette logique de production est basée sur une échelle simple et réduite de production, impliquant un coût relativement faible, peu de mains d'œuvres qualifiées, et une technologie peu sophistiquée. La seconde logique consistant à aller de « l'amont vers l'aval » privilégie le secteur des biens d'équipement. Elle implique des échelles de production considérablement plus grandes. Selon Fontaine (1994) « *une substitution à l'importation en amont ne résulte jamais d'une simple protection douanière. L'expérience montre qu'elle est toujours née de la volonté politique d'Etats [...] suffisamment forts pour imposer des taux élevés [...] comme l'Algérie* »<sup>382</sup>. Toutefois, la stratégie de substitution de l'aval vers l'amont semble beaucoup plus réaliste, raison pour laquelle beaucoup de pays l'ont adopté afin de faire face à leurs demande intérieure de biens de consommation (produits alimentaires, textiles, etc.) tel que le Brésil, le Mexique, l'Inde, le Pakistan et les Philippines<sup>383</sup>. Mais également pour s'étendre progressivement au secteur des industries lourdes par la production de biens d'équipement (équipements pour l'industrie textile, produits chimiques, le raffinage, construction électrique, métaux non ferreux, aciers spéciaux, etc.) et les biens de consommation durable (les automobiles, les électroménagers, produits électroniques, etc.). La stratégie d'industrialisation adoptée en Algérie (1967-1978), a quant à elle, suivie durant cette période la logique allant de l'amont vers l'aval, elle a ainsi donné la priorité au secteur produisant les biens de production afin de pouvoir fournir les biens d'équipement nécessaire au secteur produisant les biens de consommation finale et à l'agriculture<sup>384</sup>.

## **6- Les stratégies algériennes d'industrialisation :**

*« Le peuple algérien.... s'attèle à bâtir une économie productive et compétitive dans le cadre d'un développement durable et de la préservation de l'environnement »*<sup>385</sup>.

---

<sup>382</sup> Fontaine Jean-Marc, « Mécanismes et politiques de développement économiques : du Big-Push à l'ajustement structurel », 1994, CUIJAS, Paris, p 73.

<sup>383</sup> Streeten Paul, "Reviewed Work: Industry and Trade in some Developing Countries: A Comparative Study. by I. Little, T. Scitovsky, M. Scott", The Economic Journal, vol. 81, no. 321, 1971, pages. 144-148.

<sup>384</sup> Cheriet Athmane. « Mondialisation et stratégies industrielles : cas de l'Algérie », thèse présentée le 25 novembre 2007 en vue de l'obtention du diplôme de doctorat d'Etat en sciences économiques, faculté des sciences économiques et des sciences de gestion. Université Mentouri Constantine.

<sup>385</sup> Préambule JORADP, Loi n° 16-01 du 6 mars 2016 - Journal officiel n° 14 du 7 mars 2016, portant révision constitutionnelle. <https://www.joradp.dz/hfr/consti.htm>.

Au lendemain de son indépendance, l'Algérie a accordé une priorité à la mise en place d'une base industrielle publique diversifiée, dont la production était uniquement destinée au marché intérieur. Ce processus d'industrialisation représentait à cette époque un objectif politique pour le pays (programme tripoli, 1962). Il n'apparaît, clairement, qu'à partir de 1967 et son rythme de croissance ne sera remarqué qu'à partir de 1969<sup>386</sup>, à travers le plan triennal «1967-1969», suivie des plans quadriennaux «1970-1973» et celui de «1974-1977», qui ont accordé une part importante à l'industrie et se sont intéressés à l'équipement des pôles industriels littoraux dans le premier plan quadriennal, tels que le complexe d'El-Hadjar à Annaba (la sidérurgie), les pôles d'Arzew et de Skikda (l'hydrocarbure et la pétrochimie) et les zones industrielles à Rouïba et à El Reghaya (la mécanique et l'électricité)<sup>387</sup>, en plus des cinq complexes consacrés à la production textile (Draa ben khedda, Oued Tlélat, El Karma, Batna et Constantine)<sup>388</sup>. Le second plan quadriennal (1974-1977) s'est intéressé à augmenter la capacité de production, notamment dans le secteur des hydrocarbures qui constituait depuis cette époque jusqu'à aujourd'hui, d'ailleurs, la plus importante source financière pour le développement du pays. En effet, à cette époque, la stratégie industrielle du pays donnait la priorité aux industries de base telles que, la sidérurgie, la construction mécanique, la métallurgie, la chimie, particulièrement la pétrochimie et l'engrais, l'hydrocarbure, l'électricité et les matériaux de construction. Ces industries, de grande dimension, étaient groupées en pôles de développement de grande taille.

Ces industries ont eu recours à l'Etat afin de recevoir les capitaux nécessaires à leurs financements. Selon Destanne de Bernis (1971) « *une telle politique n'a de chances de réussir que dans la mesure où l'Etat prend en charge l'investissement industriel dans le cadre d'un secteur public : aucune entreprise privée algérienne ne pourrait avoir les dimensions nécessaires* »<sup>389</sup>. De plus le recours à des technologies avancées afin de remédier au manque de main d'œuvre qualifiée représentait une importante mesure, prise dans le but était de réaliser des économies d'échelle.

La stratégie industrielle du pays à cette époque, s'est inspirée du modèle Soviétique de développement. Elle a donc opté pour une stratégie d'industrialisation, mise au point au début

<sup>386</sup>Ecrément Marc. Indépendance politique et libéralisation économique; un quart de siècle du développement de l'Algérie 1962-1985, OPU/PUG, Alger/ Grenoble, 1986.

<sup>387</sup>سباغ عز الدين، عيساوي خالد: أثر النفايات الصناعية على تدهور البيئة الحضرية للمدن الساحلية؛ حالة مدينة سكيكدة، مذكرة تخرج مهندس دولة في تسيير التقنيات الحضرية، المركز الجامع بن مهيدي. 2007.

<sup>388</sup>Brulé Jean-Claud et Fontaine Jacques: L'Algérie; volontarisme étatique et aménagement du territoire, Alger, OPU, 1986.

<sup>389</sup>Destanne de Bernis Gerard, « Industries industrialisantes et options algériennes », revue tiers monde, vol. XII, n° 47, 1971, pages 545-563.

des années soixante par Perroux et Destanne de Bernis. Elle s'inscrit dans le modèle « des industries industrialisantes » définie par De Bernis (1968) comme étant une industrie ou un groupe d'industries dont la fonction économique principale est d'entraîner dans son environnement localisé et daté un noircissement systématique ou une modification structurelle de la matrice interindustrielle et des transformations des fonctions de production grâce à la mise à la disposition de l'entière économie d'ensembles, de nouvelles machines qui accroissent la productivité de l'un des facteurs ou la productivité globale<sup>390</sup>. Peu de pays dans le monde ont opté pour cette stratégie d'industrialisation dite « des industries industrialisantes ». De ce fait, l'expérience Algérienne représente l'une des plus marquantes pour ce modèle, puisque plusieurs pays au lendemain de leur indépendance ont fait le choix d'aller vers des industries légères (textile, alimentaire,... etc.) dans le cadre de la substitution aux importations.

L'Algérie avait, donc, adopté cette stratégie industrielle durant la période qui s'étend de 1967 à 1978, dans le but de traduire en faits la volonté de la Charte d'Alger de faire de l'industrialisation en profondeur, « *Chaque Algérien, chaque Algérienne doit avoir constamment à l'esprit cette pensée : il faut produire, produire toujours davantage, dans tous les domaines et avec tous les moyens dont nous disposons. On parle d'industrialisation, et on a raison* », et ce, par la mise en place d'une base industrielle solide avec un investissement de près de 300 milliards de dinars dans les industries<sup>391</sup>.

A cette époque, la stratégie d'industrialisation présentée par les décideurs algériens visait en priorité « *le lancement d'investissements moteurs, ayant une finalité stratégique et un effet d'entraînement sur l'ensemble de l'économie* »<sup>392</sup>. Selon eux, cet objectif pourrait être atteint par la mise en place d'une industrie de base (industries lourdes), menant à la production des biens d'équipement et de consommation.

L'industrie industrialisante était souvent considérée comme un modèle explicatif du développement économique. Cette stratégie envisageait la possibilité d'assurer à long terme la

---

<sup>390</sup>Destanne de Bernis Gerard, Industries industrialisantes et contenu d'une politique d'intégration régionale, Economie appliquée, t. XIX, n° 3-4, 1966; Id., Les industries industrialisantes et l'intégration économique régionale, Economie appliquée, t. XXI, n° 1, 1968, p 419.

<sup>391</sup>La Charte D'Alger, Ensemble des textes adoptés par le 1er congrès du parti du front de libération nationale (du 16 Au 21 Avril 1964). <https://Editionsasymetrie.Org/Autogestion/Wp-Content/Uploads/Sites/6/2018/11/La-Charte-Dalger.Pdf>.

<sup>392</sup>El Afani Amar, Thèse de doctorat d'Etat, « Essai sur la pensée économique et les politiques économiques en Algérie (1970-2006) », Université d'Oran Es Senia, faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales, décembre 2007.

construction d'un secteur industriel favorisant la production de biens de production aux biens de consommation finale. En outre, cette stratégie avait comme objectif de favoriser le développement d'une industrie lourde en plus d'une industrie de biens d'équipement en aval. Pour Benachenhou (1980) "L'industrie industrialisante adoptée par l'Algérie dont le rôle principal était la restructuration de l'économie, la création de l'emploi et la réalisation d'une certaine substitution aux importations, reposait, quant à elle, sur la diffusion vers l'aval des biens d'équipement et des biens de consommation finale"<sup>393</sup>.

Cette stratégie permet alors de rendre l'économie nationale autonome à l'égard de la logique et des contraintes du système mondial. En se basant sur une industrie lourde produisant des inputs vers l'aval du processus de production<sup>394</sup>.

Dans ces travaux, H. Benissad (1979) voit qu'un secteur industriel fort génère également des emplois et favorise le développement de liens en amont et en aval dans l'ensemble de l'économie.<sup>395</sup> Ainsi, le développement économique et l'industrialisation sont devenus si étroitement intégrés l'un à l'autre, que les progrès de l'économie sont désormais évalués à partir du succès qu'elle a obtenu dans la transformation d'un établissement agricole en un établissement industriel. Ce dernier définit l'industrie industrialisante comme étant « ... *une unité de production qui exerce des effets asymétrique et irréversibles sur l'environnement social et institutionnel ainsi que sur les activités productives situées en amont et en aval de sa propre production etc.* »<sup>396</sup>.

L'Algérie a connu, dans les années 80 jusqu'au début des années 90, plusieurs changements effectués dans le domaine politique et économique visant l'ouverture à l'économie du marché. Les mesures prises en ce sens, impliquaient le recul de l'investissement et l'autorisation d'importer sans restriction. Cependant, afin de développer son industrie, l'Etat a mis en place des changements structurels adéquats à la réalité économique du pays ainsi qu'à la concurrence.

Le premier plan quinquennal (1980-1984), avait pour objectif de restructurer le secteur industriel par la décomposition des grandes sociétés industrielles devenues difficile à gérer à

---

<sup>393</sup> Benachenhou Abdellatif, "Planification Et Développement En Algérie 1962-1980", 1980.

<sup>394</sup> El Afani Amar, Thèse de doctorat d'Etat, « Essai sur la pensée économique et les politiques économiques en Algérie (1970 – 2006), Université d'Oran Es Senia, faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales, décembre 2007.

<sup>395</sup> Benissad Hocine, « Economie du développement de l'Algérie », OPU, Alger, 1979, p 24, 71.

<sup>396</sup> Benissad Hocine, « L'économie contemporaine », Série que sais-je? Paris, PUF, 1980.

cause de leurs tailles, (60 sociétés nationales ont été décomposées à environ 200 nouvelles institutions spécialisées régionales et nationales)<sup>397</sup>. Il a également été planifié, dans ce premier plan quinquennal, l'encouragement des petites et moyennes industries.

La chute du prix du pétrole en 1986 dans les marchés internationaux, a eu un fort impact sur les revenus en devises du pays, affectant ainsi le développement économique. Toutefois, l'objectif et les mesures planifiées dans le second plan quinquennal concernant le secteur industriel visait à perpétuer le secteur industriel comme un secteur principal. Avec cette crise l'Algérie a connu une accumulation de la dette extérieure afin de faire face aux besoins du marché de la consommation nationale, entraînant ainsi l'adoption de plans annuels basés sur l'industrie et les services pour que les hydrocarbures ne soient plus la seule source de la devise, encourager les petites et moyennes industries notamment dans des zones déshéritées, et inciter l'industrie à doubler sa production (l'industrie de préparation)<sup>398</sup>.

Les politiques économique depuis l'indépendance jusqu'à la fin des années 80, étaient alors orientées vers la mise en œuvre d'une politique de développement industriel. Toutefois, l'Algérie a connu une désindustrialisation depuis la crise économique de la fin des années 80 suivie des troubles politiques au milieu des années 90.

Durant les années 90, l'Algérie s'est retrouvée dans l'incapacité de payer sa dette extérieure, raison pour laquelle elle s'est retrouvée sous l'emprise et la pression du fond monétaire international (FMI), qui lui a imposé quelques conditions impliquant le recul du rôle de l'Etat dans la prise des décisions économiques, engendrant, ainsi, une deuxième restructuration du secteur industriel. La politique économique adoptée en Algérie, en cette période de crise économique et d'instabilité politique défavorable à l'industrialisation, avait pour but de remédier au déficit budgétaire et celui de la balance des paiements par la réduction de la demande globale, particulièrement les importations. Toutefois, certaines importations étaient nécessaires au fonctionnement du pays (alimentation, équipements, médicaments). Cette politique économique consistait également à libérer l'économie nationale, raison pour laquelle, l'entreprise publique s'est trouvée face à une situation concurrentielle à laquelle elle n'était pas préparée.

---

<sup>397</sup> سباع عز الدين، عيساوي خالد: أثر النفايات الصناعية على تدهور البيئة الحضرية للمدن الساحلية؛ حالة مدينة سكيكدة، مذكرة تخرج مهندس دولة في تسيير التقنيات الحضرية، المركز الجامع بن مهيدي. 2007.

<sup>398</sup> لخديري مراد، سلطان نصر الدين: تأثير المنطقة الصناعية على البيئة العمرانية حالة؛ مدينة سكيكدة – مذكرة تخرج مهندس دولة في تسيير التقنيات الحضرية -المركز الجامعي بن مهيدي. 2006.

En 1994, le pays a exprimé sa volonté de transition de l'économie planifiée vers une économie du marché par l'encouragement des investissements locaux et étrangers. Ces derniers, avait pour but de permettre l'augmentation des recettes en devises et le soutien du développement des exportations hors hydrocarbures, affectées par ailleurs par la chute des recettes pétrolières. La crise du secteur industriel public en cette période s'est traduite par une augmentation du taux de déficit (trésorerie/ valeur). Ce dernier est passé de -4.8% en 1994 à -15.1% en 1999, soit -0.6 à -21.4 milliards de dinars. Le recul de l'activité industrielle sur la période considérée a été traduit pas un faible taux d'utilisation des capacités de production estimé à 40%<sup>399</sup>.

Cette situation a contraint l'Etat algérien à suivre les directives du FMI : changement de politique économique et l'adoption d'une politique d'ajustement structurel, impliquant, ainsi, une première tentative de privatisation de plusieurs entreprises publiques au début des années 1990 et une seconde en 1995 suivant l'ordonnance de 1995 relative à la privatisation des entreprises publiques. La politique de privatisation établie par cette dernière, envisageait un transfert d'actifs physiques et financiers aux profits d'investisseurs privés nationaux et étrangers, du fait que, l'Etat algérien rencontrait, à cette époque, une difficulté de poursuivre le financement des entreprises publiques, en majorité déficitaires et endettées. Plus tard, une troisième tentative de privatisation a été établie par l'ordonnance 01-04 du 20 août 2001, relative à la privatisation des entreprises publiques, étant donné que les mesures du programme d'ajustement structurel (PAS), y compris la privatisation, n'ont pas été intégrées dans une politique industrielle. Cette privatisation, préalablement imposée dans les années 1990 par certaines institutions extérieures telles que le FMI, la Banque mondiale, avait pour objectif de sauver le pays de sa crise financière et de renforcer l'efficacité et la responsabilité des entreprises publiques suite à leur privatisation.<sup>400</sup> Toutefois, la politique de privatisation a connu un échec durant la période (1995 -2003) en raison de la complexité du dispositif institutionnel, l'instabilité économique et les conflits de pouvoirs et d'intérêts.<sup>401</sup>

Bien que la politique de privatisation adoptée dans les années 2000 n'ait pas connu son plus grand essor, d'autres formes d'investissement ont relativement mieux fonctionnées tels que la concession et les contrats d'association (cas du secteur des hydrocarbures), le partenariat (cas

---

<sup>399</sup>Mira Rachid, « Économie politique de l'industrialisation en Algérie : analyse institutionnelle en longue période », Thèse de doctorat en sciences économiques, économies et finances, Université Sorbonne Paris cité, France, 2015.

<sup>400</sup>Addi Lahouari, "The political contradictions of Algerian economic reforms", *Review of African political economy*, vol 33, N° 108, 2006, pages 207-217.

<sup>401</sup>Mira Rachid, « Économie politique de l'industrialisation en Algérie : analyse institutionnelle en longue période », Thèse de doctorat en sciences économiques, économies et finances, Université Sorbonne Paris cité, France, 2015.

de la SNVI), la franchise et la licence (cas de plusieurs entreprises du secteur agroalimentaire, la Candia Tchik lait, Coca Cola, etc.), liquidation avec transfert d'actifs vers d'autres entreprises publiques (cas des Galeries algériennes/EDGA) et autres.

Un tournant a cependant été observé en 2007 car la privatisation a, enfin, pu être intégrée dans une politique industrielle, en contribuant à arrêter la désindustrialisation amorcée dans les années 1980, et à améliorer la compétitivité de l'économie algérienne<sup>402</sup>.

Profitant de l'accumulation de ressources financières importantes en raison de l'évolution favorable du marché des hydrocarbures, l'Algérie a lancé depuis 2001 un ambitieux programme national ayant pour but de relancer l'activité industrielle particulièrement le secteur public, par l'encouragement de l'investissement étranger et le partenariat<sup>403</sup>. Toutefois, malgré toutes les initiatives et les procédures visant à l'encouragement et à l'appui du secteur industriel, l'industrie hors hydrocarbures reste relativement négligée, notamment durant la première décennie du 21<sup>ème</sup> siècle.

Une étude réalisée par Begga et Merghit (2014), avait tenté d'illustrer les principales tendances de la production industrielle algérienne (hors hydrocarbures) pour la période 1993-2010, par l'utilisation des estimations disponibles de l'Indice de la production industrielle (IIP) prévu dans les rapports du fond monétaire international. Les données recueillies montrent une forte décélération de la croissance industrielle de l'Algérie, et une baisse de l'indice de la production industrielle entre 1993 et 2010<sup>404</sup>. Le recul industriel en Algérie était exprimé depuis le début des années 1990 jusqu'à la fin des années 2000 par une baisse continue et ininterrompue de la production industrielle<sup>405</sup>.

En effet, la production industrielle s'est effondrée notamment entre 1994 et 1997, période de mise en œuvre du programme d'ajustement structurel (1994-1998). Bien que le gouvernement avait largement réussi à rétablir la stabilité macro-économique en freinant l'inflation, réduisant les dépenses budgétaires et préservant les réserves de changes (devises). Toutefois, en terme d'industrialisation, *« l'indice de la production industrielle publique hors hydrocarbures a perdu, entre 1989 et 1997, plus de 31 points et l'industrie*

---

<sup>402</sup>Saadoun Ratiba, « La privatisation des entreprises industrielles en Algérie : analyse, histoire et développement », Thèse de doctorat, Université Lumière Lyon 2, 2012.

<sup>403</sup> Ordonnance n°01-03 du 20 août 2001 relative au développement de l'investissement (JO 2001-47), approuvée par la loi n°01-16 du 21 octobre 2001 (JO 2001-62).

<sup>404</sup>Begga Chérif et Merghit Abdelhamid, « Attempts to Industrial Reforms in Algeria: Do they fit the Logic of Globalization? », Topics in Middle Eastern and African Economies, vol. 16, N° 1, mai 2014, pages 96-113.

<sup>405</sup> Bellal Samir, « une approche régulationniste de la désindustrialisation en Algérie ». Les Cahiers du CREAD n°95, 2011, pages 27-52.

*manufacturière tombe à moins de 2/3 de son niveau de 1989* »<sup>406</sup>. Ainsi, le secteur industriel a été considérablement affecté par les mesures du programme d'ajustement du FMI, et plusieurs industries souffraient de la récession en cette période.

L'efficacité industrielle de l'Algérie était encore relativement faible. La stagnation et le déclin de la production industrielle avaient marqué les années 90 jusqu'au début 2000. Ainsi, les tentatives de réformes industrielles n'arrivaient pas encore, en cette période, à montrer des signes d'amélioration de ses performances. De plus, les industries manufacturières qui constituent l'épine dorsale des économies modernes souffraient encore de la récession. La restructuration économique dans le cadre de l'ajustement structurel a été caractérisée particulièrement par la désindustrialisation de l'industrie du textile, de l'habillement et de la chaussure. Outre cette performance industrielle défavorable, les exportations hors hydrocarbures dans le contexte algérien représentaient une faible part des exportations totales (moins de 5%) avec une domination du secteur pétrolier.

En 2007, l'Algérie avait envisagé une stratégie de relance et une politique industrielle lui permettant d'atteindre des objectifs ambitieux d'industrialisation lui valant le titre du géant africain qui se réveille<sup>407</sup>. Cette stratégie de relance du secteur industriel n'avait toutefois pas atteint ses objectifs.

En effet, malgré la baisse croissante de l'activité industrielle des industries manufacturières durant toute la période allant de 1998 à 2008, passant de 69,0% (1998) à 51,8 en 2007 et 52,8% en 2008, et des taux de variations successivement négatifs depuis 1999, ces industries manufacturières inscrivent une bonne performance (+1,9 %) en 2008 malgré une baisse de 2,4% enregistrée au troisième trimestre de la même année, et atteignent un taux d'indice de la production industrielle estimé à 53,6% en 2009. Toutefois, selon le rapport réalisé par la banque d'Algérie en 2009, la bonne performance accomplie par l'industrie manufacturière en 2008 était difficile à reproduire. Son indice moyen ne progresse que de 0,7%, en baisse de 1,2 point de pourcentage et son niveau (indice 53,2) représente bien le recul de l'industrie publique dans l'économie nationale. Ainsi selon le même rapport, en moyenne annuelle, la production industrielle publique a régressé de 2,9% pour l'industrie manufacturière<sup>408</sup>.

---

<sup>406</sup> Oukaci Dahbia, « Mise à niveau et problématique de compétitivité dans la démarche stratégique de l'entreprise industrielle algérienne face à l'économie de marché cas : filière bois/ameublement », thèse de doctorat ES en Sciences Economiques, Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, soutenue le 05/11/2014.

<sup>407</sup> Piveteau Alain et Rougier Eric, « Le retour en trompe l'œil de la politique industrielle l'expert, l'état et l'économie politique locale », Revue tiers monde, 2011, pages 177-192.

<sup>408</sup> Banque d'Algérie. « Rapport 2009 évolution économique et monétaire en Algérie, 2010. [https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapport\\_ba\\_2009/rapportactivite\\_09.pdf](https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapport_ba_2009/rapportactivite_09.pdf). Consulté le 25/07/2020.



Les industries manufacturières ont été, particulièrement, touchées par la récession de 2008 et leur production a été marquée par une forte baisse. Les plus touchées par la récession sont celles du cuir et du textile, probablement en raison de la concurrence qu'ils ont subie depuis la libéralisation économique, le commerce informel et l'abus d'importation de textile notamment le vêtement et l'habillement (importations classiques ou à travers les franchises internationales de distribution). Quant aux industries agroalimentaires, elles semblent avoir résisté à la crise, même si le recul est relativement important, car l'indice de production baisse. Les industries chimiques ont connu une tendance relativement similaire, bien que leur déclin soit plus prononcé ces dernières années. Les industries mécaniques et électriques qui constituaient et jusqu'à nos jours le cœur d'un système industriel, sont également fortement touchées par la récession.

En 2009 comme en 2008 six activités industrielles ont connu une décroissance, à savoir, les hydrocarbures, le textile, les matériaux de construction, l'industrie du bois, liège et papier, l'industrie du cuir, et enfin les industries diverses. Seulement deux activités industrielles, les industries sidérurgiques, métalliques, mécaniques, électriques et électroniques « ISMMEE » et la production énergétique ont progressé à des taux annuels supérieurs à 5%.<sup>409</sup>

En dépit des encouragements de l'Etat pour l'investissement dans le secteur industriel, particulièrement l'industrie manufacturière, le poids de cette dernière a poursuivi sa baisse pour atteindre 5% du PIB en 2010 contre 7,46% en 2000, 11,4% en 1990 et 13,30% en 1965<sup>410</sup>. Ce taux était estimé par de nombreux économistes comme étant insignifiant, et reflète une forme de désindustrialisation qu'a connue le pays depuis quelques années. A cet effet, l'Algérie devint l'un des pays les moins industrialisés dans le monde.

Toutefois, bien que la contribution de l'industrie manufacturière dans le PIB a continué de baisser depuis 1960, le nombre d'industries manufacturières n'a cependant jamais cessé d'augmenter, passant de (32 840 en 1977 à 93 902 en 2011). Bouyacoub (2012) explique ce paradoxe par la forte présence du secteur informel, selon lui, « *presque 40 % des entrepreneurs, disposant de registres de commerce, exercent dans des circuits informels et ne disposent pas de locaux dédiés à leurs activités. En fait, le groupe des entrepreneurs arrive*

---

<sup>409</sup> Banque d'Algérie, « Rapport 2009, évolution économique et monétaire En Algérie », 2010.. [https://www.Bank-Of-Algeria.Dz/Pdf/Rapport\\_Ba\\_2009/Rapportactivite\\_09.Pdf](https://www.Bank-Of-Algeria.Dz/Pdf/Rapport_Ba_2009/Rapportactivite_09.Pdf). Consulté le 23/09/2020.

<sup>410</sup>Bouyacoub Ahmed, « Quel développement économique depuis 50 ans ? », Confluences méditerranée, vol 2. N° 81, 2012, pages 83-102.

*difficilement à se développer, ce qui constitue l'une des plus grandes faiblesses de l'économie algérienne »<sup>411</sup>.*

Le secteur industriel (privé et public) a connu une progression de croissance d'environ 5,1% en 2012 contre 4,1% à la fin des années 1990. Toutefois, ce rythme de croissance, reste néanmoins inférieur à celui des autres secteurs. Selon le rapport de la banque d'Algérie pour l'année 2012<sup>412</sup>, toutes les branches de l'industrie hors hydrocarbure ont enregistré des taux de croissance positifs, sauf pour la branche des industries diverses. Ainsi, la contribution des différentes branches d'activités dans l'amélioration du taux de croissance du secteur industriel estimé à 5,1% en 2012 est inégale. L'amélioration du taux de croissance du secteur industriel revient principalement à la contribution de ces quatre branches d'activités (eau et énergie avec 10,2%, Industries sidérurgique, métallique, mécanique, électronique et électrique avec 7,4%, Chimie avec 5,8 % et Agro-alimentaire avec 5,6 %). La contribution de l'industrie des (mines et carrières avec 0,9%, matériaux de construction avec 1,3%, le textiles avec 1,5%, cuirs et chaussures avec 2,8% et le bois, papier et liège avec 2,3%) demeurent relativement modeste. L'industrie manufacturière étant le socle sûr d'un système productif, était et jusqu'à aujourd'hui prédominée par la branche (agro-alimentaire) dans le contexte algérien. Cette dernière représentait 45,6% de l'industrie manufacturière. La croissance de l'industrie manufacturière hors agro-alimentaire ne représente à cet effet que de 2,4% du total. Ainsi, l'évolution du secteur manufacturier reste encore insuffisante pour engager un réel processus de diversification et de ré-industrialisation de l'économie nationale, notamment pour les branches (Textiles, Cuirs et chaussures, Matériaux de construction, Bois, papiers, liège et Industries diverses) dont le taux de croissance moyen pondéré est pratiquement égal à zéro (0,03)<sup>413</sup>.

La baisse des cours du pétrole depuis juin 2014, avait incité le pays à promouvoir une transformation structurelle de l'économie algérienne. La mise en place du Pacte national économique et social de croissance conclu en février 2014, avait pour objectif d'encourager le développement industriel et de faire de la diversification industrielle une priorité stratégique.

---

<sup>411</sup> Bouyacoub Ahmed, « Quel développement économique depuis 50 ans ? », Confluences méditerranée, vol 2, N° 81, 2012, pages 83-102.

<sup>412</sup>Banque d'Algérie, « Rapport 2012 : évolution économique et monétaire en Algérie », 2013. <https://www.Bank-Of-Algeria.Dz/Pdf/Rapportba2012/Rapportdactivite2012.Pdf>. Consulté le 23/09/2020.

<sup>413</sup>Banque d'Algérie, « Rapport 2012 : évolution économique et monétaire en Algérie », 2013. <https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapportba2012/rapportdactivite2012.pdf>. Consulté le 27/09/2020.

Les travaux de Mira (2015) montrent que la période allant de 1999 et jusqu'à 2014 était qualifiée de « Relance bloquée d'une stratégie de relance industrielle. Echec de la politique de privatisation dans un contexte de domination de l'industrie des hydrocarbures »<sup>414</sup>.

En 2015, l'industrie manufacturière maintient son classement au dernier rang dans le secteur industriel avec une contribution estimée à 5,3% du PIB. Ce qui explique que la majorité des industries manufacturières en Algérie sont orientées vers le marché intérieur.

Le rapport effectué par la banque africaine de développement montre que les secteurs industriels et agricoles peinent à se développer en Algérie, et ne parviennent toujours pas à faire face à la demande importante du marché intérieur, ainsi 16,6 % du global des importations en 2015 était destiné aux biens de consommation. Cependant, la croissance économique étant sensible à la fluctuation des prix des hydrocarbures, il est difficile d'espérer une croissance rapide à long terme que si le prix des hydrocarbures continue d'augmenter. Ainsi, avec la baisse du prix du pétrole en 2014, la question de transiter d'une économie rentière dépendante à plus de 80% de ses revenus de la production hydrocarbure, vers une économie basée sur le secteur industriel, refait surface et devient l'une des questions les plus pertinentes, que se posent les économistes et les politiciens algériens en cette époque. Cet inversement d'attitude économique, constitue des enjeux majeurs pour l'économie algérienne, qui depuis de longues années et jusqu'à nos jours connaît une dépendance massive aux produits importés. Cependant depuis 2016, l'Etat tente à les substituer par leurs semblants, produit en Algérie dans le but de rééquilibrer progressivement la balance commerciale. Toutefois, le secteur industriel en Algérie n'a pas toujours connu ce recul, puisque il y'a maintenant près de 50 ans (dans les années 70), le développement économique du pays reposait sur le secteur industriel. Ce qui a permis au pays de disposer d'un tissu industriel et d'un potentiel adroit de stimuler de nouveau l'appareil productif existant, notamment par l'adoption d'une stratégie de partenariat avec d'autres pays dans le cadre de l'appui à l'industrialisation, au développement des chaînes de valeurs, à la création d'emplois, à la diversification économique ainsi qu'à l'amélioration de la compétitivité.

---

<sup>414</sup>Mira Rachid. Économie politique de l'industrialisation en Algérie : analyse institutionnelle en longue période. Economies et finances. Thèse de doctorat en sciences économiques, économies et finances Université Sorbonne Paris Cité, France, 2015.

La volonté de relancer le secteur industriel notamment l'industrie manufacturière, et d'augmenter le taux d'intégration locale dans la production nationale, a été exprimée encore une fois en 2016, notamment par les interventions de la banque d'Algérie dans l'appui des politiques de soutien à l'industrie et à la diversification industrielle, en plus de son soutien dans l'identification des instruments de financement adéquat pour chaque activité industrielle<sup>415</sup>.

Dans le cadre du soutien de l'activité industrielle, l'Etat a, également, mis en place un programme d'appui à la compétitivité industrielle et énergétique (PACIE) qui s'inscrit dans le cadre du nouveau modèle de croissance économique (NMCE) 2016-2030 adopté le 26 juillet 2016.

Tout au long de la période allant de 2000 jusqu'à 2016, la transformation industrielle de l'Algérie a connu une stagnation. Hormis l'augmentation de la valeur ajoutée de la production d'hydrocarbures due à la hausse des prix du pétrole, il n'y a pas eu de changements structurels significatifs. En conséquence, la dépendance des ressources de l'Algérie est devenue beaucoup plus sévère.

Etant donné la dépendance de l'économie algérienne aux hydrocarbures, il est presque impossible de prévoir la structure industrielle sans prendre en considération le prix du pétrole et du gaz. Avec la structure industrielle actuelle de l'Algérie, il ne fait aucun doute que la croissance économique de l'Algérie fluctuerait fortement avec les mouvements des prix du pétrole. Cela affectera également de nombreuses parts sectorielles du PIB. De fait, selon les prévisions du Ministry of strategy and finance Et Korea development institute (2013) si l'Algérie réussit à transformer sa structure industrielle grâce à l'expansion rapide du secteur hors hydrocarbures, elle réduira sa dépendance pétrolière en faisant passer la part des hydrocarbures de 43% du PIB en 2010 à 18,5% en 2030<sup>416</sup>.

L'industrialisation représente de nos jours, un impératif pour le pays. L'Algérie devrait promouvoir la diversification industrielle en augmentant la production manufacturière de diverses manières. Elle doit, non seulement, saisir les opportunités de diversification grâce aux exportations, mais aussi trouver des opportunités d'élargir la gamme de la production locale pour remplacer les importations.

---

<sup>415</sup>Banque Africaine De Développement « BAD », « Document De Stratégie Pays Intérimaire 2016-2018 », Octobre 2016.  
[https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/ProjectandOperations/Alg%C3%A9rie\\_\\_Document\\_de\\_Strat%C3%A9gie\\_Pays\\_Int%C3%A9rimaire\\_\\_DSP\\_%E2%80%93\\_I\\_.pdf](https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/ProjectandOperations/Alg%C3%A9rie__Document_de_Strat%C3%A9gie_Pays_Int%C3%A9rimaire__DSP_%E2%80%93_I_.pdf). Consulté le 26/09/2020.

<sup>416</sup> Ministry Of Strategy And Finance Et Korea Development Institute. "Establishment of Algeria's national vision 2030 ». Knowledge Sharing Program. 2013.

L'action gouvernementale nécessaire à la diversification industrielle reste à débattre. Toutefois, il ne fait aucun doute que les industries manufacturières représentent des secteurs stratégiques et prometteurs pour la promotion industrielle. Afin de promouvoir ces industries, l'Algérie doit poursuivre à la fois la promotion des exportations et la substitution des importations. C'est un malentendu que ces deux activités peuvent être séparées et poursuivies indépendamment. Cependant, compte tenu de la situation actuelle de l'Algérie, la première étape devrait être davantage axée sur la substitution des importations afin d'encourager la diversification industrielle et l'activité privée dans le secteur manufacturier. Tout d'abord, les principales importations sont les automobiles, les camions et les bus, les équipements de communication et les équipements de construction, qui ne sont pas faciles à remplacer pour l'Algérie par des fournisseurs nationaux étant donné le niveau actuel de capacité industrielle locale. Au lieu de cela, l'Algérie devrait inviter les entreprises étrangères à créer des entreprises qui produisent des pièces et des composants destinés à être vendus sur le marché intérieur et offrent des opportunités pour l'expansion de la chaîne d'approvisionnement locale. Deuxièmement, il y a aussi d'importantes importations de biens de consommation non durables provenant principalement de Chine, de Turquie et d'Europe tel que pour le textile. Dans ce secteur, des producteurs locaux pourraient plus facilement émerger. Cependant, tant que l'importation et la distribution de marchandises sur le marché intérieur sont dominées par un réseau basé sur le patronage du lien politique, cela fonctionnera comme une grande barrière à l'entrée pour de nouvelles entreprises privées compétitives<sup>417</sup>.

L'Etat a continué de montrer sa volonté de substituer les importations par une production nationale. Ainsi, en 2018, la loi de finance complémentaire a dévoilé de nouvelles mesures de restriction aux importations et de protection de l'industrie nationale (droit additionnel provisoire de sauvegarde, DAPS). Même si, ces interdictions temporaires d'importations mises en place en janvier 2018 ont généré un mécontentement important des opérateurs économiques en raison du déficit soudain de produits clés, dont certains étaient utilisés comme matières premières dans des industries spécifiques notamment l'industrie agro-alimentaire. En effet, certains segments ont connu une pénurie de matières premières produites localement raison pour laquelle plusieurs entreprises ont trouvé une difficulté à fonctionner. 34% des entreprises du secteur public et 19% du secteur privé ont déclaré que la demande dépassait l'offre au premier trimestre de cette année. Cette situation s'est traduite par

---

<sup>417</sup> Ministry Of Strategy And Finance Et Korea Development Institute. "Establishment of Algeria's national vision 2030 ». Knowledge Sharing Program. 2013.

un assouplissement des mesures de substitution des importations. Le gouvernement a en effet réalisé que l'industrie locale n'était pas encore suffisamment développée et indépendante pour approvisionner toute la chaîne de production pour un certain nombre de produits<sup>418</sup>. Par exemple, certaines matières premières utilisées dans la fabrication de la céramique et de la faïence ont été retirées de la liste des produits d'importation interdits en octobre 2018. Au lieu de cela, un droit de douane de 6% sur la valeur des produits importés a été appliqué.

L'accroissement de la part de l'industrie manufacturière et sa contribution dans le PIB en termes de valeur ajoutée pour atteindre 10% du PIB à l'horizon de 2030, est l'un des objectifs prévus par le nouveau modèle de croissance économique (NMCE) dans son volet correspondant à la diversification et la transformation de l'économie<sup>419</sup>. Pour se faire, le (NMCE) soutien l'investissement productif notamment dans le secteur manufacturier où le pays dispose d'avantages comparatifs à savoir l'électronique, le textile, le numérique, l'automobile, les industries agro-alimentaire, l'industrie pharmaceutique, le ciment, etc.

Aujourd'hui, la contribution du secteur industriel privé à la production industrielle nationale s'approche de 35%. Selon le ministère de l'industrie, l'industrie nationale notamment l'industrie manufacturière, bien qu'elle a perdu des parts significatives sur le marché intérieure, cette dernière dispose d'une infrastructure sûre, qui nécessite toutefois un redéploiement dans une perspective de mondialisation. Pour ce faire, le ministère de l'Industrie et de la Promotion des Investissements, dans le cadre d'encourager l'industrie nationale, s'est basé sur le document portant "Stratégie et politiques de relance et de développement industriels", qui consiste à faire une projection sectorielle de la stratégie de croissance de l'économie algérienne. Cette initiative a été soumise à un large débat entre les différents acteurs économiques et sociaux lors des assises nationales de l'industrie. Ainsi, le nouveau gouvernement a également montré sa volonté d'encourager et de développer l'industrie manufacturière<sup>420</sup>.

Les pouvoirs publics algériens expriment leurs « *volonté d'encourager l'investissement dans toutes les branches de l'industrie manufacturière, en particulier les branches à faible croissance, afin de bâtir une économie productive et génératrice d'emplois et contribuant à*

---

<sup>418</sup>Oxford Business Group, « The Report Algeria », Industry & Mining. 2018. <https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2019/02/pwc-the-report-algeria-2018.pdf>. Consulté le 21/10/2020.

<sup>419</sup>Benbahmed Tarik, Lohoues Hervé, « Algérie, note pays, perspectives économiques en Afrique 2018 », Groupe de la banque africaine de développement (BAD), 2018.

<sup>420</sup> Ministère de l'industrie, « La relance de la production industrielle ». <http://www.mdipi.gov.dz/?La-relance-de-la-production>. Consulté le 24/10/2020.

*substituer des produits fabriqués localement aux importations de biens industriels à faible contenu technologique* »<sup>421</sup>.

---

<sup>421</sup>Banque d'Algérie, « Rapport 2012 : évolution économique et monétaire En Algérie », 2013. <https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapportba2012/rapportdactivite2012.pdf>. Consulté le 24/10/2020.

## **Conclusion :**

Au lendemain de l'indépendance, l'Algérie avait opté pour la mise en place d'une assise industrielle publique diversifiée, notamment pour l'industrie manufacturière dont la production était destinée pour couvrir les besoins du marché intérieur.

Durant les années 1970, l'Algérie avait opté pour une stratégie qui s'inscrit dans le modèle des industries industrialisantes. Ces industries avaient pour but de donner naissance, dans une deuxième phase, aux industries de biens de consommation dans le cadre de la substitution aux importations. Toutefois, cet objectif n'a pas pu être atteint, notamment après la crise pétrolière au début des années 1980, l'industrie nationale et notamment l'industrie manufacturière avait connu plusieurs difficultés, ainsi l'Etat algérien avait envisagé la restructuration du secteur industriel par la décomposition des grandes entreprises industrielles devenues difficile à gérer à cause de leurs tailles. Cette situation ne s'est pas améliorée dans les années 1990 avec les changements effectués dans le domaine politique et économique visant l'ouverture à l'économie du marché. Ces mesures impliquaient un recul de l'investissement industriel mais également une croissance des importations. La production nationale de plusieurs secteurs de l'industrie manufacturière avait continué sa tendance baissière. Notamment après les hausses successives des prix du pétrole qui ont induit à une forte importation de biens de consommation.

Toutefois, la chute des prix du pétrole en 2014 avait contraint l'Etat à réduire en urgence la facture d'importation. De ce fait, plusieurs mesures ont été prises en ce sens, notamment par les mesures de restriction aux importations de produits pouvant être conçu localement (article 52 de la loi de finance 2016). Mais également par le soutien de la production nationale (article 75 de la loi de finance 2015).

L'Algérie persiste encore à montrer sa volonté de substituer les importations par une production nationale notamment par les mesures de restriction aux importations et de protection de la production nationale prévues dans la loi de finance complémentaire de 2018.



## **Chapitre 3 : La franchise un moyen attrayant à la production**

## **Introduction :**

Le secteur du textile et de l'habillement est l'un des principaux secteurs de l'industrie manufacturière, du fait, qu'il peut contribuer à la création d'emplois et au développement de l'économie du pays. Les mesures prises par l'Etat dans les années 1970 avaient pour objectif la mise en place d'une base industrielle solide permettant de développer ce secteur et de réduire la dépendance du pays envers l'étranger (pratiquement tous les besoins nationaux de textile et habillement sont satisfait par les importations). Toutefois, les échecs successifs enregistrés par l'industrie textile et habillement, n'ont pas permis l'atteinte des objectifs souhaités au départ. Ainsi, les alliances et collaborations avec des partenaires étrangers pourraient être une alternative intéressante pour la relance de l'industrie textile et habillement, qui connaît une importante récession depuis plusieurs années. Ainsi, une des formes qui pourrait être envisageable pour la relance de l'industrie textile et habillement serait le franchisage.

Malgré les nombreuses entraves rencontrées par la franchise, particulièrement dans les franchises de distribution, cette pratique est présente sur le marché national depuis près de 20 ans maintenant et contribue à répondre aux besoins nationaux notamment pour l'habillement, mais uniquement en tant qu'opération de revente en l'état. Ainsi, pour l'économie algérienne, ces franchises de distribution notamment dans le secteur textile et habillement représentent tout de même une facture à payer à l'import. Même si ces entreprises participent à la création de nouveaux emplois, et au transfert de savoir-faire (liés à l'activité de distribution), à long terme elles ne participent pas au développement de l'économie nationale, dans la mesure où ça ne représente qu'une opération d'importation destinée à la revente en l'état. L'enjeu serait plus important de transformer ces franchises commerciales en franchises de production.

De ce fait, L'intégration du processus de production, dans ces contrats de franchise de textile et d'habillement, pourrait avoir lieu grâce à une acquisition de savoir-faire, de connaissance, de transfert de technologie, et d'une assistance technique. De fait, ce passage vers la production qui permettrait la création de petites et moyennes entreprises, l'amélioration de la qualité de la production nationale selon les standards internationaux, la création d'emplois, la diminution de la facture d'importation, représenterait des effets positifs en termes d'indicateurs économiques.

Afin de vérifier nos hypothèses et répondre à notre question principale, Nous proposons d'effectuer dans ce dernier chapitre, une étude qualitative documentaire. Pour ce faire, ce chapitre sera organisé en deux sections :

Dans la première section, nous allons étudier l'état des lieux de la franchise dans le contexte algérien, son évolution, ses opportunités et ses perspectives à venir. Nous analyserons également l'environnement institutionnel et juridique relatif à la franchise.

Dans la seconde section, nous allons présenter l'évolution de l'industrie textile et habillement en Algérie, notamment depuis 2001 à 2018 (période qui coïncide avec l'arrivée des franchises de distribution de textile et habillement en Algérie) et les mesures prises par l'Etat dans le cadre de la relance de l'industrie textile et habillement, notamment par l'adoption de collaboration avec l'étranger.

## Section 1 : L'évolution de la franchise en Algérie

Dans un marché représentant près de 42 million d'habitants<sup>422</sup>, l'ouverture économique, influence le consommateur algérien à travers la perméabilité des frontières audiovisuelles, qui se traduit par une forte demande d'acquisition de produits diversifiés de qualité internationale vendus à des prix raisonnables.

Cette demande explique la présence des enseignes étrangères en Algérie dans le contexte des échanges internationaux, dont la franchise.

### 1- Etat des lieux de la franchise en Algérie :

Dans de nombreux pays, la franchise figure comme étant un des piliers du développement de l'investissement privé. À cet égard, elle représente une opportunité structurelle propice au marché algérien. Cependant, cette pratique a longtemps été peu développée en Algérie, comparativement aux pays voisins. Ce retard s'explique d'une part par la transition brusque, d'une économie administrée vers une économie de marché, qui a empêché les opérateurs économiques d'être préparés pour une mise en œuvre des règles régissant l'économie libérale. Et d'autre part, par l'absence de vulgarisation du concept et de ses avantages. Ce qui a fait que le contrat de franchise est resté méconnu par les opérateurs économiques, qui se sont orientés vers des activités d'importation de produits destinés à la revente en l'état au détriment des activités de production<sup>423</sup>.

La franchise est apparue en Algérie il y a plus de 20 ans. En 1995, plusieurs enseignes ont choisi de s'installer dans le marché algérien dans le but, de la production et de la prestation de services. Selon Mouhoune Mustapha, sous-directeur du développement de l'entreprise à la CACI chambre Algérienne du commerce et d'industrie, la franchise est une pratique relativement ancienne en Algérie particulièrement la franchise industrielle<sup>424</sup>, dans le secteur agro-alimentaire à l'instar de Coca Cola, Pepsi, Danone, Candia Tchik lait et autres. A cette même époque l'Algérie a connu l'implantation de plusieurs franchises de prestation de service

---

<sup>422</sup>Le Département des affaires économiques et sociales des Nations Unies, <https://countrymeters.info/fr/Algeria>. Consulté le 04/03/2019.

<sup>423</sup> Ait Abderrahmane Abdelaziz (Directeur Général de la Régulation et de l'Organisation des Activités), « La franchise en Algérie mesures préconisées et perspectives », communication présentée lors de la formation sur la franchise à l'occasion de la Franchise Expo Paris du 17-19 MARS 2017.

<sup>424</sup> Mustapha Mouhoune, « La franchise commerciale en Algérie, avantages, contraintes et perspectives ». <https://cdiabridge.net/news/la-franchise-commerciale-en-algerie-avantages-contraintes-et-perspectives/>. Consulté le 04/03/2019.

notamment dans le secteur de l'hôtellerie avec l'arrivée du Hilton, du Sofitel ou encore du Sheraton. Le secteur de la restauration rapide, ou encore la location de voiture avec l'arrivée du leader européen de la location de véhicules « Europcar » en 2007, en s'associant avec Cevital pour donner naissance à la filiale CeviCar, qui gèrera la franchise dans ce pays<sup>425</sup>.

Au début des années 2000, la franchise commerciale, appelée aussi franchise de distribution a connu d'importantes évolutions liées d'une part, aux changements des habitudes du consommateur algérien par rapport à la globalisation des échanges. Et d'autre part, aux nouveaux dispositifs législatifs, concernant la législation internationale en prévision des négociations d'adhésion à l'organisation mondiale de commerce. Cette forme de franchise bien qu'elle soit la dernière à s'installer sur le marché algérien, elle est arrivée en peu de temps à monopoliser le milieu de la franchise dans le pays<sup>426</sup>. En plus de ces franchises internationales, il existe quelques franchises d'origine algérienne, tel que «Dar BKL » dans le secteur industriel, pionnier algérien de la fabrication de fenêtres en PVC. Mais aussi, « Africafe », « Belcol », « Techno », « Darkom ». « Top hygiène » ou « Carbon Green » qui représentent des franchises de service, ou encore « Selectair », « Zohara », «Gottfried » et «Promy » dans la distribution.

Aujourd'hui, le nombre de franchises notamment les franchises commerciales, s'est multiplié dans le marché algérien. Toutefois, l'accès aux données et statistiques déterminant le nombre exact de franchises existantes dans le pays est difficile.

La franchise en Algérie, s'exerce dans le cadre d'une combinaison de textes législatifs et/ou réglementaires. Notamment dans le respect de la législation régissant la concurrence, la protection du consommateur, la protection des marques, les règles applicables aux pratiques commerciales, les textes législatifs relatifs aux règlements bancaires, au code civil et au code de commerce. Toutefois, il n'existe toujours pas, à ce jour une réglementation propre au contrat de franchise commerciale. Faute de quoi le franchiseur et le franchisé concluent un contrat, afin de régir la relation entre eux. Ce dernier est encadré par le droit du contrat est soumis aux règles du code civil. Ainsi, cette pratique ne répond pas tout-à-fait aux critères définissant la relation de franchise, tel qu'elle est décrite dans le droit de franchise comme

---

<sup>425</sup>ANIMA /Invest in MedMed. Investment Project Observatory (MIPO) 2007-2009, Liste des IDE dans les pays Méditerranéens, <http://doczz.fr/doc/2586283/liste-des-ide-dans-les-pays-med-en-anglais-in>. 20 février 2009. Consulté le 07/03/2019.

<sup>426</sup>Ikkache Belkheir, « Importations sous franchise des droits de douane et franchise commerciale : distinction entre la franchise douanière et la franchise commerciale », le phare, journal des échanges internationaux, des transports et de la logistique, N°151, Décembre 2011, pages 27-28.

rapatriement de royalties, ou encore le paiement de droit d'entrée. De plus selon Samper (2017), le code de commerce organise la fonction de distribution en pleine connaissances des questions de licences, de brevets, etc., mais sans se référer à la franchise<sup>427</sup>. Raisons pour lesquelles, la franchise commerciale s'apparente encore à une opération d'importation classique destinée à la revente en l'état. Néanmoins, il existe quelques cas de franchise qui ont pu développer, aujourd'hui, des réseaux conformes aux règles de base de la franchise.

Au vu, du retard qu'accuse l'Algérie dans le domaine de la franchise qu'elle soit nationale ou internationale, en 2015, le ministère du commerce et la chambre algérienne du commerce et de l'industrie (CACI) ainsi que le (CLDP) programme de développement du droit commercial du département du commerce des Etats-Unis, initié par l'ambassade des Etats-Unis d'Amérique en Algérie, dans le cadre de l'initiative américaine dite de partenariat pour la région du grand moyen orient et l'Afrique du Nord (MEPI), ont commencé à travailler conjointement dans le but de vulgariser le concept de la franchise et à mettre en place un texte de loi directeur permettant le bon déroulement de l'opération du franchisage. Ainsi, « à l'issue de ces rencontres, le Ministère du Commerce a installé en date du 17 novembre 2016 un groupe de travail interministériel (Ministère du Commerce, Ministère des Finances, Ministère de l'Industrie et la Banque d'Algérie) chargé d'engager une réflexion sur l'encadrement de la Franchise commerciale en Algérie »<sup>428</sup>. Par ailleurs, la difficulté du transfert des royalties représente l'un des obstacles de la franchise de commerce en Algérie. Toutefois, ce problème ne se pose pas dans le cadre d'une franchise de service ou de production de bien, puisqu'elles sont éligibles aux transferts<sup>429</sup>. De plus, l'Algérie a mis en place ces dernières années, quelques réformes visant à donner un nouvel essor aux investissements réalisés dans les activités économiques de production de biens et de services, pour contribuer à améliorer l'environnement économique, notamment, par l'élaboration de textes réglementaires, afin de favoriser les investissements étrangers dans le pays, à titre individuel ou avec un partenaire local<sup>430</sup>.

---

<sup>427</sup>Samper Jean, expert en franchise et fondateur d'AC Franchise, « La franchise en Algérie, état des lieux », 2017. <https://ac-franchise.com/dossier/la-franchise-en-algerie-etat-des-lieux-perspectives-et-freins/la-franchise-en-algerie-etat-des-lieux-6583> . Consulté le 10/05/2019.

<sup>428</sup> Ait Abderrahmane Abdelaziz (Directeur général de la régulation et de l'organisation des activités), « La franchise en Algérie mesures préconisées et perspectives », communication présentée lors de la formation sur la franchise à l'occasion du Franchise Expo Paris du 17-19 MARS 2017.

<sup>429</sup>Benmiloud Hind, « Economia Algérie - Marques et Franchises brillent dans l'ombre de la loi », [www.lepointeco.com](http://www.lepointeco.com). <https://www.youtube.com/watch?v=A4xO0dvjyZY>. Consulté le 13/05/2019.

<sup>430</sup>Article 1 de la Loi n° 16-09 du 29 Chaoual 1437 correspondant au 3 aout 2016 relative à la promotion de l'investissement, Journal officiel de la république algérienne N° 46.

## 2- L'environnement De La Franchise En Algérie

Le développement de la franchise en Algérie dépend particulièrement de son environnement juridique et institutionnel.

### 2-1 L'environnement Juridique:

La franchise dans le contexte algérien représente un réel paradoxe. Bien qu'elle n'est pas prise en compte par le droit national (puisque'il n'existe pas de réglementation spécifique à la franchise en Algérie, et elle n'est pas autorisée en application de la réglementation des changes). La franchise, n'est toutefois, pas interdite, puisque certains principes de la franchise, tels que la protection des redevances de marques, licences ou royalties sont reconnue dans les engagements et conventions internationales au titre des investissements étrangers réalisés en Algérie<sup>431</sup>. Elle se pratique maintenant depuis presque 20 ans, dans différents secteurs d'activités.

En 2007, le ministère du commerce a pris l'initiative d'élaborer un texte de loi adapté au code de déontologie européen régissant la pratique de l'activité de la franchise en Algérie en offrant à cette dernière toutes les conditions nécessaires à son émergence et son développement dans le pays<sup>432</sup>. En 2009, une seconde initiative portant sur la création d'un projet de loi, ou une réglementation spécifique à la franchise a été présentée. D'autres initiatives ont suivi, dont la dernière remonte à juin 2018. En dépit de ces travaux, la loi relative à la franchise n'est toujours pas promulguée. En outre, les article (4), (57) et (58) de l'ordonnance n° 09-01 portant loi de finance complémentaire pour l'année 2009<sup>433</sup>, interdisant le crédit à la consommation, le versement et le rapatriement des redevances vers le donateur étranger n'encouragent pas l'investissement à travers la franchise. Il est de même pour la loi relative à la monnaie et au crédit, par le règlement n° 90-03 du 8 septembre 1990 fixant les conditions de transfert des capitaux vers l'Algérie pour financer des activités

---

<sup>431</sup>Décret présidentiel n° 94-01 Rajab 1414 correspondant au 2 janvier 1994 portant ratification de l'accord entre le gouvernement de la république algérienne démocratique et populaire et le gouvernement de la république française sur l'encouragement et la protection réciproques des investissements et l'échange de lettres y relatif, signés à Alger le 13 février 1993/ JORA DP N°01 du 02-01-1994.

<sup>432</sup> ANDI, ( Agence Nationale De Developpement De L'investissement), « Situation du développement de la franchise en Algérie », Invest in ANDI News Algeria, BULLETIN TRIMESTRIEL- FEVRIER 2007 N° 04.

<sup>433</sup>Ordonnance n° 09-01 du 29 Rajab 1430 correspondant au 22 juillet 2009 portant loi de finances complémentaire pour 2009. Journal officiel de la république algérienne N° 44 du 26 juillet 2009.

économiques et le rapatriement des capitaux et de leurs revenus, qui n'est permis que pour les activités de prestation de service<sup>434</sup>.

Pour Benmiloud (2018), les trois principaux obstacles à l'élaboration d'un texte spécifique à la franchise, réside d'une part, dans le fait que la franchise commerciale est assimilée à une opération d'importation de biens et de leur revente en l'état. D'autre part, les importations aujourd'hui sont règlementées et il est difficile d'importer les collections au nombre de 4 dans l'année en même temps que le pays franchiseur. De plus, il est aujourd'hui difficile, voire même impossible, de payer les droits d'entrée et les royalties (redevances) pour pénétrer un réseau à partir de l'Algérie et à partir d'un compte commercial en dinars. Ce transfert de capitaux de part et d'autre, peut désormais être possible avec les nouveaux textes de la banque d'Algérie qui permettent le transfert des capitaux (paiement des droits d'entrées et les royalties). Un texte d'application devrait en préciser les modalités.

Le second obstacle, est lié à l'impossible cohabitation de la clause d'interdiction de l'exclusivité, prévue dans la loi sur la concurrence en Algérie, et le principe du franchisage qui exige une exclusivité de représentation et d'approvisionnement sur un territoire.

Bien qu'un projet de texte modificatif de la loi sur la concurrence soit en cours, il est toutefois, utile de préciser dans le futur texte que si le principe est que « l'obligation d'achat exclusif ne doit pas être restrictive de concurrence », il devrait être possible de prévoir l'exclusivité d'approvisionnement dans le contrat de franchise sans que cette exclusivité n'excède dix ans. Puisqu'en générale, c'est cette clause d'approvisionnement exclusif qui garantit la transmission du savoir-faire du franchiseur aux franchisés et participe au développement des deux entreprises (franchiseur-franchisé). Le troisième obstacle selon elle, est lié aux textes actuels sur les baux commerciaux et qui doivent être impérativement révisés et surtout rééquilibrés entre locataires et propriétaires afin que les sociétés soient pérennes et créatrices de richesse<sup>435</sup>.

Il y'a lieu de relever que la multitude de textes, régissant l'acte d'investir, n'est pas harmonisée. Certains textes s'opposent même. En sens de ce qui a été dit, précédemment, il est possible de citer les accords d'adhésion à l'OMC et euro-méditerranéen. Ces derniers

---

<sup>434</sup>Règlement n° 90-03 du 8 septembre 1990 fixant les conditions et transfert des capitaux en Algérie pour financer des activités économiques et de rapatriement de ces capitaux et de leurs revenus. Journal officiel de la république algérienne n°45 du 24 octobre 1990.

<sup>435</sup>Benmiloud Hind, «Note sur la Franchise : projet d'élaboration de loi sur la Franchise », 28 juin 2018. Document Non Publié.



visent la création d'un climat favorable aux flux d'investissement<sup>436</sup>, qui ne peuvent être réalisés qu'à travers :

- L'établissement de procédures harmonisées et simplifiées, des mécanismes de co-investissement (en particulier entre les petites et moyennes entreprises), ainsi que des dispositifs d'identification et d'information sur les opportunités d'investissements;

- L'établissement d'un cadre juridique favorisant l'investissement, le cas échéant, par la conclusion, entre l'Algérie et les Etats membres, d'accords de protection des investissements et d'accords destinés à éviter la double imposition.

- L'assistance technique aux actions de promotion et de garantie des investissements nationaux et étrangers.

Dans ce cadre-là, il devient important d'analyser la nature légale du contrat de la franchise, dans le but d'adapter ce concept à la culture et les besoins algériens.

Toutefois, selon Aroussi (2015), le contrat de franchise, reste à nos jours un contrat innomé dans le droit algérien<sup>437</sup>, qui est régi par les dispositions classiques et usuelles prévues par le Code de Commerce<sup>438</sup> et le Code Civil<sup>439</sup>.

En Algérie, ce type de contrat d'affaire, accuse à cet effet, un retard important en termes de législation et de jurisprudence. N'étant pas défini par un statut juridique spécifique, la relation contractuelle entre franchiseur et franchisé, doit comporter un certains nombres d'obligations réciproques entre les deux contractants, régis pour, l'essentiel, par les dispositifs relatif à la concurrence, au code de commerce, et aux pratiques commerciales. En outre, le code civil algérien détermine les principes généraux de toute relation contractuelle<sup>440</sup>.

---

<sup>436</sup>Articles 51,53 et 54 du Décret présidentiel n° 05-159 du 18 Rabie El Aouel 1426 correspondant au 27 avril 2005 portant ratification de l'accord euro-méditerranéen établissant une association entre la République algérienne d'une part, et la communauté européenne et ses Etats membres pour la création d'un partenariat entre la communauté européenne et les pays membres, et la république algérienne d'autre part, signé à Valence le 22 avril 2002, ainsi que ses annexes 1 à 6, les protocoles n°s 1 à 7 et l'acte final y afférents. Journal officiel de la république algérienne N° 31, du 21 Rabie El Aouel 1426. 30 avril 2005.

<sup>437</sup> عروسي ساسية. "الطبيعة القانونية لعقد الفرانشيز". رسالة الماجستير. تخصص قانون. (القانون الخاص). جامعة سطيف 2. 2015.

<sup>438</sup> Ordonnance n°75-59 du 26 septembre 1975 portant code de commerce, modifiée et complétée.

<sup>439</sup> Ordonnance n° 75-58 du 26 septembre 1975 portant code civil, JORA N° 78 du 30-09-1975.

<sup>440</sup>Mustapha Hocini, « *Le contrat de distribution sélective : étude comparée* », mémoire en vue de l'obtention du diplôme de magistère en droit comparé des affaires, faculté de droit, Université d'Oran, 2011/2012.

Cette situation de vide juridique, affecte principalement les opérations de franchise de distribution. Cette dernière étant ignorée par le législateur algérien et par la réglementation de la banque d'Algérie, est assimilée à une opération de revente en l'état. Toutefois, les opérations de franchise de production ou de prestation de service, qui consistent généralement en des licences de production basées sur des brevets et/ou du savoir-faire technique, combinées avec des licences de marques<sup>441</sup>, ne présentent pas les mêmes particularités que celle liées à la franchise de distribution.

Selon une étude réalisée par le cercle d'action et de réflexion autour de l'entreprise « CARE » en collaboration avec la banque Africaine de développement « BAD » en 2007, la franchise doit être qualifiée juridiquement afin d'être légitime auprès de l'ensemble des acteurs et intervenants tels que les organismes bancaires dans le paiement des royalties en contre partie du savoir-faire, mais aussi, dans le but de sécuriser les parties contractantes. De plus, la qualification juridique, a pour but de lui donner un cadre de référence en levant les incompréhensions inhérentes à cette pratique. Cependant, la déontologie et l'application du droit des contrats sont choisis dans la plupart des pays ayant connu un important développement de la franchise. Il est donc préférable, dans le contexte algérien, d'adopter une déontologie professionnelle à une loi ou un cadre légal restrictif susceptible de freiner les initiatives de la franchise. Une étroite concertation entre professionnels et pouvoirs publics est souhaitable à cet égard<sup>442</sup>.

Sotos (2007) rejoint cette résolution, et considère qu'un système légal libéral est l'allié naturel du franchisage, étant donné que ce dernier, est basé sur le transfert et le respect du droit des parties privées à conclure un accord<sup>443</sup>.

Une autre étude a été réalisée par l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle « OMPI » en juin 2011, cette dernière a traité l'interface entre la législation antitrust et les accords de franchise. Au 1er mars 2011, 29 (vingt-neuf) États membres avaient répondu au

---

<sup>441</sup> Règlement (CEE) N° 4087/88 de la commission du 30 novembre 1988 concernant l'application de l'article 85 paragraphe 3 du traité à des catégories d'accords de franchise, Journal officiel des Communautés européennes N0 L 359/46, 28/ 12/1988.

<sup>442</sup> Cercle d'action et de réflexion autour de l'entreprise (CARE) et la Banque Africaine de Développement (BAD), « La franchise en Algérie : diagnostic & recommandations », 20 février 2007. Conférence sur le thème « Le développement du franchisage en Algérie: opportunités et défis ».

<sup>443</sup>Sotos John, « Cadre légal et réglementaire », conférence- débat sur le thème « Le développement du franchisage en Algérie: opportunités et défis », 2007.

questionnaire, dont l'Algérie. La description et l'analyse des réponses concernant le cas algérien, sont résumées et présentées ci-dessous en tableau :

**Tableau 5 : Les mesures destinées à traiter l'interface entre la législation antitrust et les accords de franchise en Algérie :**

| <b>Tableau 1</b>   | <b>Les références à la législation nationale et (ou) aux codes volontaires</b>  |
|--|---|
| Loi nationale régissant les accords de franchise   | En cours d'élaboration par le gouvernement  |
| Codes de conduite/pratique volontaires concernant le franchisage   | -   |
| <b>Tableau 2</b>   | <b>Les références détaillées aux lois nationales antitrusts. Il indique également si les lois antitrusts régissent les accords de franchise et dans quelle mesure</b> |
| Loi nationale antitrusts   | Ordonnance sur la concurrence (N° 03-03 du 19 juillet 2003) <sup>444</sup>  |
| Régit-elle les accords de franchise  | Non (pas d'autre explication)   |
| <b>Tableau 3</b>   | <b>La "position dominante" et la "part de marché" dans le cadre de la franchise</b>   |
| Les dispositions nationales et/ou le code de conduite ou de pratique interdisent certaines actions du franchiseur sur la base de la "position dominante" | Oui   |
| Il existe des restrictions relatives à la part de marché qui régissent les accords de franchise ou dont ceux-ci sont exemptés                            | Non   |
| Il existe une définition ou des indications permettant de déterminer si le franchiseur occupe une "position dominante"                                   | Oui   |
| <b>Tableau 4</b>   | <b>Les références aux clauses de restriction particulières dans les accords de franchise</b>  |
| Existe-t-il des clauses qui, lorsqu'elles figurent dans l'accord de franchise, sont réputées illégales en soi?   | Non   |
| La législation de votre pays permet-elle aux franchiseurs d'imposer des prix de vente à leurs franchisés (voir également l'encadré ci-dessous)?          | Non   |
| La loi interdit-elle la démarcation de territoires sur lesquels les franchisés sont autorisés à exercer?   | -   |
| La loi (ou le code de conduite ou de pratique)   | -   |

<sup>444</sup> Ordonnance No.03-03 du 19 Jomada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative à la concurrence. Journal officiel No. 43 du 20 juillet 2003.

|  |   |
|--|---|
| interdit-elle tout type de contrat d'exclusivité pour cause d'effets anticoncurrentiels?   |   |
| La législation précise-t-elle les éléments qui constituent un contrat d'achat lié illicite en soi ou, à défaut, contient-elle des indications pour déterminer les conditions dans lesquelles un franchisé peut être légalement contraint par un franchiseur d'acheter des produits liés au produit original? | -   |
| La législation autorise-t-elle les clauses de non-concurrence?   | -   |
| La loi permet-elle au franchiseur d'interdire au franchisé de créer un site Web indépendant?   | Non   |
| <b>Tableau 5</b>   | <b>Politiques générales et application des droits</b> |
| Les autorités autoriseraient-elles certaines pratiques anticoncurrentielles au titre d'accords de franchise pour des considérations d'ordre social?  | Non   |
| Les autorités nationales ont-elles déjà eu à connaître de cas concrets à l'interface entre la législation antitrust et les accords de franchise?   | Non   |

*Source : inspiré de « l'étude sur les mesures destinées à traiter l'interface entre la législation antitrust et les accords de franchise », établie par le Secrétariat de l'OMPI en 2011.*

Selon cette étude<sup>445</sup>, il est considéré que :

- Dans la législation algérienne, les accords de franchise sont régis par le droit général des contrats. Par conséquent, les modalités du franchisage, sont exclues du champ d'application de la loi ou du code en question, et apparaissent dans les dispositions contractuelles nationales qui font partie des codes civils nationaux ou d'autres textes législatifs civils, dont les textes relatifs aux droits de propriété intellectuelle. De plus, dans le cas Algérien, il n'existe pas encore, un code de déontologie promu par une association nationale de la franchise, puisque cette dernière n'a pas encore vu le jour, depuis la première initiative de sa création en 2009.

- La loi antitrust, traitant des pratiques anticoncurrentielles désignées par l'ordonnance n° 03-03 du 19 juillet 2003 relative à la concurrence, ne régis pas les accords de franchise dans le cas Algérien.

- Sur la base du décret exécutif n° 05-175 du 12 mai 2005 fixant les modalités d'obtention de l'attestation négative relative aux ententes et à « la position dominante »<sup>446</sup> sur

<sup>445</sup>Organisation mondiale de la propriété intellectuelle « OMPI », « Étude sur les mesures destinées à traiter l'interface entre la législation antitrust et les accords de franchise » établie par le Secrétariat, 23 juin 2011.

<sup>446</sup>« position dominante: la position permettant à une entreprise de détenir, sur le marché en cause, une position de puissance économique qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective, en

le marché, certaines actions du franchiseur sur la base de la « position dominante » peuvent être interdites. Conformément au même décret et à l'ordonnance n° 03-03 du 19 juillet 2003 relative à la concurrence, il devient, possible de trouver des indications permettant de déterminer si le franchiseur occupe une «position dominante». Toutefois, Il n'existe aucune restriction relative à la part de marché régissant les accords de franchise.

- En termes de clauses de restrictions particulières dans les accords de franchise, il n'existe aucune clause figurant dans les accords de franchise, réputée comme étant illégale. La législation du pays ne permet pas aux franchiseurs d'imposer des prix de vente aux franchisés. En revanche, en ce qui concerne la démarcation des territoires sur lesquels les franchisés sont autorisés à exercer, rien n'a été évoqué à ce propos. Pareil pour ce qui est de la loi (ou le code de conduite ou de pratique) interdisant tout type de contrat d'exclusivité pour cause d'effets anti-concurrentiels.

- Les autorités algériennes n'autorisent aucune pratique anti-concurrentielle au titre d'accords de franchise pour des considérations d'ordre social. De plus, aucun cas concret à l'interface entre la législation antitrust et les accords de franchise n'a encore été rencontré.

L'absence d'un cadre légal spécifique à la franchise jusqu'à aujourd'hui, incite les opérateurs économiques exécutant dans le cadre de la franchise, à recourir à des manœuvres et outils juridiques qu'ils considèrent plus adéquats, tels qu'un contrat de service, d'assistance et de formation, de distribution exclusive, un contrat de partenariat, etc.

## **2-2 Réglementation Des Changes :**

Le contrat de franchise, impose au franchisé de payer des droits d'entrée au franchiseur, lors de l'élaboration du contrat. Ensuite il doit lui verser périodiquement des redevances appelés royalties.

Dans le contexte algérien, la notion de franchisage, n'est pas stipulée explicitement dans le code de commerce. Même si, la franchise entre dans le cadre des engagements et accords internationaux de l'Algérie tel que la convention sur la protection réciproque des investissements entre la France et l'Algérie du 13/02/1993<sup>447</sup>, reconnaissant le principe de la

---

*lui fournissant la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis-à-vis de ses concurrents, de ses clients ou de ses fournisseurs ».* Art 3, Titre 1 de l'Ordonnance No.03-03 du 19 Jomada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative à la concurrence.

<sup>447</sup>Décret présidentiel n° 94-01 Rajab 1414 correspondant au 2 janvier 1994 portant ratification de l'accord entre le gouvernement de la république algérienne démocratique et populaire et le gouvernement de la république

protection des redevances de marque, licences ou royalties. Le contrat de franchise n'est toutefois, pas reconnu par la réglementation algérienne, édictée par la loi 90/10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit<sup>448</sup>. De plus, le montant des royalties, prend souvent la forme d'un pourcentage du chiffre d'affaires réalisé par le franchisé (opérateur algérien), et donc il n'est pas connu d'avance et nommé en valeur absolu. C'est pourquoi, la banque d'Algérie n'autorise pas le transfert des royalties. Etant donné une réglementation des changes considéré comme étant contraignante et stricte, en ce qui concerne le contrôle des flux de capitaux, au titre du règlement n°95-07 du 23 décembre 1995 modifiant et remplaçant le règlement n°92-04 du 22 mars 1992 relatif au contrôle des changes<sup>449</sup> et rappelant le principe de la domiciliation des opérations d'importations de marchandises et de services, le transfert des royalties vers l'étranger, devient alors, difficile pour les franchisés. Toutefois, bien qu'elle ne soit pas autorisée, la franchise n'est pas interdite par la réglementation des changes. Le transfert des royalties est alors possible, dans certaines situations, traitées au cas par cas, notamment pour les franchises de service et les franchises de production.

Compte tenu de la réglementation de la banque d'Algérie, ne reconnaissant pas explicitement dans ses textes, les redevances de marque, licence et royalties, qui selon elle, ne constitue pas en soi le résultat d'une activité de production de biens ou de services, contribuant systématiquement au développement du pays, ces dernières sont soumises à une autorisation aux préalable à leur rapatriement.

De ce fait, le transfert des royalties représente un des nombreux handicaps pour les opérateurs économiques exerçant en franchise. Puisque la banque d'Algérie ne reconnaît pas encore, le transfert des droits d'entrées ni des royalties. A cet effet, les franchisés, sont contraints de recourir à des pratiques juridiques et financières, à la limite de la tricherie, afin de contourner la réglementation des changes et de pouvoir transférer les royalties. Par conséquent, le montant de royalties devant être transférer, peut-être, soit compris dans le prix d'acquisition des marchandises (des produits) auprès du franchiseur, négligeant ainsi, la transparence souhaitée en termes de justification des redevances liées à la franchise. Ou bien, être inclus comme éléments d'assistance technique ou de formation puisque la banque

---

française sur l'encouragement et la protection réciproques des investissements et l'échange de lettres y relatif, signés à Alger le 13 février 1993/ JORA DP N°01 du 02-01-1994.

<sup>448</sup> Loi 90/10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, Journal officielle de la république algérienne N°16.

<sup>449</sup> Règlement n°95-07 du 23 décembre 1995 modifiant et remplaçant le règlement n°92-04 du 22 mars 1992 relatif au contrôle des changes., Journal officiel N°07 du 11 février 1996.

d'Algérie autorise à certains opérateurs le paiement de prestations de service sur la base d'un contrat dit « d'assistance technique » suivant les règlements ci-dessous :

- Règlement n° 95-07 du 23/12/95 modifiant et remplaçant le règlement n° 92-04 du 22 mars 1992 selon lequel les contrats d'assistance technique ou de fourniture de services impliquent toutes les activités de « ...de formation, de montage, de maintenance d'équipements et de mise en place de systèmes industriels, connexes à l'importation d'équipements ou à la réalisation d'ensembles industriels»<sup>450</sup> .

- Règlement n° 07-01 de la banque d'Algérie, au titre de l'article 4, *concernant les paiements et transferts liés aux transactions internationales courantes, pour règlement des importations au titre des opérations du commerce extérieur sur les biens, les services notamment l'assistance technique et les opérations courantes liées à la production*<sup>451</sup>.

- De plus, Selon l'article 51 du même règlement, *«Le transfert pour règlement des importations de services, au titre de l'article 4 du présent règlement, s'effectue sur la base du contrat et/ou de la facture définitive dûment visée par l'importateur résident accompagné(s) de l'attestation de service fait ainsi que de toute autre pièce ou autorisation éventuellement requise, délivrée par l'administration compétente. Le transfert au titre d'importation de services dans le cadre d'une sous-traitance doit être expressément prévu par le contrat de base »*<sup>452</sup>.

Ces royalties, peuvent également faire l'objet d'un transfert sous forme de dividendes<sup>453</sup>, dans le cadre d'un partenariat ou d'un investissement comme est le cas pour la franchise de production, qui n'est pas forcément soumise aux mêmes contraintes liées aux franchises de distribution.

Jusqu'à aujourd'hui, très peu de franchises, notamment les franchises de distribution, arrivent à exercer en Algérie leurs activités de franchisage selon les principes de redevance de marque.

---

<sup>450</sup> Banque d'Algérie, « Les Huit (08) règlements de l'année 1995, règlement n°95-07 du 23 décembre 1995 modifiant et remplaçant le règlement n°92-04 du 22 mars 1992 relatif au contrôle des changes, article 36 » [https://www.bank-of-algeria.dz/html/legist4.htm#REGLEMENT\\_N%C2%B095-07](https://www.bank-of-algeria.dz/html/legist4.htm#REGLEMENT_N%C2%B095-07). Consulté le 10/05/2019.

<sup>451</sup> Article 4. « Règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises règlement de la banque d'Algérie n°07-01 ». <http://www.droit-afrique.com/upload/doc/algerie/Algerie-Reglement-2007-01-transactions-courantes.pdf>. Consulté le 10/05/2019.

<sup>452</sup> Article 51. « Règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises règlement de la banque d'Algérie n°07-01 ». <http://www.droit-afrique.com/upload/doc/algerie/Algerie-Reglement-2007-01-transactions-courantes.pdf>. Consulté le 10/05/2019.

<sup>453</sup> Instruction N° 01-09 Du 15 février 2009 relative au dossier en appui de la demande de transfert des revenus et produits de cession des investissements étrangers. <https://www.bank-of-algeria.dz/html/legist2009.htm>. Consulté le 21/03/2019.

A cet effet, de nombreux opérateurs ont recours au marché noir de la devise, afin de verser les droits d'entrée et les redevances aux franchiseurs.

Toutefois, il est important de rappeler que la réglementation des changes au temps de l'économie planifiée était à de nombreux points de vue, considérée comme étant beaucoup plus favorable au transfert des royalties, qu'elle ne l'est aujourd'hui. En 1973, les opérateurs agréés avaient le droit de transférer des royalties, dans le cadre d'un contrat d'exploitation de brevet ou de licence, sous réserve de l'accord préalable de la banque domiciliaire ainsi que celui de l'institut national algérien de propriété industrielle « INAPI »<sup>454</sup>.

### **2-3 Environnement financier et Loi de finance:**

La franchise n'est pas reconnue au niveau de l'administration fiscale. À ce titre, aucun traitement particulier ne lui est accordé. Ainsi, les produits importés en franchise ne bénéficient d'aucunes exonérations prévues par le code de la TVA<sup>455</sup>. Le franchisé, doit alors payer les taxes, droits<sup>456</sup> et redevance applicables à la marchandise importée. Ce qui représente une lourde charge pour lui. Particulièrement dans le cadre d'une franchise de distribution.

Toutefois, le rôle des services douaniers consiste principalement à contrôler la marchandise importée au vue de la réglementation en vigueur, afin d'assurer l'exclusivité à l'importateur (franchisé), et de s'assurer que celle-ci n'est pas contrefaites<sup>457</sup>.

Néanmoins, tout importateur (franchisé) ayant une exclusivité d'acquisition et un monopole d'exploitation d'une marque sur un territoire donné, doit enregistrer sa marque au niveau de l'INAPI « institut national algérien de propriété industrielle », afin de la protéger.

---

<sup>454</sup>Abdenour Nouiri, « Le Commerce En Réseau En Algérie ». La revue des sciences commerciales. vol 3, N° 2, pages 26-54.

<sup>455</sup>Ministère des finances direction générale des impôts. « Opérations Exonérées». <https://www.mfdgi.gov.dz/index.php/component/content/article?id=159:ii-operations-exonerees>. Consulté le 21/03/2019.

<sup>456</sup> Les droits de douane regroupent : la TVA à 17%, le taux réduit à 5%, le taux majoré à 30%, le taux intermédiaire qui est à 15%, en plus des redevances imputable à chaque opération d'importation.

<sup>457</sup>Selon, l'Ordonnance n°66-57 du 19 mars 1966 relative aux marques de fabrique et de commerce ;

L'ordonnance n°66-86 du 28 avril 1966 relative aux dessins et modèles ;

L'ordonnance n°75-65 du 16 juillet 1976 relative aux appellations d'origine ;

Le décret exécutif n° 66-87 du 28 Avril 1966 portant application de l'Ordonnance n° 66 - 86 du 28 Avril 1966 relative aux dessins et modèles ;

Le décret exécutif n° 76-121 du 16 Juillet 1976 relatif aux modalités d'enregistrement et de publication des appellations d'origine et fixant les taxes y afférentes ;

L'ordonnance n° 03 - 06 du 19 juillet 2003 relative aux marques ;

Le décret exécutif n° 05-277 du 2 août 2005 fixant les modalités de dépôt et d'enregistrement des marques.



Etant-donné, que l'économie algérienne est basé essentiellement sur l'importation (de Chine, de Turquie, etc.), il devient important de mettre en place des mesures protectionnistes pour les marques présente sur le territoire national, tels que : l'ordonnance n° 03-06 du 19 juillet 2003 relative aux marques définit les modalités de protection des marques. Le décret exécutif n° 05-277 du 2 août 2005, consiste également à fixer les modalités de dépôt et d'enregistrement des marques de fabrique et de commerce, suivant les articles 13,17 et 19 de l'ordonnance précédente.

En plus de ces règlements, l'Algérie est également liée par des accords et des conventions internationaux en matière de propriété industrielle et intellectuelle tels que la convention de Paris (protection de la propriété industrielle) depuis le 1<sup>er</sup> mars 1966<sup>458</sup>, l'arrangement de Madrid (enregistrement « international » des marques) depuis le 5 juillet 1972<sup>459</sup>, la convention instituant l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) depuis le 16 avril 1975<sup>460</sup>, la convention de Berne (droit d'auteur) depuis le 19 avril 1998<sup>461</sup>, le Traité de coopération en matière de brevets (dépôt d'une demande « internationale » de brevet) depuis le 8 mars 2000<sup>462</sup>. Protocole relatif à l'arrangement de Madrid depuis le 31 octobre 2015<sup>463</sup>.

De plus, selon l'étude réalisée par Nègre en 2007, « *le démantèlement des tarifs douaniers lié à l'accord d'association avec l'Union européenne ayant pour effet immédiat une chute des droits de douane de 5% par an est favorable à la franchise internationale comme le sera*

---

<sup>458</sup> Bodenhausen, (G.H.C). « Guide d'application de la convention de paris pour la protection de la propriété industrielle » telle que révisée à Stockholm en 1967, bureaux internationaux réunis pour la protection de la propriété intellectuelle (BIRPI), [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/intproperty/611/wipo\\_pub\\_611.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/intproperty/611/wipo_pub_611.pdf). Consulté le 20/05/2019.

<sup>459</sup> Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). « L'Algérie adhère au Protocole de Madrid », [https://www.wipo.int/madrid/fr/news/2015/news\\_0016.html](https://www.wipo.int/madrid/fr/news/2015/news_0016.html). Consulté le 20/05/2019.

<sup>460</sup> Le conseil fédéral, le portail du gouvernement Suisse. «Convention Instituant l'Organisation Mondiale De La Propriété Intellectuelle », <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19670147/index.html>. Consulté le 20/05/2019.

<sup>461</sup>Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). « Traités administrés par l'OMPI parties contractantes > Algérie ». [https://www.wipo.int/treaties/fr/ShowResults.jsp?country\\_id=50C](https://www.wipo.int/treaties/fr/ShowResults.jsp?country_id=50C). Consulté le 20/05/2019.

<sup>462</sup>Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). « Traités administrés par l'OMPI parties contractantes > Algérie ». [https://www.wipo.int/treaties/fr/ShowResults.jsp?country\\_id=50C](https://www.wipo.int/treaties/fr/ShowResults.jsp?country_id=50C). Consulté le 20/05/2019.

<sup>463</sup>Lavoix. Droit de la propriété intellectuelle. « L'Algérie adhère au protocole de Madrid pour l'enregistrement international des marques ». <https://www.lavoix.eu/fr/news/223/adhesion-algerie-protocole-de-madrid> . Consulté le 20/05/2019.

*l'adhésion de l'Algérie à l'Organisation mondiale du commerce pour le transfert des royalties »<sup>464</sup>.*

L'administration douanière algérienne, a également signée ces dernières années des accords de coopération avec certaines grandes marques afin de permettre une intervention douanière plus efficace<sup>465</sup>.

Au niveau des frontières algériennes, les services des douanes ont pour objectif de défendre le principe de l'exclusivité pour le franchisé (importateur). De plus, au titre de l'arrêté du 15 juillet 2002, déterminant les modalités d'application du même article 22 du code des douanes relatif à l'importation de la marchandise contrefaite<sup>466</sup>, et des nouvelles dispositions douanières prévues par la loi de finance pour 2008, modifiant et complétant les dispositions de l'article 22 du code des douanes stipulant que *« sont prohibées à l'importation, toutes les marchandises portant sur elles-mêmes ou sur les emballages, caisses, ballots, enveloppes, bandes ou étiquettes, des indications de nature à faire croire que ces marchandises, en provenance de l'étranger, sont d'origine algérienne. Sont prohibées à l'importation sous tous les régimes douaniers et sont passibles de confiscation les marchandises algériennes ou étrangères contrefaites. Les modalités d'application du présent article seront déterminées par arrêté du ministre chargé des finances »<sup>467</sup>*. Et créant de nouveaux articles du code des douanes, « 22 bis et 22 quater ». Les services des douanes tentent également de protéger la marchandise destinée à la revente en l'état ou à la prestation de service de toute forme de contrefaçon.

La franchise de distribution étant une des formes de distribution exclusive de produits, ne bénéficie d'aucun traitement particulier de la part des services des douanes, en termes de taxation. Ainsi les biens importés et destinés à la revente en l'état dans le cadre d'un contrat de franchise, sont également taxés à 24% et soumis aux mêmes conditions exigées aux importateurs au titre de la loi de finance complémentaire 2005. Son article 13 prévoit que *« Nonobstant les dispositions de l'article 4 de l'ordonnance n° 03-04 du 19 Joumada El Oula*

---

<sup>464</sup>Nègre Claude. « La franchise en Algérie : diagnostic et recommandations ». Colloque CARE, SFI, AFDB Du 7 janvier 2007 à Alger.

<sup>465</sup>Chehat Mohamed. «Algérie : protection des marques : enregistrement et protection internationale - saisie contrefaçon et alerte douanière », le 19/10/2012. [https://blogavocat.fr/space/mohamed.chehat/content/algérie---protection-des-marques---enregistrement-et-protection-internationale---saisie-contrefaçon-et-alerte-douanière.\\_1acc180a-bb30-41f5-8671-18cfdafedf9f](https://blogavocat.fr/space/mohamed.chehat/content/algérie---protection-des-marques---enregistrement-et-protection-internationale---saisie-contrefaçon-et-alerte-douanière._1acc180a-bb30-41f5-8671-18cfdafedf9f) . Consulté le 10/05/2019.

<sup>466</sup> Arrêté du 4 Joumada El Oula 1423 correspondant au 15 juillet 2002, déterminant les modalités d'application de l'article 22 du code des douanes relatif à l'importation des marchandises contrefaites.

<sup>467</sup> Article 22 du code des douanes selon la loi n° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, mis à jour le 01/01/2002.

1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation de marchandises, les activités d'importation de matières premières, produits et marchandises destinés à la revente en l'état, ne peuvent être exercées que par des sociétés dont le capital social est égal ou supérieur à 20 millions de dinars, entièrement libéré »<sup>468</sup>. Ce montant exigé aux importateurs (franchisés), désirant créer une activité de revente en l'état de produit importés, est non négligeable et représente une exigence restrictive et un frein à cette activité de franchisage (dans le cadre de la distribution). Aujourd'hui toute opération d'importation de marchandises peut être réalisée librement conformément aux dispositions de l'Ordonnance n° 03-04 du 19 juillet 2003<sup>469</sup>, modifiée et complétée, relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation de marchandises ainsi que celles prévues par la loi de finance 2018 ont été introduites comme suite :

- *Elargissement de la liste des marchandises soumises à la taxe intérieure de consommation (TIC) au taux de 30%, pour 10 familles de produits finis ;(article 32 de la loi de finances pour 2018) ;*

- *Relèvement des droits de douane pour 32 familles de produits finis.(article 115 de la loi de finances pour 2018) ;*

- *Suspension provisoire à l'importation portant sur 45 familles de produits finis ; (décret exécutif pris en application de l'article 116 de la loi de finances pour 2018) ;*

- *L'accès aux licences d'importation et plus particulièrement celles devant régir les contingents tarifaires fixées dans le cadre de l'Accord d'Association avec l'Union européenne, s'effectuera par voie d'adjudication, sur la base d'une mise à prix, par référence au modèle de cahier des charges approuvé par l'arrêté interministériel, fixant les conditions et les modalités d'accès par voie d'enchères au contingent ou à ses tranches.*

- *L'avis public d'ouverture du contingent précisera la nature et la consistance des marchandises dont l'importation est soumise à l'obtention d'une licence.*

- *Seuls les opérateurs économiques dont l'activité de production ou de distribution est liée directement aux produits soumis au contingent ouvert, peuvent soumissionner pour l'accès au contingent ou à ses tranches.*

---

<sup>468</sup> Journal officiel de la république algérienne démocratique et populaire conventions et accords internationaux - lois et décrets arrêtes, décisions, avis, communications et annonces, mardi 19 Jomada Ethania 1426 Correspondant au 26 juillet 2005, N°52. [https://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/lois\\_de\\_finances/LFC%202005.pdf](https://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/lois_de_finances/LFC%202005.pdf). Consulté le 18/12/2019.

<sup>469</sup>Ordonnance N°03/04 du 19 Jomada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation, et d'exportation de marchandises. Journal officiel N°43.

En ce qui concerne la domiciliation bancaire relative à l'importation de marchandise destinée à la revente en l'état et ne constituant pas un intrant industriel, tel est le cas, pour la franchise de distribution, elle doit être réalisée dans un délai d'un mois minimum avant la date d'expédition prévue de cette marchandise et avec une couverture financière de 120% du montant de l'opération, suivant le règlement n°05 du 25/10/2017 de la Banque d'Algérie.<sup>470</sup>

Dans le cadre du développement du tissu économique et commerciale du pays, des mesures d'aides publiques, dans une perspective d'accord cadre, sont prévues afin d'encourager la création d'entreprise franchisé.

#### **2-4 Code Des Investissements :**

Depuis son indépendance, l'Algérie a optée pour une nationalisation de l'économie dans le cadre d'une économie administrée (planifié). Toutefois, suite aux crises économiques qu'a connu le pays durant les années 80 et 90, l'Algérie a conclu un accord de rééchelonnement de sa dette, accompagné d'un plan d'ajustement structurel (PAS) et d'un programme de relance économique, qui étaient soumis au contrôle du fond monétaire international (FMI) et de la banque mondiale, ayant comme objectif, une transition vers une économie du marché et une ouverture du commerce extérieur.

En plus des crises économiques qu'a rencontrées l'Algérie. Cette dernière a connu dans les années 90 une instabilité politique, économique et une situation peu sécuritaire<sup>471</sup>, qui a eu un réel impact sur l'investissement en Algérie, notamment l'investissement étranger.

La transition tardive vers une économie du marché, la situation politique et sécuritaire, l'instabilité des textes réglementaires et l'impossibilité du transfert des dividendes (royalties), tous ces facteurs ont laissé, pendant très longtemps, l'investisseur étranger perplexe quant à l'investissement en Algérie, et notamment le franchiseur international.

Depuis le renoncement au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur dans les années 90. Plusieurs mesures administratives d'encadrement du commerce extérieur ont été prises, tels

---

<sup>470</sup>Ministère du commerce. « Communiqué relatif aux mécanismes d'encadrement des opérations d'importation de marchandises ». <https://www.commerce.gov.dz/avis/communiqué-relatif-aux-mecanismes-d-encadrement-des-operations-d-importation-de-marchandises>. Consulté le 01/01/2018.

<sup>471</sup> L'évaluation donnée par le COFACE, pour le risque du pays et l'environnement des affaires est passé de la note « D » représentant un risque très élevée dans les années 90, à la note « C » représentant un risque élevé au 2<sup>ème</sup> trimestre de 2019. Toutefois, le pays a connu des périodes caractérisés par un risque faible à très faible « fin des années 90 à la fin des années 2000 ».

que l'AGI, programme d'importations et d'exportation, licence), ainsi qu'une révision des tarifs douaniers<sup>472</sup>.

Au début des années 2000, l'Algérie a mis en place des dispositions et des mesures afin d'encouragé le développement de l'investissement privé, notamment l'investissement étranger. Elle a adopté une politique d'appui au développement des PME<sup>473</sup> pour se mettre aux normes et standards internationaux et d'améliorer la compétitivité des PME algériennes, dans le cadre du programme de relance économique.

Dans le cadre des politiques d'appuis au développement des PME, Mosbah et Debili (2014) considèrent que plusieurs PME algériennes s'orientent vers des méthodes de croissance telles que les fusions et acquisitions, les licences et les franchises<sup>474</sup>.

Benmessaoud (2009) rejoint cette optique et considère que « *d'un point de vue structurel, les PME sont fréquemment en situation de sous-traitance ou de franchise* »<sup>475</sup>. Ainsi, ces deux dernières représentent l'une des formes les plus fréquentes de la PME en Algérie. L'Etat algérien encourage la substitution des importations de biens et services par la production nationale, dans le cadre du renforcement de l'intégration des capacités nationales de sous-traitance à travers les PME<sup>476</sup>. Ces dernières bénéficient des avantages accordés en ce sens, au titre de la loi n° 17-02 du 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME).

Toutefois, aucun avantage n'est octroyé par l'agence nationale de développement de l'investissement « ANDI » aux opérations de franchise réalisées dans le secteur de la distribution. Au titre de la loi N°01-03 du 20 Aout 2001, relative au développement de l'investissement<sup>477</sup>, appelée « code des investissements », approuvée par la loi n°01-16 du 21 octobre 2001<sup>478</sup>, seuls les investissements dans le cadre d'une franchise de production et/ ou

---

<sup>472</sup> ANDI, Guide Investir En Algérie, KPMG, Janvier 2017.

<sup>473</sup> Loi n° 01-20 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 relative à l'aménagement et au développement durable du territoire. Journal officiel N° 77.

<sup>474</sup> Mosbah Aissa et Debili Rochdi, "Development of algerian smes in the age of globalization (pembangunan di Algeria dalam era globalisasi)", Journal of business and social development, vol 2, N° 1, mars 2014, pages 37-48.

<sup>475</sup> Benmessaoud Khadidja, « La privatisation : opportunité pour le développement des pme », Revue économie et management, vol 8, N° 1, 2009, pages 226-236.

<sup>476</sup> Article 32 de la Loi n° 17-02 du 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME). Journal officiel N°2.

<sup>477</sup> Ordonnance N°01-03 du 20 Aout 2001, relative au développement de l'investissement, Journal officiel N°47.

<sup>478</sup> Loi n°01-16 du 21 octobre 2001 portant approbation de l'ordonnance n° 01-03 du 20 Aout 2001, relative au développement de l'investissement, Journal officiel N° 62.

de prestation de service, peuvent bénéficier de ces avantages. au titre de la loi N°16-09 du 03 août 2016, relative à la promotion de l'investissement<sup>479</sup>. Cette loi couvre aussi bien les investissements nationaux qu'étrangers. Cependant, elle s'applique uniquement pour les activités relatives à la production de biens et de services, en revanche, l'activité de revente en l'état, en est exclue.

## **2-5 L'environnement Du Marché :**

Pendant les années 90, l'Algérie avait engagé un processus de libéralisation du commerce extérieur et d'ouverture de l'économie du pays. Ce dernier s'est consolidé, suite à la signature d'accords internationaux dans les années 2000.

Dans cette ère de libéralisation de l'économie, et suivant le régime de protection des marques et de la propriété industrielle et intellectuelle, selon l'ordonnance n°66-57 du 19 mars 1966 relative aux marques de fabrique et de commerce, l'ordonnance n°66-86 du 28 avril 1966 portant sur les dessins et modèles, et l'ordonnance n°75-65 du 16 juillet 1976 relative aux appellations d'origine, l'Algérie a tenté de moderniser son commerce et de lutter contre l'économie informelle à travers de multiples manières. La franchise représente l'une d'entre elles.

La franchise est encouragée par une demande latente du consommateur algérien. Cette forme de commerce organisé, permet une meilleure traçabilité du produit importé (qualité à des prix justifiés), garantie par la présence d'une offre homogène. Cette offre dupliquée en franchise constitue une réplique salutaire au marché informel et un rempart contre la contrefaçon. Elle contribue également à procurer une image positive de l'ouverture économique du pays. De plus, elle possède l'avantage de rendre disponible sur le marché national les produits convoités, réduisant ainsi la propension du consommateur à s'approvisionner à l'étranger<sup>480</sup>. Suite aux mesures prises dans les années 2000, l'Algérie a connu l'arrivée de plusieurs franchises internationales, ainsi qu'une importante circulation de produits contrefaits, qu'ils soient locaux ou importés. Selon un rapport effectué par le ministère du commerce en 2005, *« plus de 40 % des produits contrefaits sont produits localement, 41% sont des produits d'importation et 18% de ces produits d'importation ne sont pas identifiés. L'origine des*

---

<sup>479</sup> Loi n°16-09 du 3 août 2016, relative à la promotion de l'investissement. Journal officiel N°46.

<sup>480</sup> Cercle d'action et de réflexion autour de l'entreprise « CARE», note de concept « la franchise en Algérie ; diagnostic et recommandations », février 2007.

*produits contrefaits est à 53% asiatique (41% d'origine chinoise), européenne (39%) et proche et moyen orient (8% de Syrie, d'Egypte, de Dubaï...) »<sup>481</sup>.*

Le nom de la marque de fabrique, de prestation de service ou encore de distribution, représente un élément constitutif de la franchise. De ce fait, un environnement non favorable à la protection de la propriété industrielle ou intellectuelle, constitue un handicap pour le développement de cette pratique et ne suscite pas l'intérêt potentiel du franchiseur. De plus, dans le cas d'une contrefaçon, la législation algérienne en vigueur, impose à la partie lésée par cette fraude (le franchiseur), d'assigner le contrefacteur auprès des juridictions compétentes. Cette situation a généré de nombreux effets néfastes, particulièrement sur la production nationale, et l'attractivité du pays pour l'investissement étranger. Toutefois, dans le cadre des négociations avec l'Union Européenne et l'OMC, l'Etat algérien a mis en place des mesures sérieuses afin de remédier à ce phénomène de fraude.

## **2-6 L'environnement Urbanistique :**

Depuis longtemps, le paysage urbanistique commercial en Algérie s'est caractérisé par une forte disparité, une insuffisance de pôles d'attraction commerciale, ainsi qu'une offre foncière insuffisante créatrice de coûts d'accès inflationnistes<sup>482</sup>. S'ajoutant à cela, le problème relatif à la politique des baux commerciaux, qui représente selon Benmiloud (2015), un frein à la création et au développement des entreprises quelle que soit l'activité, industrielle, de service ou commerciale<sup>483</sup>.

L'abandon du bail 3-6-9 au profit de la libéralisation contractuelle des parties contractantes, représente un réel facteur de risque pour le franchisé, mettant en cause l'existence de fonds de commerce, empêchant ainsi l'acquisition de nantissement par les banques et ralentissant les décisions de financement de ces activités<sup>484</sup>.

Actuellement, la situation de l'environnement urbanistique a connu une importante évolution avec l'implantation de plusieurs enseignes internationales, contribuant ainsi à améliorer et à développer la pratique du franchisage.

---

<sup>481</sup> Bulletin de la mission économique française (13 mai 2005), « Contrefaçon en Algérie »

<sup>482</sup> Nègre Claude « La franchise en Algérie : diagnostic et recommandations », Colloque CARE, SFI, AFDB du 7 janvier 2007 à Alger.

<sup>483</sup> Benmiloud Hind, « L'Etat doit réguler le bail commercial et mettre fin au dictat des propriétaires », 2015. Document non publié.

<sup>484</sup> Claude NEGRE « La franchise En Algérie : diagnostic et recommandations », colloque CARE, février 2007.

## 2-7 L'environnement Culturelle relatif à la franchise :

La technologie de la franchise, n'étant pas diffusée ni médiatisée en Algérie, était pendant longtemps, soit méconnue ou encore perçu comme étant une machine à importer et / ou à faire fuir les capitaux. Ainsi, cette pratique est restée sous l'emprise des facteurs sociaux et culturels, et caractérisée par une expérience modeste en termes d'ingénierie et de management.

Toutefois, l'implantation de plusieurs enseignes étrangères dans le pays, ont contribué à vulgariser les principes de cette pratique. Ainsi, en 2006, quelques initiatives ont été prises par les pouvoirs publics algériens, afin d'encadrer cette activités par des textes réglementaires spécifiques contribuant à la faire développer. Cependant, ces initiatives n'ont pas aboutis à cette date.

Ensuite, presque 10 ans plus tard en 2015/2016, la chambre algérienne du commerce et d'industrie (CACI) en collaboration avec le programme de développement du droit commercial (CLDP) du département du commerce des Etats Unis, dans le cadre de l'initiative américaine dite de partenariat pour la région du Grand Moyen Orient et l'Afrique du nord (MEPI), conjointement avec le ministère du commerce, le ministère des finances, le ministère de l'industrie et la banque d'Algérie, ont engagé une réflexion sur l'implantation et l'encadrement de la franchise dans le pays.

Baudry (1999) définit l'environnement institutionnel comme étant l'ensemble des règles politiques, sociales et juridiques servant de support à la production, à l'échange et à la distribution<sup>485</sup>. En règle générale, l'environnement institutionnel lié à la franchise contribue à mieux comprendre l'implantation, ou le recul d'un réseau de franchise dans un pays donné<sup>486</sup>. De ce qui a été cité auparavant, l'environnement institutionnel avait, jusqu'ici, contribué au retard de cette pratique dans le contexte algérien.

Le tableau ci-dessous résume la situation de la franchise par rapport à son environnement institutionnelle et juridique :

---

<sup>485</sup>Baudry Bernard, « L'apport de la théorie des organisations à la conception néoinstitutionnelle de la firme : une relecture des travaux de O.E. Williamson », Revue économique, vol 50, N° 1, 1999, pages 45-69.

<sup>486</sup> Chanut Odile, Gharbi Nadjoua, « L'environnement institutionnel comme facteur explicatif du développement de la franchise : comparaison entre le Maroc, l'Algérie et la Tunisie », communication lors du 14e colloque Etienne Thil, le 22 et 23 septembre 2011, Roubaix au sein des archives nationales du monde du travail – France.



**Tableau 6 : Synthèse sur l'environnement institutionnel et juridique relatifs à la franchise:**

| <b>Risque pays</b>   | <b>Contexte algérien</b>   |
|--|--|
| <p>Classement Global Retail Development Index 2016 « indice mondial du développement de la vente au détail »</p> | <p>L'Algérie occupait en 2016 la 18<sup>ème</sup> place au lieu de la 21<sup>ème</sup> place dans le classement de 2010. Présentant ainsi une volonté d'attirer les enseignes internationales dans le pays.</p> <p>Ses atouts consistent en une population nombreuse, l'un des taux de PIB par habitant les plus élevés d'Afrique et une saturation insuffisante du marché de détail. Mais il y a des risques.<sup>487</sup></p>   |
| <p>Mouvement des capitaux et transfert de droits d'entrée et redevances à l'étranger</p>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une volonté des pouvoirs publics à encourager l'investissement, notamment l'investissement étranger.</li> <li>- Financement des investissements uniquement en dinars (non convertible).</li> <li>- Transfert de capitaux strictement encadré (interdiction de versement de redevances, uniquement dans le cadre des opérations de production ou de prestation de service).</li> </ul>   |
| <b>Existence de structures modernes de commerce</b>  | <b>Contexte algérien</b>   |
| <p>L'évolution du cadre juridique régissant le commerce et l'investissement en Algérie</p>                       | <p>Dans le cadre de l'encouragement de l'investissement dans le pays, plusieurs mesures ont été prises par les pouvoirs publics Algériens à travers les dispositions des lois de finances (LF2014 et LF2015).</p> <p>L'accord d'avantages fiscaux et les bonifications du taux d'intérêt bancaire. ainsi que les exonérations des droits de douanes et de TVA.</p> <p>Toutefois, ces avantages ne sont pas applicables aux investissements liés aux opérations commerciales.</p> |

<sup>487</sup> Indice Mondial Du Développement De La Vente Au Détail – 2016. ChartsBin.com, <http://chartsbin.com/view/41753>. Consulté le 3/09/2019.

|  |  |
|--|--|
| <p>La position des pouvoirs publics pour la modernisation du commerce/la franchise</p> | <p>Prise de conscience récente de l'intérêt de la franchise pour l'économie algérienne (à partir de 2015). D'où la proposition du ministère du commerce à mettre en place un groupe de travail interministériel (ministère du commerce, ministère des finances, ministère de l'industrie et la banque d'Algérie) en date du 17 novembre 2016, dans le but d'engager une réflexion sur l'encadrement de la franchise en Algérie, ainsi que de régulariser cette pratique par un texte législatif.</p> |
| <p>Part de marché de la grande distribution (franchise en particulier)</p>             | <p>Faible jusqu'à la, mais gagne en importance ces dernières années. Toutefois, l'économie algérienne reste fortement dominée par une économie informelle.</p>   |
| <p>Indice de performance logistique</p>  | <p>L'Algérie occupait en 2018 la 107<sup>ème</sup> place dans le classement mondial avec un score de 2.56 (Aggregate LPI ranking and scores, 2012–18)<sup>488</sup>.</p>   |
| <p>Statistiques sur la franchise</p>   | <p>Données chiffrées pratiquement inexistante</p>  |
| <p>Immobilier commercial</p>   | <p>La politique des baux commerciaux représente un frein à la création et au développement des entreprises quelle que soit l'activité, industrielle, de service ou commerciale<sup>489</sup>.</p>  |

<sup>488</sup>Connecting To Compete 2018, Trade Logistics In The Global Economy, "The Logistics Performance Index And Its Indicators", <http://www.cerl.fr/wp-content/uploads/2018/09/LPI2018.pdf>. Consulté le 17/10/2019.

<sup>489</sup>Benmiloud Hind, « L'Etat doit réguler le bail commercial et mettre fin au dictat des propriétaires ». 2015. Document non publié.

| Législations et institutions de la franchise       | Contexte algérien  |
|--|--|
| Réglementation relative à la franchise             | <p>Jusqu'au jour d'aujourd'hui, il n'existe aucune législation spécifique à la franchise. même si depuis 2016 il y'a une réel volonté des pouvoirs publics à réguler la situation de la franchise, ainsi que de revoir la loi datant de 2008 et la réglementation relative aux changes et au commerce extérieur.</p> <p>Toutefois cette pratique est régie essentiellement par les dispositifs relatifs à la concurrence, au code de commerce, et aux pratiques commerciales.</p> <p>L'initiative de création d'une Association de la franchise en 2006.</p> |
| Comportement des banques vis-à-vis de la franchise | <p>La banque d'Algérie n'autorise toujours pas le transfert de royalties sauf pour les franchises industrielles ou les franchises de services.</p> <p>Les banques primaires peuvent financer les entreprises franchisantes en dinars sans leurs accorder aucune particularité.</p>   |

*Source : inspiré de Gharbi Najoua et Chanut Odile (2011), « l'environnement institutionnel comme facteur explicatif du développement de la franchise : comparaison entre le Maroc, l'Algérie et la Tunisie » et actualisé par nos soins*

### 3- L'Analyse SWOT :

Afin de traiter la question du niveau d'adéquation du système de la franchise, aux variables environnementales, dans le contexte algérien. Un groupe de travail à réaliser une étude en se basant sur le modèle d'analyse SWOT, présentant les interactions (contraintes et avantages) de cette pratique, dans une approche prospective (5 ans en général). Dans le but, de proposer aux décideurs, des plans d'action à emprunter pour développer et encourager la franchise. (Tableau 7). En plus de l'analyse SWOT, le groupe de travail à apporter son diagnostic concernant la réceptivité de la franchise en Algérie. Mais la situation de la franchise à beaucoup évoluée depuis l'étude réalisée en 2007, (Tableau 8)<sup>490</sup>.




<sup>490</sup> Nègre Claude. « La franchise en Algérie: diagnostic et recommandations », colloque CARE, février 2007.

**Tableau 7 : Analyse SWOT du secteur de la franchise en Algérie :**

,

| Facteur de développement de la pratique de la franchise | Opportunités    |                 |                      |                  | Menaces et barrières |                      |               |                  |                  |                   |
|---|-----------------|-----------------|----------------------|------------------|----------------------|----------------------|---------------|------------------|------------------|-------------------|
|   | Demande latente | Volonté acteurs | Financement bancaire | Secteurs émiétés | Marché informel      | Urbanisme commercial | Accès foncier | Baux commerciaux | Contrôle changes | Culture franchise |
| <b>Avantages</b>  | +               |                 |                      |                  | +                    |                      |               |                  |                  |                   |
| capitalisation sur une enseigne                         |                 |                 |                      |                  |                      |                      |               |                  |                  |                   |
| Développement spatiale rapide d'un réseau               |                 |                 | +                    | +                | +                    |                      |               |                  |                  |                   |
| Moyen de financement privilégié                         |                 |                 | +                    |                  | +                    |                      |               |                  |                  |                   |
| Puissance d'achat amont                                 | +               |                 |                      | +                | +                    |                      |               |                  |                  |                   |
| Contrôle contractuel des savoir-faire                   |                 |                 |                      |                  |                      |                      |               |                  |                  |                   |
| Offre commerciale homogène                              | +               |                 |                      | +                | +                    |                      |               |                  |                  | -                 |
| Autofinancement de la communication                     | +               |                 |                      |                  |                      |                      |               |                  |                  | -                 |
| Rentabilité des capitaux investis                       | +               | +               | +                    |                  |                      |                      |               |                  |                  | -                 |
| <b>EXIGENCES</b>  |                 |                 |                      | +                |                      |                      |               |                  |                  |                   |
| Expérimentation et formalisation du concept             |                 |                 |                      |                  |                      |                      |               |                  |                  |                   |
| Qualité des emplacements commerciaux                    |                 |                 |                      |                  |                      |                      |               |                  |                  |                   |
| Obligation de formation initiale et continue            |                 | +               | +                    |                  |                      |                      |               |                  |                  | -                 |
| Respect des standards de savoir-faire                   |                 | +               | +                    |                  |                      |                      |               |                  |                  | -                 |
| Redevances de marque, savoir-faire et assistance        |                 |                 |                      |                  |                      |                      |               |                  | -                |                   |
| Achats référencés auprès du franchiseur                 |                 |                 |                      |                  |                      |                      |               |                  |                  | -                 |
| Cohésion des membres du réseau                          |                 |                 |                      |                  |                      |                      |               |                  |                  | -                 |

**Tableau 8 : Diagnostic de réceptivité de la franchise en Algérie:**

| Dimension environnementale                      | Très défavorable   | Défavorable   | Incertain   | Favorable   | très favorable |
|---|--|---|-------------|-------------|----------------|
| <b>Environnement de marché</b>                  |  |   |             | *           |                |
| <b>Environnement urbanistique et foncier</b>    |  | * (2007)     | (2018)<br>* |             |                |
| <b>Environnement réglementaire et juridique</b> |  |   |             |             |                |
| Baux commerciaux                                |  |   | *           |             |                |
| Contrôle des changes                            | * (2007)  | (2018)<br>*   |             |             |                |
| Déontologie versus loi                          |  |   |             | *           |                |
| <b>Environnement financier</b>                  |  |   |             | *           |                |
| <b>Environnement culturel</b>                   |  | * (2007)  |             | (2018)<br>* |                |

Source : inspiré de Nègre Claude (2007), « La franchise en Algérie : diagnostic et recommandations » et actualisé pas nos soins.

Il existe aujourd’hui, de nombreux facteurs favorables au développement et au succès de la franchise en Algérie. Toutefois, plusieurs d’entre eux sont compromis par des barrières et menaces d’environnement. Il est possible de citer, l’accès au foncier, le contrôle des changes, le manque de culture en technologie de la franchise et l’urbanisme commercial, comme il est constaté dans les tableaux ci-dessus.

#### 4- Les avantages liés à la franchise :

Sur le plan micro-économique, la franchise permet aux opérateurs économiques de bénéficier de la notoriété de la marque, du transfert du savoir-faire, d’une assistance technique et d’un modèle économique éprouvé. Pour ces raisons, la franchise représente, pour les investisseurs, le moyen le plus adapté pour développer leurs investissements. La duplication d’un concept en franchise assure un risque bien calculé et souvent minime.

Sur un plan macro-économique, l'étude réalisée par le Ministère du commerce, dans le but de vulgariser cette pratique et de sensibiliser les opérateurs économiques à son égard, a permis de constater la multitude d'avantages qu'offre la franchise :

**4-1 la création des petites et moyennes entreprises, engendrant ainsi, la création d'emplois directs, indirects et de la richesse :**

La loi n° 17-02 du 10 janvier 2017 portant loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME), s'inscrit dans le cadre du soutien à la promotion de la PME. Elle stipule que l'Etat a pour objectif d'améliorer l'environnement de la PME afin de permettre son émergence, d'encourager la culture entrepreneuriale, d'améliorer le taux d'intégration nationale, et de promouvoir toute forme de sous-traitances, dans le but de donner un nouvel essor à la croissance économique du pays. De plus, ces dernières années, quelques projets de franchise tels que l'enseigne « Pano Boutique spécialisée dans publicité adhésive et signalétique », ont également bénéficiées de l'aide de l'Etat à travers les dispositifs ANSEJ et CNAC, dans le but de créer de l'emploi.

La franchise représente l'une des formes les plus fiables et les plus demandées, dans la création des petites et moyennes entreprises, puisqu'elle consiste à dupliquer un concept qui a généralement déjà fait ces preuves. A cet effet, le cercle d'action et de réflexion autour de l'entreprise (CARE) et Ubifrance, estiment que si le développement de la franchise en Algérie atteignait un niveau similaire à celui atteint au Maroc, en Tunisie, en Egypte ou en Turquie, des milliers d'emplois directs et indirects pourraient être créés en Algérie. En plus, des ressources additionnelles en devises que la franchise générera, contribuant ainsi à l'augmentation du PIB.

A cet effet, « *la franchise est un gisement de transparence, traçabilité du produit et des flux financiers et un gage de qualité du produit ou du service* ». A condition que les conditions favorables au développement de cette pratique, soient mises à disposition des opérateurs économiques (dans le secteur de la distribution, des services ou bien de l'industrialisation).<sup>491</sup>.

---

<sup>491</sup> Le CARE et UBIFRANCE, « la franchise en Algérie Les clés d'un partenariat », séminaire tenu à Alger en mai 2012.

#### **4-2 le transfert de technologie et de savoir-faire; permettant l'adoption de standards internationaux en matière de production, de normes de distribution et de prestation de service :**

Dans une ère de globalisation, et avec la volonté des pouvoirs publics à diversifier l'économie du pays, et a limité les importations destinées à la revente en l'état dans le but de rétablir l'équilibre de la balance des paiements<sup>492</sup>, l'Etat s'est orienté vers le principe du « faire-faire » basé sur l'innovation, le transfert de technologies et de connaissances, au lieu de recourir aux politiques traditionnelles favorisant l'importation des produits et services, produits par les autres.

Pour Djeflat (2012) l'unique moyen d'avancer en Algérie, est celui de privilégier l'innovation et l'économie du savoir<sup>493</sup>.

A cet effet, le centre des sociétés transnationales des Nations Unies estime que , la franchise représente l'une des formes de coentreprise, qui permet la transmission de la technologie, de la connaissance et du savoir-faire international<sup>494</sup>, permettant ainsi, aux pays d'accueil d'acquérir de nouvelles technologies et d'être aux normes et standards internationaux, tout en réduisant le risque économique et politique souvent lié à l'IDE (investissement direct étranger)<sup>495</sup>. De plus, l'assistance technique et le transfert de connaissance dont bénéficie la pratique de la franchise, contribuent également à la mise à niveau du capital humain et l'amélioration de l'environnement des affaires.

#### **4-3 La lutte contre la contrefaçon et le marché informel, par le respect des principes de la protection de la propriété intellectuelle et industrielle :**

La diversification des échanges internationaux, dus aux effets de la mondialisation, a contribué en grande partie aux actes de fraude et de la contrefaçon dans le monde. Ainsi, selon le rapport publié en avril 2016 par de l'OCDE et de l'office de l'union européenne pour la propriété intellectuelle « EUIPO », les importations de produits contrefaits s'élèvent à près

---

<sup>492</sup> Article 116, loi N° 17-11 du 27 décembre 2017 portant loi de finances pour 2018, Journal officiel N° 76.

<sup>493</sup> Djeflat Abdelkader, « *L'Algérie*, du transfert de technologie a l'économie du savoir et de l'innovation : trajectoire et perspectives », Les cahiers du CREAD n°100-2012.

<sup>494</sup> United Nations centre on transitional corporations, (1987), "Transnational Corporations and Technology Transfer: Effects and Policy Issues", Nations Unies, New York.

<sup>495</sup> Enayati Saeedé. « *Coopération industrielle et transfert de technologie : cas de l'Iran* ». Thèse de doctorat en économie et finances. Université Nice Sophia Antipolis, France, 2016.



de 500 milliards USD par an, soit environ 2,5 % des importations mondiales. Selon le même rapport, la contrefaçon concerne tous types de produits, (produits cosmétiques, textiles, pièces de machines et produits chimiques, équipements et pièces détachées automobiles, les produits numériques défectueux, médicaments aux effets néfastes et instruments médicaux donnant des mesures erronées). La contrefaçon a même touchée les produits agroalimentaires et bien d'autres<sup>496</sup>.

L'Algérie n'a pas échappé à ce phénomène de contrefaçon, d'autant plus que c'est un pays très dépendant à l'importation. Selon le rapport de « office of the United States trade representative », l'Algérie fait partie des pays placés sous surveillance par les États-Unis, du fait de leurs activités de contrefaçon<sup>497</sup>. De plus, selon l'étude réalisée par l'institut de recherche en propriété intellectuelle Henri-Desbois « IRPI » en 2009, « *Un tiers des produits vendus en Algérie – sur des marchés officiels ou des marchés « informels » – seraient contrefaisants, qu'il s'agisse de produits alimentaires, de pièces détachées automobiles, de produits cosmétiques, de disques compacts, de logiciels, de médicaments, de vêtements ou chaussures, et, dans une large mesure, des articles ménagers* »<sup>498</sup>. A cet effet, des mesures sont prises par l'Etat, prévus dans l'article 22 du code des douanes relatif à l'importation des marchandises contrefaites dont l'arrêté du 15 juillet 2002, détermine les modalités d'application.

D'après le guide du franchisage de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), la relation de franchise se caractérise, en règle générale, par l'octroi d'une licence d'utilisation du système, en contrepartie d'une rémunération convenue, d'une relation interactive continue, impliquant une multiplicité de ventes de produits franchisés, d'offres de services franchisés ou bien d'un savoir technique essentiel à la production, sur une certaine période. Cette pratique, ce caractérise également par le droit du franchiseur à prescrire au franchisé le mode d'exploitation de l'entreprise ainsi que les règles nécessaires à son développement<sup>499</sup>. Ainsi, cette pratique se basant sur le principe de licence, qui représente un

---

<sup>496</sup> OCDE, « Les échanges mondiaux de produits contrefaits s'élèvent à près de 500 milliards USD par an - OCDE & EUIPO ». <https://www.oecd.org/fr/industrie/les-echanges-mondiaux-de-produits-contrefaits-s-elevent-apres-de-500-milliards-usd-par-an.htm>. Consulté le 18/09/2019.

<sup>497</sup>Office of the United States Representative. "Special 301 report".2008.

<https://ustr.gov/sites/default/files/2008%20Special%20301%20Report.pdf>.

<sup>498</sup> IRPI Institut De Recherche En Propriété Intellectuelle Henri-Desbois , « La Propriété Intellectuelle En Algérie : Une Protection À L'épreuve De La Réalité », 6 avril 2009.

<sup>499</sup>Bouhnik Amor, « créer et développer une marque en Algérie ». Manuel de développement de la propriété intellectuelle : Initiation aux marques pour les petites et moyennes entreprises Adapté pour l'Algérie. N°1 média One Algérie, janvier 2005.

signe distinctif du produit ou services sur le marché, est accompagnée nécessairement par un certificat d'enregistrement. Ce dernier permet de protéger son authenticité. Sur la base des critères cités ci-dessus, la franchise contribue à cet effet, à réduire le fléau de la contrefaçon.

## **Section 2 : La production nationale selon les principes du franchisage « cas du secteur textile et habillement**

### **1-Aperçu sur l'évolution du secteur textile et habillement en Algérie avant 2001:**

Le secteur textile et habillement figure depuis l'indépendance de l'Algérie, comme un des créneaux potentiels au développement. Il est considéré comme étant stratégique, créateur de richesses, porteur d'avenir et pourvoyeur d'emplois et d'activités économiques clés pour le maintien des équilibres socio-économiques. Les avantages qu'offre le secteur du textile et habillement (TH), en Algérie, sont liés à ses atouts concurrentiels au niveau international, notamment les coûts de production, de transport et d'énergie estimés comme compétitifs parfois même attractifs, d'une main d'œuvre apprêtée et un important marché intérieur de près de 44 millions de consommateurs, en plus de sa position géographique et sa proximité des marchés européens<sup>500</sup>. Toutefois, la volonté de l'Etat n'a pas toujours connu le succès et le résultat attendu.

Avant 1964, les preneurs de décisions algériens avaient montré une hésitation à propos des orientations de leur industrie. Toutefois, ces derniers se sont orientés vers le réinvestissement et le redéveloppement des industries traditionnelles préalablement mises en arrêt, notamment l'industrie textile, qui était l'une des premières industries implantées en Algérie au lendemain de l'indépendance, (fournissant à cette époque 3000 emplois).

De fait, le secteur textile et habillement a connu un grand essor dans le pays durant les années 1960 et 1970. Il convient de relever que l'Algérie a connu, entre 1961 et 1967, un taux d'accroissement élevé en terme d'exportation textile vers les pays européens notamment la France et l'Italie estimé à 4,6 millions de dollars, lui permettant d'occuper la deuxième place dans le classement des pays africains exportateurs de produits textiles avant le Maroc avec (2,5 millions de dollars) et la Tunisie (1,9 millions de dollars)<sup>501</sup>. Etant donné ce mouvement du commerce extérieur à cette époque, l'Etat a mis en place des instruments de contrôle comme le groupement professionnel d'achat créé après 1964, regroupant les entreprises de

---

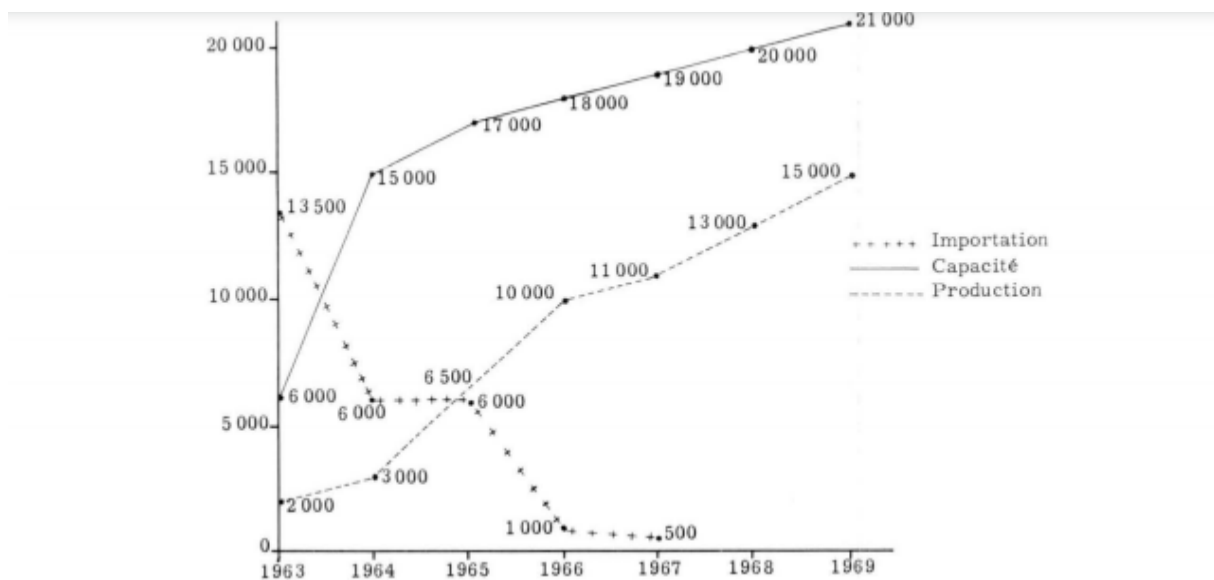
<sup>500</sup>Limantour Jean-François. « Textile et habillement : L'Algérie pourrait atteindre 2 milliards d'euros d'exportation à l'horizon 2022 ». Revue de presse, Evalliance, N°49, 2017.

<sup>501</sup>Commission Des Communautés Européennes. « III<sup>me</sup> Partie -Les possibilités de créer des industries textiles d'exportation dans les EAMA ». L'industrialisation textile d'exportation des Etats africains et Malgache associés. tome 1. Rapport du bureau Berenschot –Bosboom. Mars 1973. P 6.

l'Etat et celles du secteur privé national, couvrant les opérations de commerce extérieur particulièrement les produits textiles le GADIT « Groupement d'Achat Des Industries Textiles ».

L'étude réalisée sur les économies Maghrébines en 1969<sup>502</sup>, avait montré que les importations algériennes et particulièrement celles du textile, avaient connu durant la période 1963 – 1969 une timide amorce d'évolution. En revanche, la production nationale dans le secteur textile avait connu une bonne évolution durant la même période, comme il est démontré dans le graphique ci-dessous.

**Graphique 2: Production des industries textiles en 1000 m<sup>2</sup>**



*Source : Destanne De Bernis Gerard, L'économie algérienne depuis d'indépendance, Etudes sur les économies maghrébines, 1969. P32.*

Amani (1984), quant a lui, avait montré dans ses travaux que durant l'année 1969, les importations algériennes en terme de produits textiles y compris (les textiles synthétiques et artificiels discontinus, textiles synthétiques et artificiels continus, coton et vêtements en tissus), avaient atteint près de 12% du total des importations. Ces importations de produits

<sup>502</sup>Destanne De Bernis Gerard, « L'économie algérienne depuis d'indépendance ». Etudes sur les économies maghrébines, 1969, pages 13-40.

textiles étaient relativement élevées en début de la période cumulée entre 1969 et 1978, et représentaient en moyenne 4,6% du total des importations<sup>503</sup>.

Ainsi, l'industrie textile et habillement particulièrement dans le secteur public a connu depuis l'indépendance des fluctuations en ce qui concerne son évolution et son développement. Toutefois, la volonté de l'Etat à faire développer ce secteur a été exprimée par plusieurs mesures prises en ce sens, notamment par la création de la première société nationale de confection SONAC selon le décret n°64-272 du 3 septembre 1964 portant création, organisation et approuvant les statuts de la société nationale de confection<sup>504</sup>. Cette dernière devient plus tard, société nationale des industries textiles SONITEX suivant l'ordonnance n°66-218 du 22 juillet 1966 portant création de la société nationale des industries textiles<sup>505</sup>, complétée par l'ordonnance n°72-47 du 3 octobre 1972 portant dissolution de la société nationale de confection (SONAC) et transfert de son patrimoine à la société nationale des industries textiles (SONITEX)<sup>506</sup>, qui avait sous sa tutelle 43 unités de production exerçant dans différentes filières technologiques (la laine « ELATEX », le coton « COTITEX », la soie « SOITEX », la confection « ECOTEX », les textiles industriels « INDITEX » et la distribution « DISTRITEX »).

Les mesures prise par l'Etat afin de développer ce secteur sont alors apparues dans les premiers plans de développement, « le plan triennal », mais également dans les deux « plans quadriennaux 1967-1977 ». Les investissements alloués à l'industrie textile après la mise en place du premier plan quadriennal étaient estimés à 515 millions de DA soit 5% du total des investissements. Le second plan quadriennal a permis un investissement de 1420 millions de DA pour l'industrie textile soit 3% du total des investissements<sup>507</sup>. Il est important de souligner qu'au cours des deux plans quadriennaux, l'industrie textile n'avait pas réussi à réaliser d'important résultats lui permettant, de répondre à la demande du marché intérieur et de réaliser l'indépendance souhaité vis-à-vis de l'étranger, notamment, avec l'échec de

---

<sup>503</sup> Amani Nasser, « Le commerce extérieur de l'Algérie de 1969 à 1978 », Les cahiers de l'analyse des données, vol 9, N° 3, 1984, pages 315-334.

<sup>504</sup> Le décret n°64-272 du 3 septembre 1964 portant création, organisation et approuvant les statuts de la société nationale de confection. Journal officiel N°74. Vendredi 11 septembre 1964.

<sup>505</sup> L'ordonnance n°66-218 du 22 juillet 1966 portant création de la société nationale des industries textiles. Journal officiel N°66. Mardi 2 Aout 1966.

<sup>506</sup> L'ordonnance n°72-47 du 3 octobre 1972 portant dissolution de la société nationale de confection (SONAC) et transfert de son patrimoine à la société nationale des industries textiles (SONITEX). Journal officiel N°96. Vendredi 1 décembre 1972.

<sup>507</sup> جمال الدين لعويصات. التنمية الصناعية في الجزائر. 1986. ذكر في مخضار سليم. دراسة تحليلية لتنافسية القطاع الصناعي في الجزائر مقارنة ببعض الدول العربية. لنيل شهادة الدكتوراه. جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان. 2017-2018. ص108.

réalisation des taux de croissances visés et attendues dans le secteur de l'industrie textile et cuir qui étaient estimés à 10.8% au lieu de 15.8% durant la période (1970- 1973), et 0.1% au lieu de 14.2% durant la période (1974-1977)<sup>508</sup>.

Les raisons explicatives de cet échec sont particulièrement dues à la stratégie de croissance déséquilibrée poursuivie par les autorités en se concentrant sur le développement des industries lourdes et en négligeant les industries légères capables de répondre aux besoins fondamentaux des citoyens, d'atteindre l'autosuffisance et de fournir des devises, en plus de l'incapacité de la main-d'œuvre locale à contrôler les technologies importées. Ce qui a conduit à une faible productivité de la main-d'œuvre et à une mauvaise optimisation des capacités de production des usines.

La production industrielle, durant la période 1980-1990, a connu un développement et des niveaux de croissance variables d'un secteur à un autre. Ainsi, la production textile en cette période a enregistré une croissance moyenne estimée à 7.7% du totale de la production industrielle, lui permettant d'occuper la 4<sup>ème</sup> place (sur 10 secteurs de production nationale), après la production de chimie et caoutchouc avec un taux de 10.5%, la production d'énergie et eau avec 9.4%, et la production du bois et du papier avec 8%<sup>509</sup>.

Toutefois, les échecs résultant de l'effondrement des prix du pétrole en 1986 (la principale source de fonds utilisés pour les investissements), de la faille des politiques de développement et de l'apport d'intrants de l'étranger, ont fortement secoué le secteur textile et habillement, notamment par rapport à sa forte dépendance de l'extérieur impliquant des ruptures de stocks. Ce secteur a également été touché par la faiblesse des prêts bancaires. De ce fait, ce dernier a connu des échecs graves et successifs, qui menaçaient la disparition de l'industrie textile et habillement dans son ensemble, conduisant le pays à une grande dépendance à l'égard des importations de matières textiles de toutes natures et ce, malgré le fait que l'industrie textile algérienne possédait et encore aujourd'hui de nombreux avantages compétitifs, similaires aux pays voisins, dont une baisse du coût de la main d'œuvre, un marché local important et la proximité des principaux marchés de consommation.

Suite à la situation financière difficile qu'avait vécue le pays durant cette période, plusieurs réformes ont été introduites. La première réforme est apparue en 1988 et consistait à la

---

<sup>508</sup>Rachid Boudjema, « Economie du développement de l'Algérie 1962-2010 », volume 1, Dar Khaldounia, Alger, 2011, p 123.

<sup>509</sup>مخضار سليم. دراسة تحليلية لتنافسية القطاع الصناعي في الجزائر مقارنة ببعض الدول العربية. لنيل شهادة الدكتوراه. جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان. 2017-2018. ص129

transformation des entreprises textiles publiques, comme les autres institutions économiques publiques, en une personne morale, soumise aux règles du droit commercial, et prenant la forme de sociétés par actions.

Ces sociétés ou entreprises ont, également, obtenu leur indépendance conformément à la loi n° 88-01 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques relative à la direction des institutions publiques, qui leur a donné la liberté d'initier et de prendre des décisions leur permettant d'en faire un usage optimal.

La loi n° 88-03 du 12 janvier 1988 relative aux fonds de participation, a permis à ces entreprises soumises auparavant aux instructions administratives du ministère tuteur, qui est le ministère des industries légères, de se lier au fond de participation des industries diverses. Cette loi avait pour objectif de permettre à ces entreprises et notamment les entreprises exerçant dans le secteur du textile et habillement d'acquérir une liberté de prise de décisions, méconnue dans le passé.

L'entreprise algérienne avait également bénéficié d'autres réformes telles que la libéralisation des prix conformément à la loi 89-12 relative aux prix<sup>510</sup>, qui représentait à cette époque, une initiative introductive du droit de la concurrence en Algérie. Toutes ces réformes successives n'ont pas profité au secteur du textile et de l'habillement et ne l'ont pas aidé à se développer et à devenir capable de créer de la richesse. Ainsi, pour plusieurs années ce secteur a continué à se plaindre d'une mauvaise gestion et à perdre petit à petit ses parts du marché algérien après avoir bénéficié d'un monopole quasi absolu dans un temps passé.

Pour remédier à la situation, les fonds de participation créés en 1988, ont été dissous et les établissements du textile et de l'habillement ont été liés à une nouvelle organisation appelée le « Holding company for manufacturing industries », qui est une société holding créée conformément à l'ordonnance n° 95-25 du 25 septembre 1995 relative à la gestion des capitaux marchands de l'État<sup>511</sup>.

Les résultats de l'industrie textile et habillement, notamment dans le secteur public, n'ont pas atteint le niveau souhaité. Cette dernière, a continué à enregistrer des résultats financiers négatifs et le niveau de production a continué dans sa tendance de baisse pendant plusieurs années consécutives. Il a donc été décidé de privatiser les entreprises de textile et

---

<sup>510</sup> Loi n° 89-12 du 5 juillet 1989, relative aux prix. Journal officiel N°29, mercredi 19 juillet 1989.

<sup>511</sup> Ordonnance n° 95-25 du 25 septembre 1995 relative à la gestion des capitaux marchands de l'État. Journal officiel N°55 du 27/9/95.

d'habillement la même année où la société holding a été créée. Cette dernière avait jouissance des droits de propriété sur les entreprises publiques économiques « EPE » qui lui ont été affiliées. L'ordonnance 95-22 stipule explicitement l'inclusion de toutes les entreprises du secteur du textile et de l'habillement dans le processus de privatisation<sup>512</sup>.

Cependant, le processus de privatisation des entreprises du secteur du textile et de l'habillement n'a pas abouti, comme il a été prévu. De fait, le processus de privatisation n'a réellement eu lieu pour aucune entreprise du secteur textile et habillement (à l'exception des petites entreprises locales).

Comme il a été mentionné plus haut, l'industrie textile et habillement dans le secteur public avait connu lors de la période qui s'étale de 1982 à 1998, plusieurs structurations qui se succédaient afin d'aboutir en Août 1999 exprimant la volonté de l'État de permettre une autonomie aux entreprises publiques économiques (EPE), et de réorganiser ce secteur, par la création de 3 complexes industriels, comprenant les établissements du secteur du textile et de l'habillement, à savoir le complexe industriel textile TEXMACO avec 24 unités de production. Ce dernier donne naissance à l'Algérienne des textiles TEXALG SPA, en 2011 et à deux complexes d'habillement W.S.F et Fashion C&H, qui sont restés affiliés à la même société holding dissoute en 2000 et remplacée par Agroman dissoute à son tour en 2001, et remplacée encore une fois par TEXMACO et C&H<sup>513</sup>.

L'industrie textile et habillement (publique et privée) a connu ainsi, une détérioration à partir de 1993-1994 pour atteindre 39% en 1999<sup>514</sup> comme le montre le tableau (9) ci-dessous, notamment par rapport au programme de stabilisation économique. Cette situation a conduit l'Etat à abandonner les EPE qui consommaient de plus en plus de ressources financières, sans faire l'effort de les améliorer ou les soutenir.

---

<sup>512</sup> Ordonnance n° 95-22 du 26 août 1995 relative à la privatisation des entreprises publiques, Journal officiel N° 48 du 1995-09-03.

<sup>513</sup> مرابط سليمان. مالكي سمير. قطاع النسيج و الملابس الجزائرية الواقع و الافاق. المجلة الجزائرية للاقتصاد و الادارة. المجلد 7. العدد 2. 2016. ص 215-223.

<sup>514</sup>O.N.S, Rétrospective statistique 1962-2011. Juin 2013, p 20.



**Tableau 9 : Taux référentiels de la production industrielle nationale « secteur textile et habillement » :**

| Années   | 1990   | 1991   | 1992   | 1993  | 1994  |
|--|--------|--------|--------|-------|-------|
| Taux référentiel de l'industrie textile et habillement % | 105.1% | 102.7% | 102.4% | 95.7% | 82.5% |

| Années   | 1995  | 1996  | 1997  | 1998  | 1999  |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| Taux référentiel de l'industrie textile et habillement % | 73.1% | 53.3% | 48.6% | 48.1% | 39.0% |

Source : O.N.S, *Rétrospective statistique 1962-2011, Juin 2013, p 20.*

Les années 1990, ont été autant difficiles pour l'industrie publique que pour l'industrie privée. Ces dernières ont connu une régression et une contre-performance au regard de la production nationale du pays, estimé à 8.7% en 1990 pour baisser à 4.8% en 2001<sup>515</sup>, voir tableau (10).

**Tableau 10 : Régression de la part du secteur textile dans la production industrielle nationale :**

| En millions de dollars US courants              | 1990        | 2001        |
|---|-------------|-------------|
| Production textile totale                       | 13 294      | 47 427      |
| Production industrielle nationale               | 152 818     | 979 957     |
| Part du textile dans la production industrielle | <b>8.7%</b> | <b>4.8%</b> |

Source : *Chambre algérienne de commerces et de l'industrie. N°43 - 01/03.*

L'Algérie a entamé dès 1995 son programme de privatisation des entreprises publiques, après l'élaboration du programme d'ajustement structurel prévu par l'Etat et appuyé par le FMI et le plan de stabilisation. Le premier programme de privatisation a été engagé en avril 1996 avec l'appui de la Banque mondiale, portant sur 1300 entreprises publiques locales (EPL). En

<sup>515</sup>Mutations : publication trimestrielle éditée par la chambre algérienne de commerces et de l'industrie. N°43 - 01/03.

avril 1998, 827 EPL avaient aussitôt été liquidées et 464 autres vendues à leurs employés. Jusqu'en 2000, l'adoption de ces mesures n'ont eu de conséquences significatives, que sur le plan de l'emploi, avec le licenciement de près de 36 000 employés et la liquidation de près de 1000 entreprises<sup>516</sup>.

L'industrie hors hydrocarbure a été également touchée par ces retombées négatives, avec un taux de chômage estimé à 33% en 1998 et un licenciement de 400 000 de travailleurs du secteur public. L'industrie textile et habillement est certainement l'un des secteurs les plus touchés par l'ajustement structurel prévu par l'Etat dans les années 1990. La contribution de l'investissement productif est estimée durant cette période à environ 7% du PIB, ce qui signifie une quasi-stagnation du secteur industriel largement dominé par le secteur public, et des capacités de production exploité a moins de 50%. Le secteur textile et habillement (public et privé) était certainement l'un des secteurs hors hydrocarbure les plus touché par cet ajustement structurel avec un déficit de + 130% pour l'industrie textile confection. Soit un déficit de 4,5 milliards de DA en 1998.<sup>517</sup>

L'industrie textile et habillement est restée pendant longtemps dominée par le secteur public, et malgré l'importante capacité de production et les investissements réalisés, la forte croissance des besoins de consommation et la concurrence à laquelle été confrontée ce secteur, ce dernier a été entraîné vers un dysfonctionnement dans plusieurs de ses activités pour connaitre à cette époque la plus importante crise de son histoire.

**Tableau 11 : Evolution de la production textile et habillement 1990-2000 :**

| <b>Années</b>   | <b>1990</b>   | <b>1995</b>   | <b>2000</b>   |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Production textile et habillement dans le secteur public                      | 8526          | 13145         | 7895          |
| Production textile et habillement dans le secteur privé                       | 4768          | 6813          | 35615         |
| Total de la production nationale du textile et habillement                    | 13294         | 19958         | 43510         |
| Part du secteur public dans la production nationale de textile et habillement | <b>64.13%</b> | <b>65.86%</b> | <b>18.14%</b> |
| Part du secteur privé dans la production nationale de textile et habillement  | <b>35.86%</b> | <b>34.13%</b> | <b>81.85%</b> |

Source : Mouloud Hedir « l'industrie textile Algérienne face au défi de réouverture: commerciale externe». Revue mutation N°43,01-03, p02. Modifié par nous-même.

<sup>516</sup> OCDE, BAFD, « Perspectives économiques en Afrique. « Algérie ». 2003. P 84.

<sup>517</sup> Antoine Chignier. «Les politiques industrielles de l'Algérie contemporaine, le développement en faillite des relations entre Etat et appareil de production dans une économie en développement». Séminaire Économie nationale du Monde Arabe. Institut d'Etudes Politiques de Lyon. Université LYON 2. 7 septembre 2009.

La production textile et habillement dans le secteur public est resté plutôt stable entre 1990 et 1995, avec un monopole sur l'industrie textile et habillement avec 64.13% en 1990 contre 35.86% pour le secteur privé. L'évolution de la production textile et habillement est resté relativement stable pour les deux secteurs (public et privé) jusqu'en 1995, avec un taux de 65.86% pour le secteur public et 34.13% pour le secteur privé. Toutefois, en l'an 2000, la tendance s'est inversé avec une baisse significative de la production textile et habillement dans le secteur public estimé à 18.14%, particulièrement après l'abandon de l'industrie textile et habillement public par l'Etat après 1994, contre une remontée de la production dans le secteur privé estimée à 81.85%.

La valeur ajoutée de l'industrie privée entre 1995 à 1998, notamment l'industrie textile et habillement a fortement progressé et gagné des parts de marché face au secteur public, après avoir été sinistré pendant plusieurs années. Le secteur public a, sans doute, échoué là où le secteur privé a pu faire des progrès, en dégagant de larges profits et incitant à un environnement concurrentiel. Toutefois, l'émergence du secteur informel avec une contribution de près de 40% du PIB en 1999<sup>518</sup> notamment dans le secteur textile et habillement, a conduit à cet inversement de situation.

## **2- L'industrie textile et habillement entre 2001-2018 :**

Le choix de la période 2001-2018 est pertinent pour cette recherche, du fait que durant cette période, le secteur textile et habillement a connu un envahissement des importations notamment par l'émergence des franchises internationales de textile et habillement. Ces dernières étaient timides jusqu'aux années 2009-2010 pour prendre de plus grandes parts dans le marché algérien quelques années plus tard.

Ces opérations de franchisage internationales ont souvent été considérées comme des opérations d'importation classiques étant donné les contraintes que rencontre cette pratique en Algérie, notamment avec le vide juridique et l'absence d'une réglementation spécifique à cette dernière, en plus de la difficulté, voire même dans certaines situations, l'impossibilité de transférer les royalties au profit du franchiseur étranger (l'entreprise donneuse d'ordre).

---

<sup>518</sup> Antoine Chignier. «Les politiques industrielles de l'Algérie contemporaine, le développement en faillite des relations entre Etat et appareil de production dans une économie en développement». Séminaire Économie nationale du Monde Arabe. Institut d'Etudes Politiques de Lyon. Université LYON 2. 7 septembre 2009.

La destruction de l'industrie textile et habillement avait particulièrement profité aux importateurs, particulièrement après l'application des mesures d'ouverture commerciale, entamées dans les années 1990 et la mauvaise gestion des politiques en faveur de la relance et du développement de l'industrie textile et habillement. A cet effet, à partir des années 2000, le marché algérien de textile et habillement a connu un envahissement par les importations en provenance de Chine, France, UE, et quelques années plus tard, de Turquie, Maroc et Tunisie, notamment par le biais des franchises internationales. Cette situation s'est accentuée depuis l'an 2011, lorsque les importations en textile et habillement ont dépassé la production nationale.

Après les résultats encourageants que l'industrie textile et habillement avait réalisé en 2000, cette dernière a rencontré une nouvelle fois un recule en 2006 en terme de production, particulièrement pour l'industrie publique. Comme il est montré dans le tableau (12).

Avec le nouveau millénaire, l'Algérie est entrée dans une nouvelle ère complètement différente de celle qui était connu auparavant. Cette période c'est caractérisée par la mise en place d'un nouveau système politique, qui s'est accompagné d'une évolution positive des prix du pétrole. De ce fait, L'économie algérienne a eu la possibilité de prendre un nouveau départ, qui prévoyait une vision stratégique complètement différente de ce qu'elle a connu dans les périodes précédentes. Cette nouvelle tendance, a poussé les autorités algériennes à adopter une nouvelle politique de développement, imprégnée de la pensée keynésienne basée sur le renforcement des dépenses publiques d'investissement dans le but d'encourager et de soutenir la production et l'investissement qui stimulent la demande effective, l'équilibre économique et la croissance. Cette nouvelle vision stratégique de développement s'est concrétisée par trois programmes de développement et de soutien à la croissance économique durant la période 2001-2014, qui ont valu aux caisses de l'Etat, une enveloppe d'environ 348 milliards de dollars:

Le programme triennal de soutien à la relance économique (2001-2004) « PSRE », a envisagé le soutien à la diversification économique notamment par l'encouragement de l'industrie algérienne hors hydrocarbure, qui peinait à se développer depuis quelques années. Notamment l'industrie public, qui connaît des difficultés structurelles caractérisées par une faible productivité due à l'abandon de l'outil de production et à la sous-utilisation des capacités réelles de production, en plus, d'une faible compétitivité de la production face à

l'importation, présentant ainsi, une lourde charge pour l'Etat. Le secteur textile et habillement a été l'un des secteurs les plus touchés par cette situation<sup>519</sup>.

Le programme complémentaire de soutien à la relance économique (2005-2009) «PCSR », prévoyait tout particulièrement, l'amélioration des conditions de vie de la population, des infrastructures de base, le soutien au développement rural, à l'agriculture, et des capacités en matière de nouvelles technologies de l'information et de la communication<sup>520</sup>. Toutefois, ce programme n'avait pas pour objectif particulier l'amélioration de l'industrie manufacturière, y compris l'industrie textile et habillement qui continu à faire face aux difficultés rencontrées dans la production qui est largement insuffisante pour répondre aux besoins du marché algérien.

Le programme de consolidation de la croissance économique (2010-2012), et le programme de développement quinquennal 2010-2014, envisageaient la mise en place de près de 150 milliards DA à la promotion de la petite et moyenne entreprise, à travers la réalisation de zones industrielles et la bonification de crédits bancaires pouvant atteindre 300 milliards DA. De plus, ce programme envisageait le soutien à la diversification de la production industrielle, la modernisation des entreprises publiques qui disposent encore localement d'un marché, telle que les entreprises textile et habillement. Ce programme prévoit également de permettre des investissements avec des partenaires étrangers souhaitant exploiter le marché local et bénéficier des contrats liés au programme public d'investissements, en contre partie des ressources financières. Pour ce faire, ce programme a été doté d'une enveloppe de 21 214 milliards DA, soit 286 milliards de dollars<sup>521</sup>.

Cependant, l'objectif de ces programmes de soutien au développement et à la relance économique sur l'activité industrielle a été inférieur au niveau souhaité. Même qu'il a été dans de nombreux cas, plus faible qu'avant le lancement des programmes de développement, notamment dans le cas de l'industrie textile et habillement. A cet effet, le tableau (12) ci-dessous permet d'identifier les taux de croissances relatifs à l'industrie du textile.

---

<sup>519</sup> OCDE, BAFD. « Perspectives économiques en Afrique (Algérie) ». 2003, p 78.

<sup>520</sup> Gouvernement algérien. 2<sup>ème</sup> rapport national sur les objectifs au millénaire pour le développement. « Algérie ». septembre 2010, p 14,15,16.

<sup>521</sup> Communiqué Du Conseil Des Ministres. Programme Dedeveloppementquinquennal2010-2014. P3,15. <http://www.mae.gov.dz/images/sce/programme-quinquenal.pdf>. Consulté le 15/10/2020.

**Tableau 12 : Taux de croissance de l'industrie textile entre 2000-2016 :**

| Années | Taux de croissance de l'industrie textile |
|--------|---|
| 2000   | -14.4                                     |
| 2001   | -14.7                                     |
| 2002   | 3.5                                       |
| 2003   | -2.4                                      |
| 2004   | -14.4                                     |
| 2005   | 0.6                                       |
| 2006   | -14.0                                     |
| 2007   | -15.0                                     |
| 2008   | -1.1                                      |
| 2009   | 1.2                                       |
| 2010   | -10.8                                     |
| 2011   | -13.1                                     |
| 2012   | 1.5                                       |
| 2013   | 0.3                                       |
| 2014   | -0.1                                      |
| 2015   | 2.7                                       |
| 2016   | 0.5                                       |

*Source : Banque d'Algérie. Les rapports annuels. Evolution Economique Et Monétaire En Algérie. Les Années 2002, 2005, 2008, 2010, 2012, 2013, 2014, 2016.*

Toutefois, selon l'étude réalisée par le Centre africain pour les politiques commerciales CAPC (2005), l'industrie du cuir et textile n'a contribué aux PIB qu'avec 0.3% en 2003 contre 0.45% en 1995. Ce résultat à la baisse revient particulièrement aux résultats négatifs qu'avait connue l'industrie textile et confection publique ainsi que l'industrie du cuir<sup>522</sup>.

Les données du tableau (12), montrent une croissance à tendance négative durant plusieurs années consécutives. Au cours des années 2000 et 2001, l'industrie textile et habillement avait

<sup>522</sup>Ben Hammouda Hakim, Bounemra BenSoltane Karima, Oulmane Nassim, Karingi Stephen, Sadni-Jallab, Mustapha, Gueye Aissatou et Ouaqouaq Abdelilah. « Comment Sauver Le Textile Maghrébin? ». Centre africain pour les politiques commerciales « CAPC ».Commission économique pour l'Afrique. Mai 2005. N°17. P 18.

enregistré une croissance négative de 14,4% et 14,7%, respectivement, et c'est le secteur qui a le plus diminué au cours de ces deux années. Cette croissance négative est principalement liée à une baisse de production textile et habillement en 2001.

En raison de la priorité octroyée par l'Etat aux nouvelles stratégies reposant sur les dépenses publiques d'investissement tout en abandonnant le suivi des entreprises productives, la situation s'est encore détériorée. De fait, le secteur avait enregistré le plus important taux de croissance négatif en 2007, estimé à 15%.

Cette situation désastreuse qu'avait connue le secteur textile et habillement n'a malheureusement pas bouleversé la conscience des preneurs de décision et la baisse s'est poursuivie puisqu'elle a établi un nouveau record de 13,1% en 2011, représentant ainsi, la plus forte baisse de tous les secteurs de l'industrie manufacturière après la mise en place du programme de consolidation de la croissance économique. Quant aux années 2012 et 2013, elles ont enregistré pour la première fois depuis plusieurs années, une croissance positive pendant deux années consécutives de respectivement 1,5% et 0,3%<sup>523</sup>. Cette tendance de croissance positive ne s'est pas poursuivie pour l'année 2014, enregistrant ainsi un taux négatif estimé à 0.1%. Cependant, en 2015, de nouvelles mesures ont été prises dans le cadre de la promotion des investissements en textile et confection, notamment à partir des dispositifs de l'article 75 de la loi de finances 2015, qui prévoit l'encouragement de plusieurs filières industrielles, textile et habillement y compris. Ces filières disposant d'un réel potentiel de croissance à l'égard des capacités nationales existantes et dont la production peut se substituer progressivement à l'importation.

Cette nouvelle prise de position a généré durant les années suivantes une croissance positive, notamment avec un taux de croissance estimé à 3,5% en 2017<sup>524</sup>, et des taux de croissances positives estimés à 0,8% et 2,5% au 3<sup>ème</sup> trimestre de 2018 et 2019<sup>525</sup>.

Le recul observé dans le secteur textile et habillement peut également être interprété par 3 autres critères, à savoir la production totale, la valeur ajoutée et le chiffre d'affaire (voir les tableaux (13) et (14).

---

<sup>523</sup> Banque d'Algérie, « Rapport 2012, évolution économique et monétaire en Algérie ». Juillet 2013, p 27.

<sup>524</sup> Banque d'Algérie, « Rapport 2017, évolution économique et monétaire en Algérie ». Juillet 2018, p 19.

<sup>525</sup> Office Nationale des Statistiques (ONS). « Les comptes nationaux trimestriels - 3<sup>ème</sup> trimestre 2019 ». N° 880, p 4.

Les données présentées dans le tableau ci-dessous confirment les taux de croissance négatifs mentionnés dans le tableau (12). Elles montrent que, le secteur public enregistre en 2003 une baisse de production estimée à 3 411 millions de DA, passant de 79 897 millions de DA en 2002 à 76 486 millions de DA en 2003. Soit 17% de la production totale du pays. Cette tendance à la baisse continue pour le secteur public jusqu'en 2014 et enregistre pour la première fois depuis 12 ans un résultat positif estimé à 4 209 millions de DA.

En revanche, le secteur privé enregistre des résultats positifs consécutifs estimés à 308 451 millions de DA en 2001 pour atteindre 492 779 millions de DA en 2016. Toutefois le secteur privé a enregistré en 2008, un recul estimé à 8 905 milliards de DA par rapport à l'année 2009. La part du secteur privé par rapport au secteur public dans l'industrie textile et habillement, a également, évolué depuis 2001 à 2016, passant de 4,1% en 2001 à 11% en 2016. Cette évolution traduit la performance du secteur privé, même si, la contribution de ce dernier en termes de satisfaction des besoins du marché intérieur reste nettement inférieur à celle qui est souhaitée.

En termes de production, l'industrie textile et habillement (public et privé) enregistre des résultats positifs entre l'année 2001 et l'année 2005 en passant de 383 349 millions de DA à 455 584 millions de DA. Pour enregistrer à nouveau en 2006 un recul estimé à 8557 millions de DA par rapport à l'année précédente. Ensuite, ce secteur enregistre des résultats négatifs pendant plusieurs années de suite, pour connaître en 2012 une nouvelle relance estimée à 14 885 millions de DA. Toutefois, l'industrie textile et habillement continue à être fragile tout au long des 40 dernières années, de même qu'elle était dans la difficulté de faire face à la demande intérieure. De ce fait, l'Algérie devient tout au long de ces années un pays importateur net de textiles et habillements.

La production nationale ne contribuait pas, de manière significative, dans le marché intérieur et encore moins dans les exportations hors hydrocarbure. Ainsi, les exportations du secteur textile et habillement ne ressortent même pas dans les statistiques du commerce extérieur algérien du fait de leurs valeurs très négligeables.



**Tableau 13 : Evolution annuelle des principaux paramètres du secteur textile et confection, Evolution de la production brute par secteur juridique (2005 - 2016), En Millions DA :**

| Production Textile et confection |         |          | Production de l'ensemble des secteurs industriels |             |             |             |
|----------------------------------|---------|----------|---|-------------|-------------|-------------|
| Années                           | Public  | Privé    | Total   | Public      | Privé       | Total       |
| 2001                             | 7 489,8 | 30 845,1 | 38 334,9  |             |             |             |
| 2002                             | 7 989,7 | 33 379,2 | 41 368,9  | 474 712,3   | 403 227,5   | 877 939,8   |
| 2003                             | 7 648,6 | 36 264,8 | 43 913,4  | 496 293,8   | 438 240,9   | 934 534,7   |
| 2004                             | 6 797,6 | 37 801,8 | 44 599,5  | 509 601,2   | 484 645,3   | 994 246,5   |
| 2005                             | 6 882,7 | 38 675,6 | 45 558,4  | 514 189,0   | 535 016,6   | 1 049 205,6 |
| 2006                             | 5 871,4 | 38 831,3 | 44 702,7  | 5 343 307,4 | 603 323,1   | 1 137 630,2 |
| 2007                             | 4 722,2 | 39 556,9 | 44 279,1  | 577 100,9   | 673 119,5   | 1 250 220,6 |
| 2008                             | 4 586,6 | 38 666,4 | 43 253,0  | 636 020,6   | 718 131,7   | 1 354 152,3 |
| 2009                             | 4 771,4 | 39 168,8 | 43 940,2  | 746 543,3   | 810 035,9   | 1 556 579,4 |
| 2010                             | 4 342,6 | 39 222,8 | 43 565,4  | 783 955,7   | 875 256,6   | 1 659 212,3 |
| 2011                             | 3 869,2 | 40 052,8 | 43 922,0  | 848 755,5   | 955 932,1   | 1 804 687,4 |
| 2012                             | 3 363,3 | 42 047,2 | 45 410,5  | 911 047,7   | 1 039 937,7 | 1 950 985,5 |
| 2013                             | 3 489,5 | 42 252,9 | 45 742,5  | 967 365,9   | 1 127 881,5 | 2 095 217,3 |
| 2014                             | 3 603,4 | 42 056,8 | 45 660,1  | 1 010 413,7 | 1 204 386,6 | 2 214 800,2 |
| 2015                             | 4 024,3 | 43 326,9 | 47 351,1  | 1 096 170,8 | 1 293 282,4 | 2 389 453,1 |
| 2016                             | 4 474,9 | 49 277,9 | 53 752,8  |             |             |             |

*Source : ONS, L'Activité Industrielle 2005-2015. Collections statistiques N°202/2016. Série E: statistiques économiques N°89. P 39. L'Activité Industrielle Année 2012. Collections statistiques N°180/2013. Série E : statistiques économiques N°74. P 44.*

Les seconds et troisièmes critères concernent l'évolution de la valeur ajoutée et du chiffre d'affaires, car ils révèlent clairement les difficultés rencontrées par le secteur public du textile et de l'habillement depuis 2001.

Les données du tableau (14), montrent que la valeur ajoutée du secteur public évolue à la baisse, passant de 42 363 millions de DA en 2001 à 16 320 millions de DA en 2012, avec une

légère augmentation estimée à 23 244 millions de DA en 2009. Cette tendance s'est inversée depuis 2013 pour atteindre en 2016 une hausse estimée à 22 083 millions de DA.

Ces fluctuations des valeurs ajoutées sont au même rythme que l'évolution de la production tableau (13). Le chiffre d'affaire<sup>526</sup> évolue également avec la même tendance à la baisse pour atteindre 7 053 million de DA en 2012, et reprendre une évolution à la hausse depuis 2013 pour atteindre 10 479 millions de DA en 2016.

Le secteur privé quant à lui, évolue avec une tendance positive et maintient ses gains tout au long de cette période 2001 à 2016, passant de 77 826 millions de DA en 2001 pour atteindre 152 199 millions de DA en 2016, avec de légères baisses en 2007/2008 et 2010/2011. Toutefois, malgré son évolution à la hausse, sa contribution sur le marché intérieur est toujours insuffisante jusqu'à aujourd'hui, étant donné que la valeur ajoutée du secteur privé se situe entre 25% et 30%.

---

<sup>526</sup> Les données relatives aux chiffres d'affaires, présentées par l'ONS, concerne les deux secteurs (public et privé).

**Tableau 14 : Evolution de la valeur ajoutée et du chiffre d'affaire pour le secteur textile, confection entre 2001-2016 en millions de DA:**

| Année | Valeur ajoutée VA |          |          | Chiffre d'affaire |
|-------|-------------------|----------|----------|-------------------|
|       | Public            | Privé    | Total    | CA                |
| 2001  | 4 236,3           | 7 782,6  | 12 018,9 |                   |
| 2002  | 3 774,8           | 8 415,3  | 12 190,1 |                   |
| 2003  | 3 651,0           | 9 488,1  | 13 139,1 |                   |
| 2004  | 3 211,9           | 10 269,9 | 13 481,7 |                   |
| 2005  | 3 381,1           | 10 796,7 | 14 177,8 |                   |
| 2006  | 2 817,2           | 10 785,2 | 13 602,4 | 10 479            |
| 2007  | 2 259,5           | 10 780,3 | 13 039,8 | 9 647             |
| 2008  | 2 195,5           | 10 680,7 | 12 876,1 | 10 877            |
| 2009  | 2 324,4           | 12 266,3 | 14 590,7 | 13 263            |
| 2010  | 2 150,1           | 11 692,7 | 13 842,8 | 12 462            |
| 2011  | 1 863,6           | 11 614,1 | 13 477,7 | 12 308            |
| 2012  | 1 632,0           | 12 376,3 | 14 008,3 | 7 053             |
| 2013  | 1 708,1           | 12 622,6 | 14 330,7 | 8 024             |
| 2014  | 1 780,9           | 13 012,7 | 14 793,6 | 9 032             |
| 2015  | 2 015,0           | 13 777,9 | 15 792,9 | 10 480            |
| 2016  | 2 208,3           | 15 219,9 | 17 428,2 | 10 865            |

Source : ONS, l'activité industrielle 2005-2015. Collections statistiques N°202/2016. Série E: statistiques économiques N°89, p 40. L'activité industrielle Année 2012. Collections statistiques N°180/2013. Série E : statistiques économiques N°74. P 45.

L'industrie textile et habillement était considérée comme étant faible durant la période de 2001 à 2012, du fait de l'intensification de la concurrence des produits importés face aux produits nationaux. Même si, l'industrie textile et habillement pouvait enregistrer annuellement des résultats positifs en terme de production, particulièrement portée par le secteur privé, la demande intérieure sur les produits textiles et habillement était satisfaite en grande majorité par les importations. Il est important de signaler que la production nationale en produits textiles et habillements (public et privé) ne répondait en 2010 qu'aux environs de

10% de la demande du marché algérien<sup>527</sup>. De ce fait, plus 88% du marché de textile et habillement était fourni par les importations, particulièrement asiatique (chinoise) ou de franchises internationales.

### **3- Effet de l'importation sur la relance de l'industrie textile et habillement:**

La situation d'excès d'importations de produits à consommation finale, notamment les produits textiles et habillement adroit d'être produits localement, avait incité les pouvoirs publics algériens en 2015, à prendre de nouvelles mesures dans le but d'encourager l'investissement dans plusieurs secteurs industrielles, notamment le secteur textile et habillement. Ces mesures ont été renforcées avec les restrictions relatives aux importations de produit fini substituable par la production nationale prévues dans la loi de finance de 2016. Il est possible de remarquer l'amélioration de la situation de l'industrie textiles et habillement, en termes de production, de valeur ajoutée et de chiffre d'affaire, depuis la mise en place de ces mesures.

La loi de finances pour 2016 introduit clairement des distorsions fiscales en raison de renforcer les soutiens déjà accordés par la loi de finances 2015, au profit de la production nationale dans certaines filières notamment celles du textile et habillement<sup>528</sup>. Ces nouvelles mesures sont présentées dans l'article 52 de la loi de finance 2016 comme suit :

*« Les importations de certains produits finis similaires à ceux produits dans les activités relevant des filières industrielles prévues par les dispositions de l'article 75 de la loi de finances pour 2015 subissent, selon le cas, une imposition à la taxe sur la valeur ajoutée et à la taxe intérieure de consommation selon les taux et les tarifs fixés par les lois de finances. Le nombre des produits concernés par la liste à soumettre à la taxe intérieure de consommation est limité. Cette liste est revue chaque année par le biais de la loi de finances. Les produits importés émergeant au système des licences et au contingentement sont exceptionnellement intégrés, à titre de mesures de sauvegarde, à cette liste, et font l'objet d'une imposition à des*

---

<sup>527</sup>Oukaci née Laceb Dahbia, « Mise à niveau et problématique de compétitivité dans la démarche stratégique de l'entreprise industrielle algérienne face à l'économie de marche cas : filière bois/ameublement ». Thèse de doctorat es en économie. Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales, soutenue le 05/11/2014, p 131.

<sup>528</sup>Conférence des nations unies sur le commerce et le développement « CNUCED ». « Cadre de politique commerciale: Algérie - politiques commerciales et diversification ». Nations Unies. 2015.

*taux variant de 5% à 30%. Le taux applicable à chaque produit est fixé par voie réglementaire »<sup>529</sup>.*

Les filières industrielles prévues par les dispositions de l'article 75 de la loi de finances pour 2015 et définies par le conseil national de l'investissement sont les suivantes :

- Sidérurgiques et métallurgiques ;
- Liants hydrauliques ;
- Electriques et électroménagers ;
- Chimie industrielle ;
- Mécanique et automobile ;
- Pharmaceutiques ;
- Aéronautique ;
- Construction et réparation navales ;
- Technologies avancées ;
- Industrie agroalimentaire ;
- **Textiles et habillement ;**
- Cuirs et produits dérivés ;
- Bois et industrie du meuble.

D'autre part, les investissements réalisés dans certaines activités relevant des filières industrielles cités ci-haut, bénéficie de plusieurs mesures d'encouragement prévues par l'article 75 de la loi de finance 2015, notamment une exonération temporaire pour une durée de cinq (5) ans de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS), l'impôt sur le revenu global

---

<sup>529</sup> Article 52. Loi n° 15-18 du 30 décembre 2015 portant loi de finances pour 2016. Journal officiel N° 72 du 31 décembre 2015, p 21.

(IRG), et la taxe sur l'activité professionnelle (TAP), en plus d'une bonification de 3% du taux d'intérêt applicable aux prêts bancaires<sup>530</sup>.

Suite aux nouvelles mesures prises par l'Etat afin de relancer une fois de plus l'industrie textiles et habillement, ces dernières semblent porter leurs fruits, puisque l'industrie textile et habillement a finalement enregistré des taux de croissance positif sur plus de deux années successive. L'évolution de la production nationale, de la valeur ajoutée et du chiffre d'affaire, confirment le succès de ces mesures tant attendues mais mal menées depuis plusieurs années, notamment au profit de l'industrie textile et habillement. Toutefois, Il semble important de maintenir une tendance positive d'évolution au sein de l'industrie (publique et privée), afin de concrétiser la volonté de l'Etat à faire de la substitution aux importations, notamment pour les importations en franchises.

Les tableaux (15) et (16) permettent d'avoir un aperçu sur l'évolution des importations textiles bonneterie et confection (la désignation « industries textiles, bonneterie et confection » est une désignation propre à l'ANDI. Le ministère de la PME retient, pour sa part, dans le même Bulletin la désignation suivante « industries textiles ». D'autres organismes préfèrent la désignation « industrie textile et habillement ». De façon plus large, cela pose la question de l'homogénéité des nomenclatures économiques retenues par les différents organes de l'Etat<sup>531</sup>. Ces tableaux (15) et (16), permettent également d'avoir un aperçu sur les importations de l'habillement et de fourrures à destination de consommation finale ou de consommation intermédiaire (intégration dans le processus de production).

Il est possible de constater la faiblesse de l'industrie textile et habillement à travers l'évolution des importations en textiles et habillement, qui n'ont pas cessé de croître tout au long de la période 2001-2018. Selon les données présentées dans le tableau (15), les importations entre 2001 et 2008 ont doublé, passant de 119 544 millions de DA en 2001 à 241 477 millions de DA en 2008. Puis, en 2009, les importations textiles et habillement ont connu une augmentation significative qui a atteint 314 434 millions de DA, et ont continué leurs augmentations pour atteindre en 2018, des importations estimées à 1280 039 millions de DA. Ainsi, les importations textiles et habillement en 2018 faisaient 11 (10.7) fois plus que celles connues en 2001.

---

<sup>530</sup> Article 75 de la loi n° 14-10 du 30 décembre 2014 portant loi de finances pour 2015. Journal officiel N° 78 du 31 décembre 2014, p 27.

<sup>531</sup> Boumzar Brahim et Sassi Yacine. « Rapport sur l'industrie du textile et de l'habillement ». recueil des fiches sous sectorielles, édition 2007. <https://docplayer.fr/26349312-Ce-rapport-a-ete-elabore-par-brahim-boumzar-et-yacine-sassi.html>. Consulté le 15/09/2020.

**Tableau 15 : Evolution des importations textiles, bonneterie et confection selon la (NSA)<sup>532</sup>, en millions de DA:**

| Années | Importations Textiles, Bonneterie, Confection | Total       | Part des importations textiles, bonneterie, confection sur le total des importations en % |
|--------|---|-------------|---|
| 2001   | 11 954,4                                      | 764 862,4   | 1,6   |
| 2002   | 14 742,3                                      | 957 039,8   | 1,5   |
| 2003   | 14 646,5                                      | 1 047 441,4 | 1,4   |
| 2004   | 16 425,9                                      | 1 314 399,8 | 1,2   |
| 2005   | 19 102,1                                      | 1 493 644,8 | 1,3   |
| 2006   | 18 008,1                                      | 1 558 540,8 | 1,2   |
| 2007   | 22 061,2                                      | 1 916 829,1 | 1,2   |
| 2008   | 24 147,7                                      | 2 572 033,4 | 0,9   |
| 2009   | 31 443,4                                      | 2 854 805,3 | 1,1   |
| 2010   | 38 644,7                                      | 3 011 807,6 | 1,3   |
| 2011   | 46 995,2                                      | 3 442 501,6 | 1,4   |
| 2012   | 61 274,7                                      | 3 907 071,9 | 1,6   |
| 2013   | 73 936,4                                      | 4 368 548,4 | 1,7   |
| 2014   | 82 671,4                                      | 4 719 708,3 | 1,8   |
| 2015   | 106 352,2                                     | 5 193 459,7 | 2,0   |
| 2016   | 120 318,0                                     | 5 154 776,8 | 2,3   |
| 2017   | 127 776,6                                     | 5 111 297,6 | 2,5   |
| 2018   | 128 003,9                                     | 5 403 233,0 | 2,4   |

Source : « ONS ». Evolution Des Echanges Extérieurs De Marchandises De 2001 A 2012. Collections statistiques N°182/2014. Série E : Statistiques économique N°75, p 23. « ONS » Evolution Des Echanges Extérieurs De Marchandises De 2013 A 2018. Collections statistiques N°214/2019. Série E : Statistiques économique N°101, p 23. ONS, l'Activité Industrielle 2005-2015. Collections statistiques N°202/2016. Série E : statistiques économiques N°89. P 39. L'Activité Industrielle Année 2012. Collections statistiques N°180/2013. Série E : statistiques économiques N°74, p44.

<sup>532</sup>ONS, Office National de Statistiques. « La NSA, la Nomenclature des Secteurs d'Activité permet de procéder à des regroupements par secteur d'activité (au nombre de 14 pour les importations et exportations de marchandises) ».

Les données présentées dans le tableau (16), montrent également une évolution à la hausse des importations de l'habillement et de fourrure (pour la consommation finale ou pour l'intégration dans le processus de production). Ces importations sont passées de 17 986 millions de DA en 2001 pour atteindre 32 631 millions de DA en 2002 (soit presque deux fois plus qu'en 2001). Cette tendance à la hausse continue de manière significative tout au long de la période 2001-2017, pour atteindre une valeur de 509 289 millions de DA en 2017, soit 28 fois plus qu'en 2001. Les importations textiles et habillement en 2018 étaient estimées à 434 089 millions de DA soit une baisse de 75 200 millions de DA par rapport à l'année précédente.



**Tableau 16 : les importations des produits textiles destinés à la consommation finale ou intermédiaire<sup>533</sup>:**

| Années | Importations Du secteur de L'Habillement Et De Fourrures (H.F) en millions de DA | Part des importations (H.F) dans les importations totale de textiles en % | Part des importations (H.F) dans l'ensemble des importations en % |
|--------|--|---|---|
| 2001   | 1 798,6  | 15,04   | 0,2   |
| 2002   | 3 263,1  | 22,13   | 0,3   |
| 2003   | 3 716,9  | 25,37   | 0,4   |
| 2004   | 3 836,6  | 23,35   | 0,3   |
| 2005   | 5 669,9  | 29,68   | 0,4   |
| 2006   | 5 768,8  | 32,03   | 0,4   |
| 2007   | 6 773,9  | 30,70   | 0,4   |
| 2008   | 7 745,4  | 32,07   | 0,3   |
| 2009   | 10 237,5   | 32,55   | 0,4   |
| 2010   | 11 876,0   | 30,73   | 0,4   |
| 2011   | 14 872,8   | 31,64   | 0,4   |
| 2012   | 19 349,2   | 31,57   | 0,5   |
| 2013   | 23 008,3   | 31,11   | 0,5   |
| 2014   | 28 556,4   | 34,54   | 0,6   |
| 2015   | 3 762,6  | 3,53  | 0,7   |
| 2016   | 46 454,9   | 38,61   | 0,9   |
| 2017   | 50 928,9   | 39,85   | 1,0   |
| 2018   | 43 408,9   | 33,91   | 0,8   |

Source : Par nous-même selon les données de : « ONS ».Evolution Des Echanges Extérieurs De Marchandises De 2001 A 2012. Collections statistiques N°182/2014. Série E : Statistiques économique N°75. P 33-34. « ONS » Evolution Des Echanges Extérieurs De Marchandises De 2013 A 2018. Collections statistiques N°214/2019. Série E : Statistiques économique N°101. P 40.

<sup>533</sup>Destiné à la consommation intermédiaire notamment dans le processus de production et confection dans l'industrie de L'habillement et Fourrures.

-ONS Office National des Statistiques. Selon la nomenclature algérienne des activités et des produits NAP 2000, codifie ces activités en section D : Industrie manufacturière, sous-section DB : industrie habillement. Division 17 : industrie textile : (filature, tissage, ennoblissement textile, fabrication d'articles textiles, autres industries textiles, fabrication d'étoffes à maille, fabrication d'articles à maille). Division 18 : industrie de l'habillement : (fabrication de vêtements en cuir, fabrication de vêtements en textile, industrie de fourrures).

Les données présentées dans les tableaux (15) et (16), montrent que le consommateur algérien satisfait ses besoins liés aux textiles et à l'habillement à partir de produits importés notamment les produits importés sous forme de franchises internationales, qui depuis les années 2000 commence à prendre une place importante dans le marché de textile et habillement. La comparaison entre la production nationale et les importations montre que la production totale de textiles et d'habillement s'élevait en 2001 à 383 349 millions de DA tandis que les importations étaient de l'ordre de 119 544 millions de DA. La valeur de la production nationale dépassait 3 fois celle des importations. Toutefois, selon les données présentées dans le tableau (17), la situation de la production nationale s'est inversée à partir de l'année 2011. Cette dernière était de l'ordre de 439 220 millions de DA alors que les importations avait connu une hausse importante estimée à 469 952 millions de DA, pour dépasser de (1.06 fois) la production nationale. En 2015, la production nationale de l'ordre de 473 511 millions de DA et les importations été estimées à 1 063 522 millions de DA soit 2 fois plus importantes en termes de valeurs.

La comparaison des importations à la production nationale liées au secteur textiles et habillement, laisse apparaître que les programmes de développement mis en place entre (2001 et 2014), visant à stimuler l'économie nationale notamment par le soutien et l'encouragement de la production nationale, ont largement échoué. Cette situation est décrite par Mrabet et Maliki (2016) comme étant « un fait étrange ». Ainsi, selon eux, tout au long de la période (2001-2014) la production nationale (tous secteurs confondus) n'a augmenté que de 5.2%, tandis que les importations (tous secteurs confondus) ont augmenté de 12.45%<sup>534</sup>. Ces chiffres laissent suggérer que les secteurs productifs en général et le secteur du textile et de l'habillement en particulier a été abandonné seul face à ses difficultés, sans bénéficier d'une politique efficace qui protégerait, développerait et soutiendrait la production nationale, publique et privée. L'industrie nationale n'avait donc pas profité des avantages que procure l'intégration dans l'économie de marché, et qui permettent de faire évoluer la production nationale selon les tendances mondiales en termes de qualité, de prix, de technologie utilisée, et d'autres éléments qui permettent à la production nationale de faire face à la concurrence mondiale.

---

مرابط سليمان. مالكي سمير. قطاع النسيج والملابس الجزائري الواقع والافاق. المجلة الجزائرية للاقتصاد و الإدارة. المجلد 7. العدد 2. 534 .2016. ص215-223.

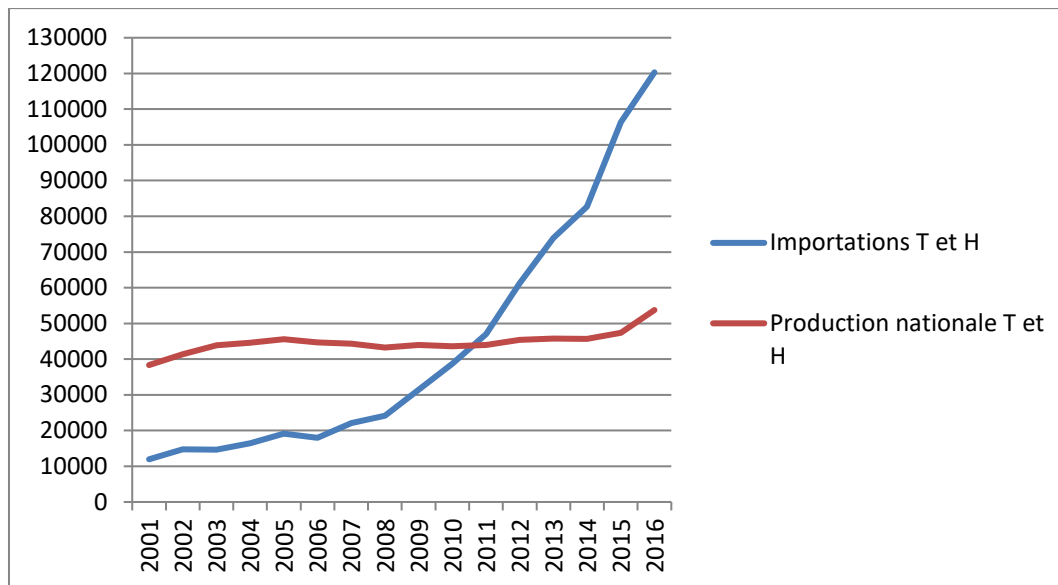
**Tableau 17 : Comparaison Entre La Production Nationale Et Les Importations De Textiles Et Habillement (2001-2016):**

*En millions de DA*

| Année | Importations T et H | Production nationale T et H |
|-------|---------------------|-----------------------------|
| 2001  | 11 954,4            | 38 334,9                    |
| 2002  | 14 742,3            | 41 368,9                    |
| 2003  | 14 646,5            | 43 913,4                    |
| 2004  | 16 425,9            | 44 599,5                    |
| 2005  | 19 102,1            | 45 558,4                    |
| 2006  | 18 008,1            | 44 702,7                    |
| 2007  | 22 061,2            | 44 279,1                    |
| 2008  | 24 147,7            | 43 253,0                    |
| 2009  | 31 443,4            | 43 940,2                    |
| 2010  | 38 644,7            | 43 565,4                    |
| 2011  | 46 995,2            | 43 922,0                    |
| 2012  | 61 274,7            | 45 410,5                    |
| 2013  | 73 936,4            | 45 742,5                    |
| 2014  | 82 671,4            | 45 660,1                    |
| 2015  | 106 352,2           | 47 351,1                    |
| 2016  | 120 318,0           | 53 752,8                    |

*Source : « ONS ».Evolution Des Echanges Extérieurs De Marchandises De 2001 A 2012. Collections statistiques N°182/2014. Série E : Statistiques économique N°75, p 23. « ONS » Evolution Des Echanges Extérieurs De Marchandises De 2013 A 2018. Collections statistiques N°214/2019. Série E : Statistiques économique N°101, p 23.*

**Graphique 3 : Comparaison Entre L'évolution Des Importations Et La Production Nationale Pour Le Textile Et Habillement (2001-2016) :**



*Source : réalisé par nos soins, à partir des données présentées dans le tableau (17)*

L'évolution croissante des importations textiles et habillement par rapport à la production nationale depuis 2001, revient au fait que, plusieurs entreprises de confection ont été directement touchées par la crise du textile et ont été menée soit à l'abandon de l'entreprise, ou à la conversion vers l'activité d'importation qui semble être, une activité génératrice de profits rapides et garanties pour l'importateur.

En plus des difficultés qu'avait rencontrée l'industrie textiles et habillement en Algérie durant plus de 30 ans, particulièrement à cause de l'échec des programmes de soutien à la relance économiques, et de l'abandon des entreprises nationales productives par l'Etat, l'industrie textile et habillement, a également, été affectée par les événements majeurs ayant touchés l'industrie mondiale de textiles et habillement, à savoir.

- L'adhésion de la Chine à l'OMC en décembre 2001, un pays à forte capacité de production et à faible coûts.
- La levé des dernières barrières sur les quotas d'exportations en 2005, au profit des pays dans lesquels le coût à la production est très bas et qui disposent d'une expérience leur permettant de produire en quantité et en temps voulu, notamment les pays Sud-Est asiatiques.
- Le démantèlement de l'Accord Textile Vêtement (ATV), depuis le 1er janvier 2005.

#### **4- Le succès des industries textile et habillement grâce aux partenariats et délocalisations :**

Les accords de partenariats sont souvent les plus utilisés dans le but de développer, sauver ou relancer les industries dites traditionnelles, particulièrement l'industrie textile et habillement. Ce partenariat est considéré pour le pays d'accueil comme étant un investissement très avantageux. Il peut être réalisé sous plusieurs formes, notamment la franchise de production/sous-traitance, la joint-venture, etc. il permet un transfert de connaissance, de savoir-faire, un suivi continu (notamment dans le cas de la franchise), une requalification de la main d'œuvre (la formation de la main d'œuvre est une des clauses du contrat de franchise), une production conforme aux standard internationaux, et la création d'emplois qui semble être l'un des plus importants avantages de cet investissement.

A moyen et long termes, la délocalisation (en partenariat) vers le pays d'accueil permet d'enregistrer une croissance de la production nationale de biens intensifs en main-d'œuvre non qualifiée<sup>535</sup>. Elle permet également la substitution des produits préalablement importés de l'étranger par « les mêmes » produits conçus localement, selon une logique illustré par la question suivante « pourquoi importer ce qui est possible d'être produits localement ? », et bien que, les coûts investis dans la réalisation de ce partenariat semble important, cependant à moyen et long terme, cet investissement générera bien plus de profit, et contribuera à limiter la facture des importations (notamment pour ces mêmes produits auparavant importés). Grâce à ces investissement en partenariat, plusieurs pays d'accueil sont devenues sur le long terme de potentiels exportateurs vers les pays d'origine notamment (le Maroc, la Tunisie, la Turquie, les pays Sud-Est asiatiques, la Hongrie, la Roumanie et autres).

Pour les pays d'origine, ce partenariat est très souvent perçu comme une délocalisation (partielle ou absolue). Selon Mouhoud (2006), il s'agit souvent d'une suppression d'unité de production ou d'assemblage dans son pays d'origine pour la transférer vers un autre pays dans le but de réimporter des produits finis<sup>536</sup>. Jusqu'à aujourd'hui, les secteurs industriels intensifs en main-d'œuvre (activité à faible valeur ajoutée), notamment le secteur textile et habillement sont les plus touchés par la délocalisation vers les pays émergents ou en

---

<sup>535</sup> Koromyslov Maxime. « L'impact de la délocalisation du luxe sur les attitudes des consommateurs : le cas des maisons françaises de luxe ».Thèse de doctorat en gestion et management. Université Nancy 2, 2009. France. P 7

<sup>536</sup>Mouhoud, El Mouhoud. « Mondialisation et délocalisation des entreprises », Paris, La Découverte. 2006. P 11.

développement, « *tandis que les fonctions stratégiques ou de production plus qualifiées sont maintenues dans le pays d'origine* »<sup>537</sup>.

Les études réalisées sur l'effet de la délocalisation des industries textiles et habillements sur les pays d'origine ont eu des résultats divergents. Certains auteurs voient en la délocalisation un moyen efficace qui permet l'accès à des marchés nouveaux. Selon Koromylov (2009), il est possible d'expliquer ce choix par la question suivante, « *Pourquoi exporter alors qu'on peut s'implanter directement dans ces pays ?* »<sup>538</sup>. Ce choix est une alternative permettant un accès moins coûteux sur d'autres marchés en contournant les barrières tarifaires et non tarifaires, et en réduisant le risque de change. La délocalisation dans le secteur textile et habillement permet également la protection des droits de propriété intellectuelle<sup>539</sup>, particulièrement dans les pays où la contrefaçon est fortement présente.

Cette délocalisation permet également le bénéficiaire d'avantage comparatif notamment en termes de coûts, à savoir les coûts de la matière première, de la main d'œuvre, de transport, de l'énergie etc. Le choix des pays d'accueil peut, également, se faire en prenant en compte d'autres critères à savoir le temps nécessaire à la réalisation, la proximité d'autres marchés potentiels, les avantages attractifs octroyés par le pays d'accueil dans le cadre de l'encouragement de la délocalisation. Certains partenariats peuvent également être réalisés dans le cadre d'accords internationaux entre deux pays.

En revanche, selon d'autres auteurs, la délocalisation de certaines industries ou encore des entreprises ou unités de production a des conséquences négatives principalement sur l'emploi. Selon eux, cette délocalisation notamment dans le secteurs textile et habillement, a un effet sur la croissance du chômage suite à la fermeture des usines et leurs transferts dans les pays d'accueil.

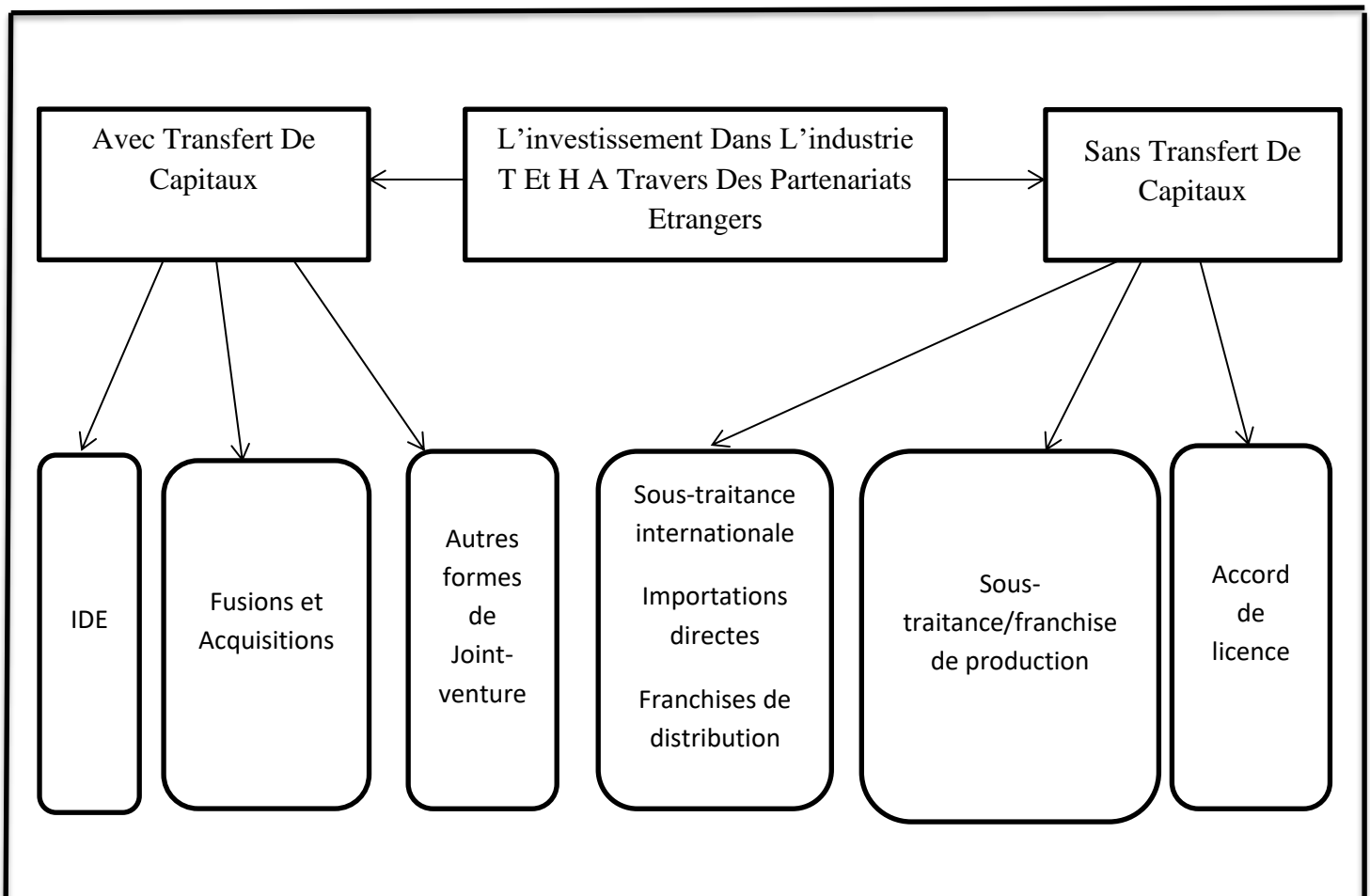
---

<sup>537</sup>Bénaroya François. (2005), Le point sur... les délocalisations, dans Fontagné Lionel et Lorenzi Jean Hervé, « Désindustrialisation, délocalisations », Paris : La documentation française, pages 147-162.

<sup>538</sup> Koromylov Maxime. « L'impact de la délocalisation du luxe sur les attitudes des consommateurs : le cas des maisons françaises de luxe ». Thèse de doctorat en gestion et management. Université Nancy 2, 2009. France. P 6.

<sup>539</sup> A savoir, l'exemple de l'enseigne Lacoste qui a dû racheter les contrefacteurs étrangers et transiger avec eux en leur accordant des contrats de licence dans le but de contrôler et limiter le mouvement de la contrefaçon.

**Schéma 01 : Synthèse des formes de partenariat avec l'étranger dans le cadre de la relance de l'industrie textile et habillement T et H :**



Source :Mouhoud, El Mouhoud. « Mondialisation et délocalisation des entreprises », Paris, La Découverte. 2006. page 11, modifié par nos soins.

Ce schéma présente les formes de partenariats les plus utilisés dans l'industrie traditionnelle, notamment la « joint-venture », « sous-traitance internationale », « sous-traitance et franchise de production », et « les accords de licence ».

**5- Les Nouvelles Initiatives De La Relance De L'industrie Textile Et Habillement:**

Comme il a été illustré plus haut, l'industrie textile et habillement a connu il y'a plus de 30 ans, plusieurs échecs consécutifs, notamment par rapport à une large diffusion des opérations d'importations formelle et informelle, en plus du fléau de la contrefaçon, la propagation du secteur informel et la concurrence illégale. Le secteur textile et habillement est certainement

le secteur productif le plus touché. Cette situation avait fourni les conditions nécessaires et suffisantes pour démanteler l'industrie textile et habillement.

Bien que le secteur privé ait bénéficié de l'aide de l'Etat pour ses investissements, la mainmise de l'Etat sur le secteur textile et habillement était toujours dominante. De même que, les PME et PMI du secteur privé ne pouvaient se développer que grâce à une production publique qui alimentait leurs productions. Les nouvelles mesures prises par l'Etat dans le cadre de la relance de l'industrie textile et habillement à travers les différents dispositifs d'aide à l'emploi (ANSEJ, CNAC, ANGEM) ont permis la création de plusieurs petits ateliers et PME pour la confection textile. Cependant, ces derniers souffrent encore de la non disponibilité des inputs nécessaires à leur fonctionnement.

Aujourd'hui, l'industrie textile et habillement a besoin d'être remise sur les rails à travers des mesures plus efficaces. Notamment par l'élaboration de contrats de collaboration avec l'étranger, à savoir une coopération en joint-ventures, en districts industriels marshalliens ou encore en sous-traitance/la franchise<sup>540</sup>. Selon les travaux de Baudry (2013), Jacques Houssiaux rejoint cette idée et considère que c'est à travers ces formes de partenariats et quasi-intégrations qu'il peut y avoir de substitution, notamment une substitution des importations en textiles et habillement.<sup>541</sup>

Suite aux nombreuses difficultés rencontrées par l'industrie textile et habillement depuis maintenant plusieurs années, l'Etat a, finalement, opté pour une renaissance de l'industrie basée en partie sur des accords de collaborations et des principes de délocalisation (partielle ou totale). Dans le but de susciter l'intérêt de sociétés étrangères pour l'acquisition d'une assistance technique, d'un transfert technologique avec obligation de résultat et la prise de participation dans les entreprises existantes.

A cet effet, L'Algérie a signé un accord de partenariat en joint-venture avec un partenaire turc, qui contribuera en amont et en aval aux processus de production textile et habillement, notamment par le transfert du savoir-faire et des connaissances sous l'encadrement et le suivi du partenaire étranger. Pour ce faire, 500 spécialistes étrangers ont été sollicités pour la formation et l'amélioration des compétences dans les différents domaines d'activités. Cet investissement devrait atteindre un coût global estimé à 170 milliards de DA et créer environ

---

<sup>540</sup>Dietrich Michael. "The economics of quasi-integration". Review of political economy, vol. 6, N° 1, 1994, pages 1-18.

<sup>541</sup>Baudry Bernard. « Quasi-intégration et relation de sous-traitance industrielle : une évaluation des travaux de Jacques Houssiaux ». Revue d'économie industrielle, N°142, 2013, pages 11- 39.



25 000 emplois dans la seconde phase de son développement<sup>542</sup>. Le complexe a été créé en décembre 2013 sous la désignation Algérien Sportswear« Algérienne Du Sport's Weat TAYAL », 49% de son capital provient de la Fondation turque INTERTAY du groupe turc TAYPA, tandis que les 51% restants appartiennent à l'Algérie, dont 30% reviennent de droit au complexe spécialisé dans la confection l'habillement CH et les 21% restants reviennent de droit à l'algérienne des textiles TEXLAG, conclus selon la règlementation du 49%/51%.

Le projet s'étend sur une superficie de 250 hectares. La première phase consiste à la création de 8 usines intégrées sur une superficie de 100 hectares, qui se spécialiseront dans la fabrication de tissus jeans, fils textiles et autres tissus, destinés à la confection. De plus, un programme de production de 30 millions de mètres en tissus a été envisagé, 50% de cette production en tissus serait intégrés dans le processus de la confection d'habillement en Algérie et les 50% restantes seront exportées vers l'Égypte afin d'approvisionner les unités de confection liée au complexe TAYPA. Cette première phase consistera également à la création d'une école de formation et un centre commercial.

Dans la deuxième phase, une dizaine d'usines seront implantées sur une superficie de 150 hectares consacrées à la production de fils synthétiques couvrant les besoins nationaux et le reste sera exporté. Ces usines seront également consacrées à la production de textiles de maison et des fournitures de couture.

Ce géant africain, a pu enregistrer des résultats satisfaisants par rapport aux années précédentes, de fait que la part de la production nationale dans le marché de l'habillement est passée de 4% en 2016 à 20 % en 2018, et prévoit d'atteindre entre 30 à 40% en 2020. Ce taux risque de ne pas être atteint vu la pandémie actuelle du covid-19. Toutefois, plusieurs marques internationales et nationales prévoient de recourir à ce géant, notamment pour la confection. En 2019, plusieurs marques nationales d'habillement ont réalisées leurs productions au sein des usines TAYAL. Durant cette même année, la marque internationales « DECATHLON » spécialisée dans les articles et habillements de sport et qui est installée sur le marché algérien en tant que franchise de distribution, tente de négocier la production en sous-traitance de ses produits au sein des usine TAYAL. Ainsi, l' « *objectif déclaré de Décathlon, devrait accroître l'implication des distributeurs dans la production d'articles de sport* »<sup>543</sup>.

---

<sup>542</sup>Ministère de l'industrie, « Démarrage de la première usine de filature du Complexe des Textiles de Relizane ». <http://www.industrie.gov.dz/?Demarrage-de-la-premiere-usine-de>. Consulté le 08/08/2020.

<sup>543</sup> SESSI, ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, « Etude Prospective des grandes tendances de la consommation « CREDOC – DiGITIP, N° 140, 2000. P 275. file:///C:/Users/Zaki/Downloads/Sou2000-1296.pdf.

Après une enquête effectuée, il nous a été fait part que plusieurs marques et notamment les franchises internationales pourraient être intéressées par une production locale qui répond aux normes et standards internationaux (spécifique à chaque marques). Du fait, que la production au profit de certaines entreprises exerçant dans le secteur de l'habillement, en sous-traitance/franchise est encore récente. Il n'est malheureusement pas possible encore, de présenter des données statistiques significatives et relatives à la production d'habillement notamment en sous-traitance et selon les principes du franchisage. Il est également important de préciser que *«la logique de production, typique de la franchise, s'oppose à une simple logique de distribution »*<sup>544</sup> dans le cadre des délocalisations. Cette pratique est utilisée dans certaines industries agroalimentaires depuis 2001 en Algérie, notamment la « Candia Tchén Lait ».

## **6- La Collaboration Etrangère Dans L'industrie Textile Et Habillement En Tunisie:**

Afin de développer le secteur textile et habillement, la Tunisie a eu recours à des collaborations avec l'étranger qui consistaient à des délocalisations de certaines industries de textile et habillement, notamment à travers des sous-traitances (plus semblables à des opérations de franchise industrielle), puisque le processus de production était partiel, basé sur l'approvisionnement en matière première par le donneur d'ordre, ainsi, l'activité de production était souvent limitée à la confection destinée exclusivement au d'ordre (franchises internationales). Dans le cas tunisien, cette production était destinée en grande majorité à l'exportation. Les besoins du marché tunisien en termes de franchises internationales étaient souvent satisfaits par des opérations d'importations.

Cette délocalisation notamment à travers la sous-traitance a contribué à l'amélioration du secteur textile et habillement, qui s'est développé soit à l'initiative des détaillants (franchisés) prenant plus part à la production (fourniture de la matière première, accompagnement du sous-traité dans le processus de production et transfert de savoir-faire et des connaissances), soit à celle des industriels auxquels il a été confié l'opération de sous-

---

<sup>544</sup> Philippe Jérôme, « Réseaux de commercialisation de l'habillement : l'imbrication des logiques de distribution et de production ». Economie et statistique, n°314, Juin 1998, pages 61-88.

traitance<sup>545</sup>. Selon l'étude réalisée par Minvielle, la Tunisie demeure encore majoritairement une région de sous-traitance<sup>546</sup>, particulièrement vis-à-vis des enseignes étrangères.

La Tunisie a bien profité de la présence des enseignes étrangères sur son marché nationale pour améliorer son industrie textile et habillement. Ainsi, grâce à la sous-traitance (au profit des enseignes internationales), elle avait réussi de croître sa production en textile et habillement en réponse à la demande extérieure notamment des donneurs d'ordres.

La part des importations française d'habillement en provenance de la Tunisie correspondait à 10,7% du totales des importations française d'habillement en 2002 occupant ainsi la deuxième place derrière la Chine avec 13.6%. En 2004 elles étaient estimées à 9,2% en 2004, occupant la 3<sup>ème</sup> place du total des importations française d'habillement, avec des parts estimées à 16,4% en provenance de Chine et 9.7% en provenance d'Italie avec 9,7%)<sup>547</sup>. Le recul des exportations observé en Tunisie après l'année 2002 avait conduit à un tassement de la production (Graphique 3) et une perte de près de 14 % de l'emploi de la filière entre 2002 et 2003 (graphique 4). La Tunisie étant majoritairement un pays de sous-traitance, il dépend des fournisseurs donneurs d'ordre pour son approvisionnement en matière première, raison pour laquelle, les acheteurs (enseignes internationales) même s'ils continu à pratiquer de la sous-traitance dans les pays tel que la Tunisie, ils ont cependant tendance à privilégier les pays proposant des offres plus complètes (tissus et confection), notamment la Turquie et certains pays asiatiques. Ainsi, il est possible de croire que, la baisse des exportations tunisiennes en habillement vers l'Europe est en rapport avec la concurrence (graphique 5). Bien que les exportations tunisiennes d'habillement soient importantes, toutefois elles ont connu un recul à partir de 2002 pour les raison citées ci-haut<sup>548</sup>.

---

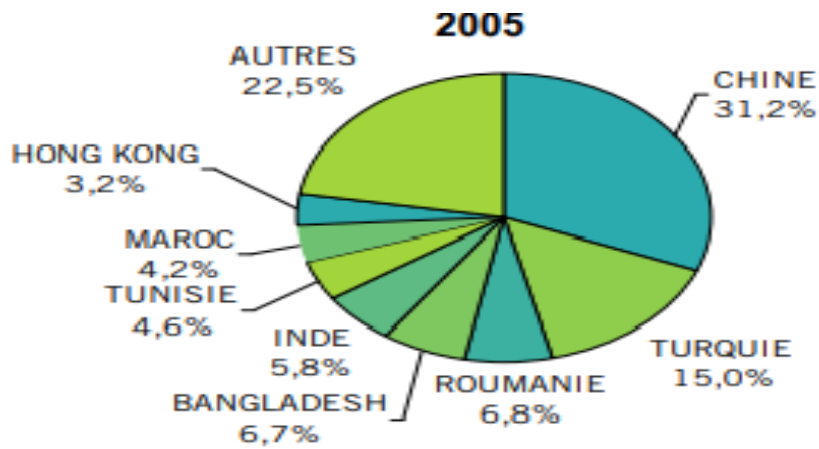
<sup>545</sup>Philippe Jérôme, « Réseaux de commercialisation de l'habillement : l'imbrication des logiques de distribution et de production ». *Economie et statistique*, n°314, Juin 1998, pages 61-88.

<sup>546</sup> Minivielle Gildas. « Etude des systèmes productifs des pays du Bassin méditerranéen dans le domaine du textile-habillement et leurs liens avec le secteur français ». [https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\\_services/secteurs-professionnels/etudes/etudePBM.pdf](https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/secteurs-professionnels/etudes/etudePBM.pdf).

<sup>547</sup> Trégan Jeanne-Marie. « Stratégie concurrentielle du donneur d'ordres et mode de relation avec ses sous-traitants. Les petites entreprises marseillaises de l'habillement ». Thèse de doctorat en gestion et management. Université de la Méditerranée - Aix-Marseille II, 2006. France, p 42.

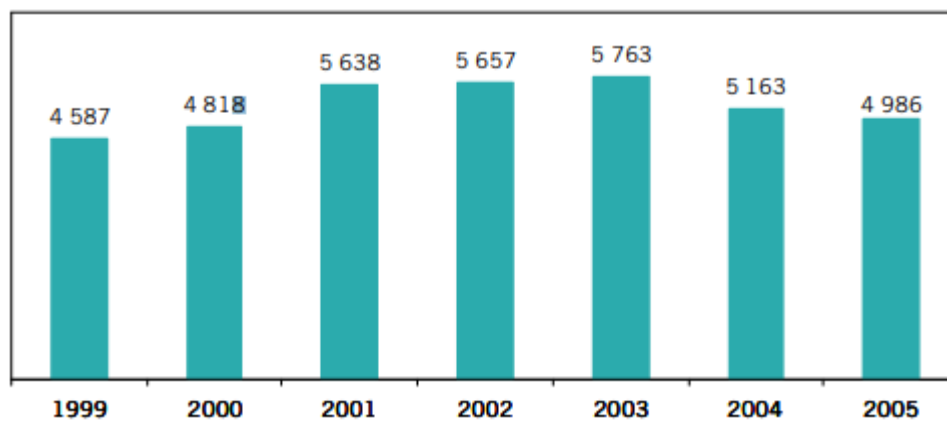
<sup>548</sup>Gildas Minivielle. « Etude des systèmes productifs des pays du Bassin méditerranéen dans le domaine du textile-habillement et leurs liens avec le secteur français », p 20. [https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\\_services/secteurs-professionnels/etudes/etudePBM.pdf](https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/secteurs-professionnels/etudes/etudePBM.pdf).

**Figure (1) : Part Des Exportations Tunisienne D'habillement vers l'Europe Pour L'année 2005 :**



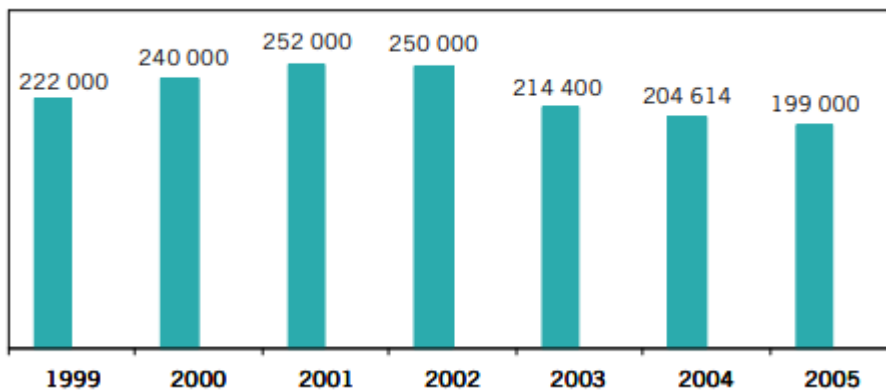
Source : Gildas Minivielle. « Etude des systèmes productifs des pays du Bassin méditerranéen dans le domaine du textile-habillement et leurs liens avec le secteur français ». P20.

**Graphique (4) : Production tunisienne de textile-habillement en millions de dinars tunisien**



Source : Gildas Minivielle. « Etude des systèmes productifs des pays du Bassin méditerranéen dans le domaine du textile-habillement et leurs liens avec le secteur français ».p 32.

**Graphique (5) : Evolution De L'emploi De La Filière Textile-Habillement Tunisienne :**



Source : Gildas Minivielle. « Etude des systèmes productifs des pays du Bassin méditerranéen dans le domaine du textile-habillement et leurs liens avec le secteur français ».p 32.

Bien que les chiffres indiquent un recul de la production nationale en habillement, une baisse des exportations et une perte dans l'emploi durant les années 2000. Toutefois, en cette même période, l'industrie tunisienne de textile et habillement avait connu une délocalisation de plusieurs entreprises qui avaient décidé d'accroître leurs capacités de production en Tunisie à travers la sous-traitance et la franchise<sup>549</sup>, du fait des coûts de production relativement compétitifs. Ces entreprises (de sous-traitance) étaient également à l'origine de la création de milliers d'emplois<sup>550</sup>.

Selon une étude réalisé par Haouet en 2012<sup>551</sup>, le secteur textile et habillement était considéré en cette période, comme étant le leader des industries manufacturières en Tunisie, avec 1986 entreprises (soit 35% des entreprises industrielles) à la fin de l'année 2011, selon lui, la plus part de ces entreprises réalisent des activités de sous-traitance au profit des donneurs d'ordres notamment les enseignes internationales. Ce secteur offrait en 2011, 196 500 postes d'emplois (soit 37% des emplois dans l'industrie manufacturière) et participe avec 31% des recettes en devise. La Tunisie était en cette même année le 5<sup>ème</sup> fournisseur d'habillement pour l'Union

<sup>549</sup> Ammar Gilbert et Roux Nathalie. « Délocalisation et nouveau modèle économique : le cas du secteur textile-habillement ». La revue de l'ires, N° 62, 2009, pages 99 - 134.

<sup>550</sup> Selon le « CETTEX ». Revue de presse textile et habillement. « Textiles : Les sociétés de franchises se révoltent contre les deux poids deux mesures ! ». Invitation au Workshop "Les Opportunités d'Accès des Produits Tunisiens du secteur Textile-Habillement au Marché Britannique". Du 04 au 08 mars 2019. N°09. P 2. « l'entreprise Benetton qui s'est installée en Tunisie en 2005, et est totalement exportatrice avec une capacité annuelle de 24 millions d'unités exportées et emploie actuellement (2019) environ 10 000 employés »

<sup>551</sup> Haouet Samir. « Secteur textile et habillement en Tunisie, opportunités et défis ». Centre technique du textile. Principaux défis des entreprises dans le contexte économique actuel. Millan. Mars 2012.

Européenne (notamment la France et l'Italie) après respectivement la Chine, la Turquie, le Bangladesh et l'Inde.

L'importance du secteur tunisien du textile et habillement sur la scène internationale revient à principalement à son :

- Emplacement stratégique de la Tunisie qui fait d'elle une destination attractive pour les investissements directs étrangers ;
- Importantes opportunités d'investissement en sous-traitance et/ou en partenariat notamment avec les pays européens ;
- Une main d'œuvre apprêtée et peu couteuse ;
- Réglementation favorable aux investissements étrangers.

Bien que le recours à la sous-traitance a fortement contribué au développement de l'industrie textile et habillement en Tunisie, cette dernière tente jusqu'à aujourd'hui de compléter son processus de production en sous-traitances (basées particulièrement sur les opérations de confection), par une production textile en amont à savoir la filature et le tissage.

Le recours à la co-traitance (permettant une production en amont et en aval) n'avait toujours pas eu lieu en 2018, mais l'industrie textile et habillement continue comme même de croître sa production nationale, ses exportations et de créer plusieurs emplois grâce aux collaborations avec des partenaires étrangers notamment les enseignes internationale. Ainsi, bien que, les importations des franchises internationales étaient estimées à environ 130 millions de dinar tunisien à la fin de l'année 2018 et contribuent aux recettes de l'Etat à hauteur de 128 millions de DT annuellement. Toutefois, ces franchises internationales n'accroissent pas le déficit de la balance commerciale, puisqu'elles sont des acheteurs potentiels auprès de l'industrie textile tunisienne avec près de 1.5 milliard de DT, soit une balance excédentaire de +1150%. Ainsi, l'industrie tunisienne de textile et habillement œuvre à 85% à l'export, notamment au profit des enseignes étrangères ce qui permet à la Tunisie de générer des recettes conséquentes en devises<sup>552</sup>.

---

<sup>552</sup>CETTEX. Revue de presse textile et habillement. « Textiles : Les sociétés de franchises se révoltent contre les deux poids deux mesures ! ». Invitation au Workshop "Les Opportunités d'Accès des Produits Tunisiens du secteur Textile-Habillement au Marché Britannique". Du 04 au 08 mars 2019. N°09. P 2.

Le secteur textile et habillement en Tunisie, est considéré comme étant majoritairement exportateur d'habillement, de ce fait, très peu concerné par les importations de produits finis (habillement). Toutefois, ses importations en textile nécessaires à la confection, demeurent importantes.

En fin, l'investissement dans le secteur textile et habillement a été l'une des priorités de la Tunisie depuis plusieurs années, étant donné que, contrairement à plusieurs secteurs manufacturiers, les besoins capitalistiques et technologiques pour le secteur textile et habillement sont relativement faible. De plus, ce secteur est important de par son potentiel en termes de contribution à la richesse nationale et la création d'emplois.

Les travaux de SESSI (2000) stipulent que « *les distributeurs ont aujourd'hui besoin de s'appuyer sur leurs fournisseurs pour fonder leur compétitivité, non plus dans une logique de « transfert de la rente » (jeu à somme nulle) mais dans une logique de construction conjointe de valeur ajoutée (jeu à somme positive)* »<sup>553</sup>. Ainsi, l'évolution des relations « industrie-commerce » vers une logique d'alliance, de collaboration ou encore de partenariat, semble particulièrement nécessaire depuis quelques années.

Ainsi, afin de développer son industrie textile et habillement, la Tunisie, comme pour beaucoup de pays tels que la Turquie, le Maroc et l'Inde, s'est orientée vers les accords d'alliance avec des collaborateurs étrangers, notamment, à travers des accords de « sous-traitance », de « partenariats » avec des enseignes internationales. Cette initiative, a permis à la production tunisienne d'accéder à de nouveaux marchés.

Cette logique des collaborations (alliances) avec l'étranger dans le cadre de la relance de l'industrie textile et habillement est beaucoup plus récente en Algérie comparé à la Tunisie, notamment avec la collaboration en joint-venture algéro-turque. Toutefois, cette nouvelle forme de relance de l'industrie textile et habillement, envisage l'adaptation de la production nationale aux exigences de la demande potentielle du marché algérien, notamment, en termes de qualité et de prix. Elle envisage également, l'appui des politiques de partenariat pour la sous-traitance et la co-traitance au profit des enseignes internationales.

---

<sup>553</sup>SESSI, ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, « Etude Prospective des grandes tendances de la consommation » CREDOC – DiGITIP, N° 140, 2000. P 30. file:///C:/Users/Zaki/Downloads/Sou2000-1296.pdf .

## **Conclusion :**

Nous avons constaté dans notre recherche que l'industrie textile et habillement avait connu un départ prometteur, mais en raison de la stratégie de croissance adoptée par l'Etat qui consistait à donner la priorité aux industries lourdes et à négliger les industries légères notamment l'industrie textile et habillement, et de l'ouverture commerciale prévue dans les années 1990, l'industrie textile et habillement a enregistré pendant plusieurs années des résultats négatifs et n'a pas connu l'essor attendu, et ce, malgré toutes les réformes de relance qui ont été engagées, notamment celle de la fin des années 1980 et celle des années 2000.

Le recul de la production nationale dans le secteur textile et habillement et l'importante diffusion des opérations d'importations (formelles et informelles) ont contraint les pouvoirs publics algériens à prendre de nouvelles mesures dans le but de relancer l'industrie textile et habillement. Les mesures prises en ce sens, consistaient en la signature d'un accord de collaboration avec un partenaire étranger.

Ainsi, nous pouvons dire, que la relance de l'industrie textile et habillement dépend aujourd'hui d'une collaboration avec un partenaire étranger, cette collaboration s'inscrit dans le cadre de la joint-venture Algéro-turc.

D'autres mesures ont été prises afin de renforcer le soutien à la relance de l'industrie textile et habillement notamment à travers l'article 75 de la loi de finance 2015, l'article 52 de la loi de finance 2016 et les restrictions à l'importation prévues par la loi de finance complémentaire de 2018 dans le cadre du soutien à la production substitutive aux importations.

Actuellement le secteur textile habillement est un secteur en pleine mutation. Ainsi, l'Etat envisage pour ce secteur de passer de l'importation vers la production nationale et prévoit même de contribuer dans l'exportation dans un avenir proche.



## **Conclusion générale :**

A ce stade de la réflexion et au regard de l'analyse qui précède, cette conclusion générale portera principalement sur la description des éléments déterminants de notre recherche. Par ailleurs, il s'agira également d'élargir le champ de cette étude vers de nouvelles perspectives quant à l'adoption des principes du franchisage ou d'autres formes de collaborations étrangères afin de développer la production substitutive aux importations, notamment dans le secteur textile et habillement.

Parvenus au terme de notre étude et après avoir parcouru un ensemble de sujets qui devaient nous guider tout au long de notre démarche, à savoir comprendre comment la franchise peut être une forme attractive et intéressante pour l'investissement. La première idée qui s'imposait était de considérer la franchise comme étant une bonne alternative pour le développement de l'activité de distribution et de production. Ainsi, au cours du premier chapitre nous avons présenté l'évolution et le succès de cette pratique dans plusieurs régions du monde, notamment dans l'activité de production et de distribution. Pour ensuite appuyer notre position de départ, quant aux choix de la franchise comme moyen attrayant et efficace pour promouvoir l'investissement, par des explications théoriques en faveur de cette pratique.

Dans le second chapitre nous avons analysé les motivations de l'Etat quant à la production substitutive aux importations. Pour se faire, nous avons étudié d'une part, l'évolution des importations algériennes depuis l'indépendance. D'autre part, nous avons présenté les différentes politiques algériennes en faveur de la production nationale pour cette même période.

Cette analyse nous a permis de soulever certains points pertinents afin d'appuyer notre idée de départ qui stipule qu'il est nécessaire de s'orienter vers une production substitutive aux importations notamment pour les produits manufacturés ne nécessitant pas une grande technologie et des investissements importants.

Cette analyse montre qu'au lendemain de son indépendance l'Algérie avait opté d'une part, pour une politique commerciale protectionniste à travers des restrictions relatives aux importations ; d'autre part, pour une mise en place d'une base industrielle publique et diversifiée, notamment à travers le plan triennal «1967-1969», suivie des plans

quadriennaux « 1970-1973 » et celui de « 1974-1977 », qui ont accordé une part importante à l'industrie.

Les réformes économiques effectuées en Algérie au début des années 1990, suite aux directives du FMI et visant l'ouverture à l'économie du marché, impliquaient des autorisations d'importer sans restriction, et un recul de l'investissement et de la production nationale. Toutefois, afin de développer son industrie, l'Etat a mis en place des changements structurels adéquats à la réalité économique du pays ainsi qu'à la concurrence, notamment par l'adoption d'une politique d'ajustement structurel, impliquant, ainsi, une première tentative de privatisation de plusieurs entreprises publiques au début des années 1990 et une seconde en 1995, une troisième tentative de privatisation avait été engagée en 2001. Ces initiatives de privatisation envisageaient un transfert d'actifs physiques et financiers aux profits d'investisseurs privés nationaux et étrangers, du fait que, l'Etat rencontrait des difficultés pour le financement des entreprises publiques majoritairement déficitaires et endettées. Toutefois, cette politique de privatisation avait connu un échec durant cette période.

Bien que la privatisation n'ait pas connu un grand succès dans le cadre du soutien aux industries publiques et à la production nationale, d'autres formes d'investissement ont relativement mieux fonctionné tels que la concession et les contrats d'association (cas du secteur des hydrocarbures), le partenariat (cas de la SNVI), la franchise et la licence (cas de plusieurs entreprises du secteur agroalimentaire notamment la Candia Tchén lait, Coca Cola, etc.) et autres. Les importations quant à elles ont connu une croissance du fait des hausses successives enregistrées par les recettes pétrolières.

Suite à la chute des prix pétroliers en 2014 impliquant un déficit important, depuis lors, l'Algérie s'est trouvée contrainte de réduire suffisamment ses importations, notamment les importations de produits pouvant être produits localement. Ainsi, la diversification économique est devenue plus urgente. Ces mesures ont été maintenues lors de la loi de finances 2015 et 2016, prévoyant ainsi le soutien à la production nationale et la réduction des factures d'importation.

C'est dans le cadre de la volonté de l'Etat à diversifier la production nationale notamment par la production substitutive aux importations et à réduire la facture des importations pour les produits pouvant être conçus localement que nous nous sommes posés les questions suivantes :

*Les franchises internationales stimulent-elles la production nationale, notamment après les mesures de restriction relatives aux importations de produit fini pouvant être fabriqué localement?*

*L'adoption d'un mode d'alliance (collaboration) avec l'étranger contribue-t-il à relancer l'industrie et à croître la production nationale, notamment dans le secteur textile et habillement?*

C'est dans le troisième chapitre que nous avons proposé des réponses à ces questions.

Afin de répondre à la première question, nous avons en premier lieu analysé l'environnement institutionnel et juridique de la franchise et son développement en Algérie, notamment les franchises de distribution qui ont été pendant très longtemps perçues comme des opérations d'importation classique. Pour ce faire, nous avons utilisé le premier modèle d'analyse des comportements stratégiques, qui est le modèle SWOT (Strengths- Weakness- Opportunities- Threats), basé sur l'analyse du potentiel de la franchise, confronté à son environnement notamment ses opportunités et ses menaces. Ainsi, cette analyse avait pour but de traiter la question du niveau d'adéquation du système de la franchise, aux variables environnementales. De plus, nous avons apporté un diagnostic concernant la réceptivité de la franchise en Algérie et ses perspectives dans l'avenir.

D'après ces deux analyses, il en ressort que depuis l'apparition de la franchise en Algérie dans les années 2000, cette dernière peine à se développer notamment par rapport à l'inexistence d'une réglementation qui lui est spécifique. Toutefois, bien qu'il n'existe toujours pas de réglementation spécifique à la franchise notamment à la franchise commerciale, nous avons néanmoins constaté une présence croissante des franchises commerciales sur le marché algérien depuis ces dix dernières années et particulièrement celles qui exercent dans l'habillement, avec l'arrivée du groupe « Inditex » à travers son franchisé « AZADEA » en 2011 et du distributeur play mode group «PMG ». Ces dernières sont considérées comme étant des opérations d'importation classique destinée à la revente en l'état.

Selon notre enquête, les franchises internationales implantées en Algérie, n'ont toujours pas contribué de manière directe dans les actions engagées par l'Etat afin d'encourager la production nationale substitutive aux importations notamment dans le secteur textile et habillement. Toutefois il existe une volonté en ce sens, à l'image de certaines enseignes

internationales tels que « DECATHLON », une franchise internationale spécialisée dans les articles et habillements de sport et qui est installée sur le marché algérien en tant que franchise de distribution. Cette dernière a engagé des négociations dans le cadre de la production de ses produits au sein des usines TAYAL en 2019.

A cet effet, nous infirmons notre première hypothèse qui stipule que la présence des franchises internationales a contribué à stimuler la production nationale notamment dans le secteur textile et habillement. Jusqu'à aujourd'hui, ces franchises internationales ne contribuaient que dans la part des importations destinées à la revente en l'état.

Ensuite, et afin de répondre à la seconde question, nous avons analysé l'évolution du secteur textile et habillement en Algérie. Nous nous sommes particulièrement intéressées à la période 2001-2018 qui coïncide avec l'apparition des premières franchises internationales notamment celles de l'habillement et aux nouvelles mesures de relance de l'industrie textile et habillement.

Suite aux nombreuses difficultés rencontrées par l'industrie textile et habillement depuis maintenant plusieurs années, l'Etat a finalement opté, pour une relance de l'industrie notamment dans le but de réduire la facture d'importations des produits destinés à la revente en l'état (relative à ce secteur) et la création d'emploi. Cette nouvelle initiative de relance est basée en partie sur des accords de collaborations (alliances). A cet effet, l'Algérie a signé un accord de collaboration en joint-venture avec un partenaire turc, qui contribuera en amont et en aval aux processus de production textile et habillement. Cette alliance permettra le transfert du savoir-faire et des connaissances sous l'encadrement et le suivi du partenaire étranger. A cet effet, plusieurs enseignes nationales ont eu recours à la confection au sein de ces usines TAYAL en 2019.

Les actions engagées par l'Etat dans le but de relancer l'industrie textile et habillement se sont particulièrement basées sur des alliances avec un partenaire étranger notamment par la signature d'un accord de collaboration en joint-venture, visant à encourager la relance dans l'industrie textile et habillement, qui a connu de nombreux échecs dans le passé. A cet effet, nous pouvons confirmer notre seconde hypothèse qui stipule que la relance de l'industrie textile et habillement dans le contexte algérien dépend aujourd'hui des alliances avec des partenaires étrangers.

L'objectif de notre travail était de déterminer si le recours à la franchise de production pouvait être un moyen de substitution aux importations. Ainsi, et en réponse à notre question de départ, nous pouvons dire que même si certaines franchises notamment dans le secteur agroalimentaire ont réussi à passer de l'activité commerciale vers l'activité de production, dans le cadre du franchisage il y'a maintenant quelques années, cependant, les franchises dans le secteur textile et habillement n'ont, quant à elles, pas réussi ce passage. Ainsi, elles ne contribuent pas encore de manière directe au développement de la production nationale substitutive aux importations.

Le passage vers la production dans le cadre de la franchise dépend également d'un environnement favorisant l'investissement dans le secteur privé. Toutefois, la mainmise de l'Etat qui est toujours dominante, notamment, dans le secteur textile et habillement met à l'écart le secteur privé. De ce fait, il est possible que la problématique soit d'ordre politique ne relevant pas de notre compétence.

Il est important de signaler que cette étude, malgré l'intérêt qu'elle présente, comporte des limites, notamment en termes d'insuffisance dans la collecte d'information et de manque de statistiques relatives aux importations de franchise, un vide juridique et une absence de réglementation spécifique à cette pratique qui est souvent confondue avec d'autres formes d'investissement ou encore à des opérations d'importations destinées à la revente en l'état pour les franchises de distribution.

Au terme de notre analyse, nous concluons que si notre étude s'achève aujourd'hui, elle ne représente pas pour autant une fin en soi. Nous la percevons davantage comme une étape vers de nombreuses recherches à venir sur les formes d'investissement pouvant stimuler la production substitutive aux importations notamment celles du textile et habillement.

## Liste des tableaux :

|  |     |
|--|-----|
| Tableau 1: Perspectives économiques des entreprises de franchise aux Etats Unis (2007-2018).....   | 12  |
| Tableau 2 : Evolution de la franchise en France entre 1971 A 2018 .....  | 14  |
| Tableau 3 : Modèles opérationnels de développement en réseau selon Bradach.....  | 65  |
| Tableau 4 : Récapitulatif de l'évolution des importations algériennes entre 2000 à 2019....  | 121 |
| Tableau 5 : Les mesures destinées à traiter l'interface entre la législation antitrust et les accords de franchise en Algérie.....   | 162 |
| Tableau 6 : Synthèse sur l'environnement institutionnel algérien relatif à la franchise.....   | 176 |
| Tableau 7 : Analyse SWOT du secteur de la franchise en Algérie.....  | 180 |
| Tableau 8 : Diagnostic de réceptivité de la franchise en Algérie.....  | 181 |
| Tableau 9 : Taux référentiels de la production industrielle nationale « secteur textile et habillement ».....  | 192 |
| Tableau 10 : Régression de la part du secteur textile dans la production industrielle nationale.....   | 192 |
| Tableau 11 : Evolution de la production textile et habillement 1990-2000.....  | 194 |
| Tableau 12: Taux de croissance de l'industrie textile entre 2000-2016.....   | 197 |
| Tableau 13: Evolution annuelle des principaux paramètres du secteur textile et confection, évolution de la production brute par secteur juridique (2005 - 2016), en millions DA..... | 200 |
| Tableau 14 : Evolution de la valeur ajoutée et du chiffre d'affaire pour le secteur textile, confection entre 2001-2016 en millions de DA.....                                       | 202 |
| Tableau 15 : Evolution des importations textiles, bonneterie et confection selon la (NSA)..  | 206 |
| Tableau 16 : Les importations des produits textiles destinés à la consommation finale ou intermédiaire.....  | 208 |

|  |     |
|--|-----|
| Tableau 17 : Comparaison entre la production nationale et les importations de textiles et habillement (2001-2016)..... | 210 |
|--|-----|

## Liste des graphiques :

|   |     |
|---|-----|
| Graphique 1 : Evolution des importations algériennes entre 2001-2018.....   | 122 |
| Graphique 2 : Production des industries textiles en 1000m <sup>2</sup> .....  | 187 |
| Graphique 3 : Comparaison entre l'évolution des importations et la production nationale pour le textile et habillement (2001-2016)..... | 211 |
| Graphique 4 : Production tunisienne de textile-habillement en millions de dinars tunisien..   | 219 |
| Graphique 5 : Evolution de l'emploi de la filière textile-habillement tunisienne.....   | 220 |

## Liste des figures et schémas :

|   |     |
|---|-----|
| Figure 1 : Part des exportations tunisienne d'habillement vers l'Europe pour l'année 2005.....  | 219 |
| Schéma 1 : Synthèse des formes de partenariat avec l'étranger dans le cadre de la relance de l'industrie textile et habillement ..... | 214 |



## **Bibliographie :**

### **Ouvrages**

- Abdelmalek Lahsen, René Sandretto, « Politiques Commerciales Des Grandes Puissances : La Tentation Du Néoprotectionnisme », de boeck, 2011.
- Bethencourt, Marjorie, *Entreprendre en franchise*, Paris, 2001, n°7097.
- Bénabent Alain, « Droit civil, les contrats spéciaux », 6<sup>ème</sup> édition, 2004, Montchrestien.
- Berlioz Georges, *Le contrat d'adhésion*, LGDJ, Paris, 1973.
- Chanut Odile, Boulay Jacques, «Les réseaux de la franchise», édition la découverte, paris 2010.
- Ferrier Didier, «Le droit de la distribution», Litec, 4<sup>ème</sup> édition, 2006, n° 672.
- Hermel Laurent, Romagni Patrick (1992), « La franchise de service», economica 1992.
- Kahn Michel, «Franchise et partenariat», Dunod 5<sup>ème</sup> édition, 2009.
- Le Tourneau Philippe, «Le Franchisage», édition Economica, 1994.
- Le Tourneau Philippe, «Les contrats de franchisage», Litec, 2<sup>ème</sup> édition du Juris-classeur, juin 2003, n° 8008.
- Leloup Jean-Marie, « La Franchise droit et pratique », 3<sup>ème</sup> édition Delma 2000.
- Mainguy Daniel, « Contrats Spéciaux », 4<sup>ème</sup> édition dalloz, 2004.
- Marino Laure, « droit des contrats spéciaux, 2<sup>ème</sup> édition Vuilbert, 2005.
- Nègre Claude, « Franchise et Nouvelle Théories de la Firme », Encyclopédie Vente Et Distribution, édition Economica, Février 2001.
- Philippe Malaurie, Aynès Laurent et Gauthier Pierre-Yves, « Les contrats spéciaux », 2<sup>ème</sup> édition Defrénois, 2005.
- Pichonnaz Pascal Et Werro Franz, « la pratique contractuelle 3, symposium en droit des contrats », Edition Romandes, 2012.
- Rochfeld Judith, « Cause et type de contrat », LGDJ, 18 juin 1999.

- Puig Pascal, « Contrats spéciaux », Dalloz, 6ème éditions, 2015.
- Sayag Alain, Creda, «Le contrat cadre», tome 1. Exploration comparative : France, Allemagne, Italie, Angleterre, Etats-Unis, 2<sup>ème</sup> édition LexisNexis, 29 septembre 1995.
- Simon François-Luc, Théorie et Pratique du droit de la franchise, Joly éditions, Lextenso éditions, février 2009.
- Vigny Jacques , « La distribution: Structures et techniques », 2eme édition sirey, 1990.

### Articles

- Abbas Mehdi (2012), « l'ouverture commerciale de l'Algérie Apports et limites d'une approche en termes d'économie politique du protectionnisme », Revue tiers monde, Vol 2, N°210.
- Aldrich Houward et Jeffrey Pfeffer (1976), “Environment of Organizations” Annual Review of Sociology · Aout 1976.
- Aldrich Howard et Marlene Fiol (1994), “Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation”, The Academy of Management Review, Volume 19, N° 4.
- Allam Délila (2008), « Les raisons d’être de la franchise dans les transactions de services aux entreprises ». Management Avenir, INSEEC/Management Prospective Edition.
- Allix-Desfautaux Catherine (1998), « Le Choix De La Franchise », Revue Française De Gestion, vol 118, N°61.
- Alon Ilan et Dianne Welsh (2001), “International Franchising in Emerging Market: China, India and Other Asian Countries CCH”, Chicago.
- Alon Ilan et Moshe Banai (2000), “Executive Insights: Franchising opportunities and threats in Russia”. Journal Of International Marketing, Vol 8, N° 3.
- Aliouche Hachemi et Fernandez Dominique Bonet (2017), « Social Entrepreneurship and Franchising: A Panacea for Emerging Countries? The Case of Algeria », Management and Governance of Networks: Franchising, Cooperatives and Strategic Alliances.
- Aliouche Hachemi, Bonet Fernandez Dominique, Chanut Odile et Gharbi Nadjoua (2015), «Institutional Environments and The Internationalization of Franchise Chains: The Contrasting Cases of Three North African Countries”. Journal of Applied Business Research, Clute Institute.

- Ananga Onana Anaclet, Bi Batoum Joseph Bikay et Robert Wanda (2013), « Les Déterminants De La Compétitivité Des Franchises Internationales : Une Analyse Empirique Du Cas Du Cameroun », Revue Congolaise de Gestion, N°18.
- Badach Jeffrey, etEccles Robert (1989), «Price, authority, and trust." Annual Review of Sociology, Palo Alto, CA: Annual Reviews. Volume 15, N°97.
- Baker Brent et Rajiv Dant (2008), “Stable Plural Forms in Franchise Systems: An Examination of the Evolution of Ownership Redirection Research”, Strategy and Governance of Networks: Cooperatives, Franchising, and Strategic Alliances, edition Physica-Verlag, 2008.
- Barton Leonard (1992), Cite dans, David Teece, Gary Pisano et AmyShuen, “DynamicCapabilities and Strategic Management”, Strategic Management Journal, Volume.18, N° 7. Aout 1997.
- Beauchard Jean (1996), Droit de la distribution et de la consommation, 1<sup>ère</sup> édition, Presses Universitaires de France, 1 octobre 1996.
- Beggs Alan (1992), "The licensing of patents under asymmetric information”, International Journal of Industrial Organization 10 171-191.North-Holland, Wadham College, Oxford, UK, 1992.
- Benabdallah. Y (2007), L'économie algérienne entre réformes et ouverture : quelle priorité ? CREAD Alger. Communication Rabat, Maroc.
- Benachenhou Abdellatif (1979), L'exode rural en Algérie, SNED, Alger.
- Benissad Hocine (1997), Le plan d'ajustement structurel , Confluences Méditerranée, N° 23.
- Borel Francois-Xavier, Karine Themejian, Patrick Velay (2003), « Débats récents autour de la Politique Commerciale Stratégique », Séminaire de Politique Commerciale Internationale, Université Lumière Lyon 2 En partenariat avec l'Ecole de Management de Lyon.
- Bouyacoub Ahmed (1997), « L'économie algérienne et le programme d'ajustement structurel », Confluences Méditerranée, n° 21.
- Bradach Jeffrey (1997),”Using the Plural Form in the Management of Restaurant Chains” Administrative ScienceQuarterly,Vol. 42, No. 2.
- Brander James et Barbara Spencer (1983), « International R & D Rivalry and Industrial Strategy », Review of Economic Studies, vol. 50.

- Brika Said Mekarssi Lemya (2016), Analysis of Algerian Trade Performance: From 1970 To 2014, Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport, Vol. 4, No. 1.
- Brickley et Dark (1987), Carney et Gedajlovic (1991) et Thompson (1992), citer dans Catherine Allix-Desfautaux (1998), « Le choix de la franchise », revue française de gestion, vol 118.
- Brookes Maureen, LeventAltinay, Xuan Lorna Wang, Ruth Yeung (2016), "Opportunity Identification and Evaluation In Franchisee Business Start-Ups", Journal Of Service Theory And Practice, Volume 26, N°6.
- Buckley Peter et Mark Casson (2003), "The Future of the Multinational Enterprise in retrospect and in prospect", Journal of International Business Studies.
- Burns et Stalker, (1961), citer dans. IgalAyaletDoveIzraeli (1990), "International Market Expansion For New High Tech Products Through Franchising", High Technology Management Research Volume I, N° 2.
- Chabaud Didier , Arnaud Lavit d'Hautefort et Stéphane Saussier (2009), « The Rational of Plural Forms : An Empirical Study at the Chain Level », SSRN Electronic Journal.10.
- Chanut Odile, Gharbi Nadjoua et Dominique Fernandez Bonet (2013), « Environnements institutionnels et internationalisation des réseaux de franchise : le cas contrasté des pays du Maghreb », Management & Avenir 2013/5 (N° 63), p. 187-208.
- Chanut Odile et Carole Poirel (2012), «Quand Les Organisations En Réseau Réagissent Collectivement Face A La Crise », Revue Française De Gestion, Vol 38, N°223, Avril 2012.
- Chanut Odile (2004), «Etude exploratoire sur les enjeux de l'arrivée à maturité d'un réseau de franchise : pouvoir, confiance et contrat. Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne», Nov 2004, Dijon, France.
- Chasera Camille (2007), « Les fondements incomplets de l'incomplétude Une revue critique de la théorie des contrats incomplets », Revue d'analyse économique, volume 83, N° 2, juin 2007.
- Chaudey Magali et Muriel Fadaïro (2007), « Réputation Des Réseaux De Franchise Et Restrictions Verticales », Revue Economique, Vol 58, N°4, juillet 2007.
- Clift Jeremy (2012), « L'ennemie des inégalités », paroles d'économistes, Finances & Développement.

- Cliquet Gérard (2002), « Les réseaux mixtes franchise-succursalisme : apports de la littérature et implications pour le marketing des réseaux de points de vente », Recherche et Applications en Marketing 17, N°1,2002.
- Cliquet G., Perrigot R., Picot-Coupey K (2013), La franchise : enjeux et perspectives, in : Recherches et innovations en sciences de gestion, Editors : F. Moraux and L. Bironneau, Presses Universitaires de Rennes.
- COASE Ronald (1937), “The Nature of the Firm” ,Economica New Series, Vol 4, N° 16.
- Coeurderoy Régis et Michel Ghertman (1997), « Transferts Internationaux De Competences Et Theorie De L'internalisation : Une Recherche Sur Le Cas Des Societes De Services Informatiques », acte de communication à la VIème Conférence de l'AIMS – Montréal, Canada, du 01 au 03 Juin 1997.
- Combs James, Steven Micheal et Gary Castrogiovanni (2004), “Franchising: A Review and Avenues to Greater Theoretical Diversity”, Journal of Management, volume 3, N°6.
- Combs James, Steven Michael et GaryCastrogiovanni (2009), “ Institutional Influences on the Choice of Organizational Form: The Case of Franchising”, Journal of Management, Volume 35, N°5.
- Coissard Steven (2004), « L'économie Internationale Selon Paul Krugman », Annuaire Français de Relation Internationales (AFRI), Centre Thucydide, volume V, 2004.
- Dahlman Carl (1979),“The Problem of Externality”, Journal of Law and Economics, Vol. 22, No. 1. (Apr., 1979).
- Dant Rajiv, Patrick Kaufmann (2003). “Structural and strategic dynamics in franchising”.Journal of Retailing, Volume 79,N°2.
- Delaite Marie-Françoise, Jacques Poirot (2010), « Patriotisme économique et développement durable », Développement Durable Et Territoires, Vol. 1, n° 3.
- DiMaggio Paul et Walter Powell (1983), “The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields”, American Sociological Review, volume 17.
- DianneWelsh, Ilan Alon et Cecilia Falbe. (2006), «An examination of international retail franchising in emerging markets». Journal of Small Business Management, N°44.Janvier.
- Dumoulin Régis et Claire Gauzente (2008), « Proposition d'un agenda de recherche néoinstitutionnaliste sociologique à l'étude du déploiement de la franchise en France »,

communication à la XVIIème conférence de l'AIMS, du 28-31 Mai 2008, Nice, France.

- Dumoulin Régis et Claire Gauzente (2009), « Les Facteurs D'institutionnalisation De La Franchise Et Leurs Conséquences Sur La Performance », Management&Avenir, N° 22.
- Dunning John (1995), « Reappraising the eclectic paradigm in age of alliance capitalism », Journal of International Business Studies, volume 26.
- El Ouazzanichahdi Loubna (2011), « LA FRANCHISE AU MAROC : Régime juridique », Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing, N° 4-5. 2011.
- Emmanuel d'Hombres (2011), « Maurice Allais, François Perroux, et la question du néoprotectionnisme », Journées de l'économie 2011, Université Catholique de Lyon.
- Eroglu Sevgin (1992), «The Internationalization Process of Franchise Systems: A Conceptual Model», International Marketing Review, Volume 9, N°5.
- Fonouni-Farde Gérard (2013), « ComprendreL'économie Internationale », le Harmattan, paris 2013.
- Fulop Christina et Jim Forward (1997), «Insight into Franchising: A Review of Empirical and Theoretical Perspectives», The Service Industries Journal, Vol 17, N°4, 1997.
- Gallini Nancy et Nancy Lutz (1992), «Dual Distribution and Royalty Fees in Franchising», Journal of Law Economics and Organization. Volume 8, N°3, Janvier 1992.
- Gallini Nancy et Brian Wright (1990), «Technology Transfer under Asymmetric Information», The RAND Journal of Economics, Volume 21, N° 1, 1990.
- Gauzente Claire, Régis Dumoulin (2009), « Introduction », Management Prospective Edition Management & Avenir, N° 22, février 2009.
- Ghantous Nabil, Fabienne Chameroy, Pierre-Yves Léo et Jean Philippe (2013), « L'internalisation Des Réseaux De Franchise : Processus et Clefs du Succès » , Fédération Française de la Franchise 2012-2013.
- Giraud Pierre-Noël (2011), « Maurice Aliace : Celui qui avait tort d'avoir raison », Presses Universitaires de France, n° 45.
- Glais Michel (1990), « Les apports théoriques récents en économie industrielle et la nouvelle gestion de la politique de la concurrence ».Revue d'économie industrielle, vol. 51, 1er trimestre 1990.

- Gomez Pierre Yves (1996), «Le gouvernement de l'entreprise», Edition Interéditions, Paris, 1996.
- Granovetter Mark (1985), «Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness», American Journal of Sociology, Volume 91, N° 3.
- Grossman Sanford et Oliver Hart (1986), «The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration», Journal of Political Economy. Volume 94, N° 4.1986.
- Gueye Birahim (2009), « La Généralisation De La Confiance, Pivot De La Performance Dans Les Réseaux De Franchise : Proposition D'un Modèle », Management et Avenir, N°22.
- Guillochon Bernanrd (2001), « Le Protectionnisme », 2001, Paris : La Découverte.
- Hadfield Gillian (1990), «Problematic Relations: Franchising and the Law of Incomplete Contracts», Stanford Law Review, Volume 42, N° 4, Avril 1990.
- Hannan Michael et John Freeman (1984), «Structural Inertia and Organizational Change», American Sociological Review, Volume 49, N° 2.
- Hermel Laurent, Patrick Romagni (1992), « La franchise de service », economica 1992, page 29.
- Hing Nerilee (1995), «Franchisee satisfaction: contributors and consequences», Journal of Small Business Management, volume 33, N°2.
- Jeanne-Marie Henriot-Bellargent (1985), «consécration de la distribution selective des produits de parfumerie de marque aux plans économique et juridique». Gaz. Pal 1985.
- Josias, Allen et Faye McIntyre (1995), «Franchising in Brazil, Proceedings of the International Society of Franchising. Citer dans Dianne Welsh etIlanAlon, International Franchising And Other Forms Of Entrepreneurship», 2ème edition Kandall Hunt Publishing, 2015.
- Kaysen et Turner, Comanor et Wilson (1979), « Les apports théoriques récents en économie industrielle et la nouvelle gestion de la politique de la concurrence ». Revue d'économie industrielle, vol. 51, 1er trimestre 1990.
- Krugman Paul (1998), « La Mondialisation n'est pas coupable : vertus et limites du libre-échange », La Découverte, Paris, 1998.
- Lallement Jeanne (2018), « La rareté : définition et effets sur le comportement du consommateur », CERMAT – IAE de Tours IUT de La Rochelle, 2018.

- Lawrence Paul and Jay Lorsch (1967), «Differentiation and Integration in Complex Organizations», Administrative Science Quarterly, Volume 12, N° 1.
- Le Treust Maël (2011), « Théorie de l'information, jeux répétés avec observation imparfaite et réseaux de communication décentralisés ». Thèse De Doctorat en physique, Université Paris Sud - Paris XI, 2011.
- Lutz Nancy (1995), « Ownership rights and incentives in franchising», Journal of Corporate Finance 2, 1995.
- M'Hand Farès, Saussier Stéphane (2002), « Coûts De Transaction Et Contrats Incomplets ». Revue française d'économie, volume 16, N°3, 2002.
- Majocchiet Antonio EnricaPavione (2002), « International Franchising In Italy: Trends And Perspectives»·Economie Et Méthodes Quantitatives, Département d'économie de l'Université d'Insubria, Septembre 2002.
- Menguy Gilles (2008), « La Franchise Au Mexique », Avocat & Solicitor, GM Avocats, juin 2008.
- McIntyre Faye et Sandra Huszagh (1995), «Internationalization ofFranchise Systems», Journal of International Marketing” Volume 3, N°4, 1995.
- Menguy Gilles (2011), « La Franchise en Argentine », Avocat & Solicitor, GM Avocat, Octobre 2011.
- Minkler Aalanson et Timothy Park (1994), «Asset Specificity and Vertical Integration in Franchising» Review of Industrial Organization, vol. 9, no. 4, 1994.
- Minkler (1992), cité dans FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.
- Mintzberg Henry (1973), «Strategy-Making In Three Modes». California Management Review, volume16, N°2.
- Mintzberg Henry (1989), citer dansSabri KHAYATI et Samia KAROUI-ZOUAOUI, « Le Phénomène Ambidextre Dans Les Organisations : Une Analyse Théorique », communication réalisée lors de la 23<sup>ème</sup> (la XXIIème)conférence de l'AIMS«Association Internationale de Management Stratégique»,du 10 eu 12 juin 2013, Clermont-Ferrand.
- Nègre Claude (2008), « Evaluer Un Système De Franchise », Revue Française De Gestion, Vol 34, N°181, Février 2008.
- Nguyen Minh-Ngoc et Gérard Cliquet (2004), « La franchise, une méthode d'implantation dans le commerce de détail : le cas du Vietnam », Revue francophone de gestion, 2004.



- Nickerson Jack et Brian Silverman (2003), «Why Firms Want to Organize Efficiently and What Keeps Them from Doing so: Inappropriate Governance, Performance, and Adaptation in a Deregulated Industry», *Administrative Science Quarterly*, Volume 48, N° 3.
- Nitin, Sanghavi (1997), «Franchising as a Tool for SME Development in Transitional Economies: The Case of Central European Countries», citer dans Ilan Alon et Dianne Welsh, «Global Franchising In Emerging And Transitioning Economies». *International Journal Of Business And Economics*, Juillet 2002.
- Norton Seth (1988), «An Empirical Look at Franchising as an Organizational Form», *The Journal of Business*, volume 61, N° 2, avril 1988.
- Ulrike Mayrhofer, (2007), « Les rapprochements d'entreprises : perspectives théoriques et managériales », *management prospective ed « management & avenir »*, N°14, Avril 2007.
- Pénard Thierry, Emmanuel Raynaud, Stéphane Saussier (2004), « Théories des contrats et réseaux de franchise ». *Revue française d'économie*, volume 18, n°4, 2004.
- Penard Thierry, Emmanuel Raynaud, Stéphane Saussier (2004), « La mixité des réseaux de franchise : logique économique et influence sur la nature de la relation franchiseur-franchisé », *ATOM/DECAS*, mai 2004.
- Peterson A et Dant R.P (1990), « Perceived advantages of the franchise option from the franchisee perspective: Empirical insights from a service franchise». *Journal of Small Business Management*, N° 3, 46–61.
- Pichonnaz Pascal (2012), « La pratique contractuelle 3 », *Le contrat de franchise : état de son évolution*, Schulthess edition, 2012.
- Pilling Bruce, Steve Henson et Boonghee Yoo, (1995), «Competition Among Franchises, Company-Owned Units and Independent Operators», *Journal of Marketing Channels*, volume 4.
- Preble et Hoffman (1994), Cité dans Welsh Dianne, Alon Ilan et Falbe Cecilia. « An examination of international retail franchising in emerging markets», *Journal of Small Business Management*, 44, janvier 2006.
- Raimbourg (1989), citer dans Catherine ALLIX-DESFAUTAUX (1998), « Le choix de la franchise », *revue française de gestion*, vol 118, page 60.
- Rouleau Linda (2007), «Théories des organisations : approches classiques, contemporaines et de l'avant-garde », *Presses de l'Université du Québec*, 2007.

- Seroude Charles, Censier André (1979), « Le franchising en europe et en amérique du nord », revue francaise de gestion, n° 22, page 42.
- Sautel Olivier (2007), « L'évolution de la théorie des contrats incomplets face à la dé-intégration verticale », Revue D'économie Industrielle, 2007.
- Sapir Jacques (2006), « Retour vers le futur : le protectionnisme est-il notre avenir ? », L'Économie politique, volume 3, N° 31.
- Scott Richard et Gerald Davis (2007), cite dans: Gerald Davis, Adam Cobb, «Resource Dependence Theory: Past and Future», Research in the Sociology of Organizations, 2010.
- Scott Shane, (1996), «Hybrid Organizational Arrangements and Their Implications for Firm Growth and Survival: A Study of New Franchisors», Georgia Institute of Technology, Academy of Management Journal, Volume 39, N° 1.
- Shane Scott et Spell Chester (1998), «Factors for new franchise success». Sloan Management Review, N° 39, avril 1998, pages 43–50.
- Shane Scott et Maw-Der Foo (1999), «New Firm Survival: Institutional Explanations for New Franchisor Mortality», Management Science, Volume 45, N° 2.
- Spence Michael (1981), «Signaling, Screening, and Information», the National Bureau of Economic Research, University of Chicago Press, 1981.
- Spence Michael (1974), «Market Signaling; informational; transfer in hiring and related screening process», Harvard U.Press. 1974.
- Stinchcombe Arthur (1965), «Social structure and organizations», Strategic Management, Volume 17.
- Talahite Fatiha (2010), «Réforme et formation économiques en Algérie». Economies et finances. Université Paris-Nord - Paris XIII, 2010.
- Tyson, Laura D`andrea (1992), «Who's Bashing Whom: Trade Conflict in High Technology Industries», The Peterson Institute for International Economics, 1 novembre 1992.
- Teece David (1986), «Transactions Cost Economics And The Multinational Enterprise», Journal of Economic Behavior and Organization 7, North-Holland.
- Teece David et al. (1997) et David Teece (2007), cités dans Frédéric Prévot, Franck Brulhart et Gilles Guieu Lavoisier « Perspectives fondées sur les ressources», proposition de synthèse Revue française de gestion, N° 204, Mai 2010.
- Teegan, Hildy (2001), «Strategic and Economic Development Implications of Globalizing through Franchising: Evidence from the Case of Mexico», citer dans

Dianne Welsh et Ilan Alon «in International Franchising in Emerging Markets: Central and Eastern Europe and Latin America». Chicago, 2001.

- Thierry Pénard, Raynaud Emmanuel, Saussier Stéphane (2004), «Théories des contrats et réseaux de franchise». In: Revue française d'économie, volume 18, N°4, 2004.
- Van de Wynckele Bazela Anne (2004), « pacte de préférence et contrat de franchise », dallozn° 34, 30 septembre 2004, p. 2487
- Vaughn Charles (1974), citer dans Charles Seroude et André Censier (1979), « le franchising en europe et en amérique du nord », revue francaise de gestion, N° 22, page 42.
- Weinstein Olivier (2012), « Les Théories De La Firme », revue des Idées économiques et sociales, N° 170, avril 2012.
- Welch Lawrence (1989), «Diffusion of Franchise System Use in International Operations», International Marketing Review, Volume 6, N° 5.
- Welsh Dianne et Alon Ilan, «International Franchising in Emerging Markets: Central and Eastern Europe and Latin America». Chicago, Ill. CCH, Inc., 43-61.
- Welsh Dianne, Alon Ilan et Falbe Cecilia (2006), «An examination of international retail franchising in emerging markets», Journal of Small Business Management, N°44, janvier 2006.
- Welsh, Raven et Al Bisher (1996), Citer dans DianneWelsh, Ilan Alon et Cecilia Falbe. «An examination of international retail franchising in emerging markets». Journal of Small Business Management, N°44.Janvier 2006.pages 130-149.
- Williamson Oliver (1973), «Markets And Hierarchies: Some Elementary Considerations», Organizational Forms And Internal Efficiency, Volume 63, N° 2, Mai 1973.
- Williamson Oliver (1976), «Franchise Bidding for Natural Monopolies-in General and with Respect to CATV», The Bell Journal of Economics, Volume 7, N° 1, 1976.
- Williamson Oliver (1985), «The Economic Institutions of Capitalism», Free Press, New York, 1985.
- Zucker Lynne (1977), «The Role of Institutionalization in Cultural Persistence», American Sociological Review, volume 42, N°5.

## Thèses

- Al Suraihy Yasser, « La fin du contrat de franchise », Thèse pour le doctorat en droit présentée et soutenue publiquement le 9 septembre 2008, Université de Poitiers, Faculté de droit et des sciences sociales.
- Bouvier Amandine, (2015), thèse en droit privé et sciences criminelles pour obtenir le grade de docteur, « Regards sur le contrat de franchise », Soutenue le lundi 7 décembre 2015, Université de Montpellier.
- Chanut Odile (2007), Cycles de vie et événements-ruptures dans la franchise : conséquences sur le pilotage de la relation franchiseur-franchisés. Une approche par le contrat psychologique. Thèse de doctorat en gestion et management.
- McCosker, Colin, (1996), “Franchising into Asia: An Overview of Selected Target Markets,” Actes de la Société Internationale de Franchising. Minneapolis, Min. : Institut de gestion des franchises de l'Université de Saint-Thomas.
- Moulihsan, Â.L, (2011), « The World Trade Organization and its impact on the foreign trade sector case study (Algérie Egypt) », thèse de doctorat Science, en science économique, faculté des sciences économiques, université de Batna.
- Mohamed Yazid Boumghar (Juin 2019). « Conduite de la politique économique en situation de crise : Les enseignements de l'expérience Algérienne ». CREAD, Algérie. Communication Hamamet.
- Grillet-Ponton Dominique, (1982), « Essai sur le contrat innommé », Thèse Lyon III.

## **Rapports, Textes Législatifs Et Réglementations**

- Article 1107 du Code civil des français 1804
- Article 52 de Loi n° 15-18 du 18 Rabie El Aouel 1437 correspondant au 30 décembre 2015.
- Article 55, de Loi n° 15-18 du 18 Rabie El Aouel 1437 correspondant au 30 décembre 2015 portant loi de finances pour 2016. journal officiel de la republique algerienne N° 72. <https://www.joradp.dz/FTP/jo-francais/2015/F2015072.pdf> .
- Article 61. Loi n° 07-12 du 21 Dhou El Hidja 1428 correspondant au 30 décembre 2007 portant loi de finances pour 2008. journal officiel de la republique algerienne n° 82. 22 Dhou El Hidja 142831 décembre 2007.
- Article 13. Ordonnance n° 05-05 du 18 Joumada Ethania 1426 correspondant au 25 juillet 2005 portant loi de finances complémentaire pour 2005. journal officiel de la republique algerienne n° 52. 19 Joumada Ethania 1426. 26 juillet 2005
- L'article 63, portant les dispositions de l'article 2 de l'ordonnance n° 05-05 du 25 juillet 2005 portant loi de finances complémentaire pour 2005 modifiées et révisées. 4 Chaâbane 1430. 26 juillet 2009. J.O n° 44.
- Art 1, lettre e, règlement (UE) no 330/2010 de la commission du 20 avril 2010 concernant l'application de l'article 101, paragraphe 3, du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées, Journal officiel de l'Union européenne, 23/04/2010.
- Antonio Majocchi et Enrica Pavione, "International Franchising In Italy: Trends And Perspectives" · Economie Et Méthodes Quantitatives, Département d'économie de l'Université d'Insubria, Septembre 2002.
- FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.
- Ambassade d'Algérie en Suisse. « Ouverture économique »,
- Banque d'Algérie. les instructions - année 2017.
- Brussels invest & export alger. mr sébastien hardy, attaché économique et commercial. « l'exportation vers l'algérie : nouvelles réglementations ». mission économique de l'ambassade du royaume de belgique en algérie. janvier / mars 2018.
- Communiqué relatif aux mécanismes d'encadrement des opérations d'importation de marchandises, Ministère du Commerce. 29/01/2019.
- Centre national de l'informatique et des statistiques. ministère des finances direction générale des douanes. « Les réalisations des échanges extérieurs de l'Algérie Période : 1963–2010 ».

- Centre national du registre du commerce CNRC, les créations d'entreprise en Algérie, statistiques 2007. Avril 2008.
- Centre national de l'informatique et des statistiques. ministère des finances. direction générale des douanes. statistiques du commerce extérieur de l'algerie (période : année 2012).
- Cour d'appel d'Orléans, 14 septembre 2000, Dalloz 2001, p. 1017 et s., note Y. Marot.
- Décret exécutif n° 15-306 du 24 Safar 1437 correspondant au 6 décembre 2015 fixant les conditions et les modalités d'application des régimes de licence d'importation ou d'exportation de produits et marchandises.
- Centre National de l'Informatique et des Statistiques. ministère des finances. direction générale des douanes. statistiques du commerce extérieur de l'algerie : (période : 1er trimestre 2018).
- Economic census franchise report. publié en septembre 2010, est le premier rapport complet de ce type, publié par le gouvernement. consulté le 10/11/2018.
- Fédération française de la franchise, Code de déontologie européen de la franchise.
- FFF (Fédération Française De La Franchise), Travaux de recherche Appel d'offres 2004 « Mesure de la performance économique de la franchise pour l'entité franchisante ». CREPA, Centre de Recherche en Management & Organisation, Université Paris Dauphin.
- L'association professionnelle des banques et des établissements financiers ABEF. mesures relatives aux importations des produits de téléphonie mobile et d'électroménagers en CKD/SKD. 29/09/2019 reçu le 30/09/2019. le délégué générale. N° 479/DG/2019.
- Projet de rapport sur le fonctionnement du franchisage dans le secteur du commerce de détail (2016/2244(INI)). « Commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs », 09/01/2017, parlement européen (2014-2019).
- Forum Des Chefs d'Entreprise (FCE). Evolution des échanges commerciaux de 1985 à 2009 : 62% des importations de l'Algérie sont des biens d'équipement.
- Loi n°16-09 du 29 Chaoual 1437 correspondant au 3 août 2016 relative à la promotion de l'investissement.
- Loi de finances pour 2016. journal officiel de la république algérienne n° 72.
- La Franchise Guide juridique Conseils pratiques, D. BaschetGualino éditeur, 2005.
- La Commission Européenne, « Rapport De La Commission Au Parlement Européen Et Au Conseil.

- La Direction Technique Chargée de la Comptabilité Nationale. evolution des echanges extérieurs de marchandises de 2003 A 2013. Collections Statistiques N° 188/2014 Série E : Statistiques Economiques N° 79. Office National des Statistiques – novembre 2014.
- L'association professionnelle des banques et des établissements financiers ABEF. Le Délégué Générale. N° 643/DG/2019. A/S Des Conditions D'applications Des Mesures Relatives Aux Importations En FOB. Reçu le 25 decembre2019.
- Ministère des Finances Direction Générale des Douanes. Direction des Etudes et de la Prospective. statistiques du commerce extérieur de l'algerie Période : Deux premiers mois 2019.
- Ministère des finances. direction générale des impôts. « communiqué : aux importateurs de certains produits finis similaires a ceux produits dans des activités relevant des filières industrielles prévues par l'article 75 de la loi de finances pour 2015 ». .
- Ministère des finances. Direction générale de la prévision et des politiques. Flash conjuncture. principaux indicateur économiques et financiers a fin decembre 2011.
- Ordonnance n° 10-01 du 16 Ramadhan 1431 correspondant au 26 aout 2010 portant loi de finances complémentaire pour 2010.
- Ordonnance n° 03-03 du 19 Joumada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative à la concurrence. Journal Officiel N°43.
- ONS. La Direction Technique Chargée de la Comptabilité Nationale. « evolution des echanges extérieurs de marchandises de 2001 a 2011 ». Série E : Statistiques Economiques N° 72. Collections Statistiques N° 176/2012.
- OCDE. Algérie, Perspectives économiques en Afrique, 2003.
- Règlement (CEE) n° 4087/88 de la Commission du 30 nov. 1988, concernant l'application de l'article 85, paragraphe 3 du traité à des catégories d'accords de franchise : JOCE du 28 décembre 1998.
- Règlement (CEE) n° 2790/99 de la Commission du 22 déc. 1999, concernant l'application de l'article 81, paragraphe 3 du traité sur les restrictions verticales : JOCE du 13 oct. 2000.
- Règlement (UE) n° 330/2010 de la Commission du 20 avr. 2010, concernant l'application de l'article 101, paragraphe 3, du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne à des catégories d'accords Verticaux et de pratiques concertées : joue du 23 avril 2010.

## Conférence, séminaire et colloques

- Barbet Philippe, Saïd Souam, Fatiha Talahite, « Enjeux et impacts du processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC », Communication à la Journée d'étude internationale « Regards croisés sur l'accession de l'Algérie à L'OMC », organisée par le Laboratoire Grand Maghreb, Université Mentouri, Constantine et le LEPII, Université Mendès France, Grenoble, à Constantine, Algérie, 22 novembre 2008. CEPN Centre d'Economie de l'université Paris Nord, N°2009-5.
- Dubost Nathalie, Claire Gauzente, Véronique Guilloux Michel Kalika (2000),« Satisfaction Du Franchisé :L'impact De La Relation Entre Le Franchisé Et Son Franchiseur », acte de communication dans le 16ème Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Montréal, Canada.
- CNUCED. conférence des nations unies sur le commerce et le développement. cadre de politique commerciale : algerie - politiques commerciales et diversification. 2015.
- CNUCED. cadre de politique commerciale : algerie - politiques commerciales et diversification. conférence des nations unies sur le commerce et le développement. 2015. [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditctncd2015d7\\_fr.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditctncd2015d7_fr.pdf)
- Grimaldi, S. Meresse Et O. Zakharova-Renaud, Droit de la franchise, Litec, 2011, n° 52 Sur Les Obstacles Au Commerce Et A L'investissement », 1er janvier 2016 - 31 décembre 2016, Bruxelles, le 23.6.2017.
- Mseddi Wafa et Bouri Abdeflefah. (2010), « La franchise en Tunisie : état des lieux », Actes du 6<sup>ème</sup> Colloque International de Laboratoire Prospective, Stratégie et Développement Durable (PS2D) de la Faculté des Sciences Économiques et de Gestion de Tunis, Hammamet, Tunisie.
- John Stanworth., Stuart Price et David Purdy. « *Franchising as a Source of Technology Transfer to Developing Economies* », Proceedings of the 15th International Society Of Franchising Annual Conference, Las Vegas, Nevada, 2001.
- Romain Weigel, « Avantage concurrentiel des réseaux de franchise : une lecture dynamique », Groupe de Recherche ANgevin en Economie et Management (Granem) , communication, Congrès IAE, Renne, 10/12 juin 2015.
- Francois-Xavier Borel, Karine Themejian, Patrick Velay, « Débats récents autour de la Politique Commerciale Stratégique », Séminaire de Politique Commerciale Internationale, Université Lumière Lyon 2.



## Site web

- Banque d'Algérie, tendances monétaires et financières au premier semestre de 2011. <https://www.bank-of-algeria.dz/html/notes362011.htm>.
- CREDA, centre de recherché sur le droit des affaires, <http://www.creda.cci-paris-idf.fr/etudes/1995-contrat-cadre-t2/contrat-cadre-t-2-presentation.html>.
- Ministère Du Commerce, Présentation de l'Accord d'Association, <https://www.commerce.gov.dz/a-presentation-de-l-accord-d-association> .
- Ministère Du Commerce, « grande zone arabe de libre echange », <https://www.commerce.gov.dz/a-grande-zone-arabe-de-libre-echange>.
- Ministère des finances. Direction générale des douanes. marchandises interdites ou suspendues a l'importation et a l'exportation. <http://www.douane.gov.dz/marchandises%20interdites%20ou%20suspendues%20a%201%20importation%20et%20a%201%20exportation.html>
- Flash Conjoncture, fin décembre 2015. [http://www.dgppmf.gov.dz/images/stories/PDF/note\\_conjoncture/flash2015.pdf](http://www.dgppmf.gov.dz/images/stories/PDF/note_conjoncture/flash2015.pdf) .
- EFF « European Franchise Federation », <http://www.eff-franchise.com>.
- International Franchise Association (IFA), “ What Is A Franchise”, 2018. <https://www.franchise.org/what-is-a-franchise> .
- [www.ftc.gov](http://www.ftc.gov)
- <http://www.franchisefacts.org/assets/files/FranchiseBizOutlook2015.pdf> .
- [https://franchiseeconomy.com/files/Franchise\\_Business\\_Outlook\\_Jan\\_2018.pdf](https://franchiseeconomy.com/files/Franchise_Business_Outlook_Jan_2018.pdf) .
- Steve Caldeira ,“Franchise Businesses Continue to Grow Faster than Rest of US Economy “ .International Franchise Association (IFA), 20 janvier 2016. <http://www.franchise.org/franchise-businesses-continue-to-growfaster-than-rest-of-us-economy> .
- Textes réglementaires, décret exécutif n° 18-51, <https://www.commerce.gov.dz/reglementation/decret-executif-n-deg-18-51>
- The Atlas Of Economic Complexity, Center For International Development, <http://atlas.cid.harvard.edu/rankings?country=Alg>.

- Jean Baptiste Goache, <https://www.gouache.fr/articles/Articles/La-vie-du-franchiseur/Creer-ameliorer-developper-defendre-votre-reseau-de-distribution/Redaction-du-contrat-de-distribution/Avocat-Reforme-du-droit-des-contrats-Le-contrat-de-franchise-ne-doit-pas-etre-un-contrat-d-adhesion>.
- Le dico du commerce international,« Modèle de Dunning (éclectique) » ,<https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/modele-de-dunning-eclectique.html> .
- Le Dico Du Commerce International, <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/protectionnisme.html> .
- <https://www.gouache.fr/lexique-contrat-mandat-gouache-avocat.html>
- l'European Franchise Federation (EFF), <http://www.eff-franchise.com/130/franchise-data.html>.
- <https://www.linkea-avocats.com/p-le-contrat-de-partenariat-commercial-24>. Consulté le 11 /07/2018.
- Jolene Pinto, « le développement international des firmes : stratégies et risques », <https://slideplayer.fr/slide/1158035/> consulter le 17/03/2019.
- François-Luc . SIMON, L'identification du contrat de franchise, in Droit de la franchise: actualité jurisprudentielle, numéro spécial, LPA, 2007, n° 229.[https://www.simonassocies.com/upload/file/Numero\\_special\\_Petites\\_Affiches\\_Sommaire\\_151107.pdf](https://www.simonassocies.com/upload/file/Numero_special_Petites_Affiches_Sommaire_151107.pdf) . Consulté le 03/07/2018.

## - Table des matières

|   |    |
|---|----|
| Introduction générale :.....  | 1  |
| Chapitre 1 : Revue de la littérature sur la franchise .....                                       | 8  |
| Introduction :.....   | 9  |
| Section 1 : L'investissement en franchise .....   | 10 |
| 1- Positionnement de la franchise : .....   | 10 |
| 1-1 La franchise dans le monde :.....   | 10 |
| 1-1-1 La franchise aux Etats Unis : .....   | 10 |
| 1-1-2 La franchise en France :.....   | 13 |
| 1-1-3 La franchise en Europe : .....  | 16 |
| 1-1-4 La franchise en Asie : .....  | 18 |
| 1-1-5 La franchise en Amérique du Sud :.....  | 19 |
| 1-1-6 La franchise au Maghreb : .....   | 21 |
| 1-2 Définition de la franchise :.....   | 22 |
| 2- Composantes de la franchise :.....   | 25 |
| 2-1 Les acteurs du système de franchise : .....   | 25 |
| 2-2 Les éléments fondamentaux de la franchise :.....  | 27 |
| 2-2-1 La mise à disposition des signes distinctifs : .....  | 27 |
| 2-2-2 La mise à disposition d'un savoir-faire :.....  | 28 |
| 2-2-3 La fourniture d'une assistance commerciale ou technique :.....                              | 29 |
| 2-2-4 Les apports du franchiseur :.....   | 30 |
| 2-2-5 Les engagements des franchisés : .....  | 30 |
| 3- Variétés de la franchise : .....   | 31 |
| 3-1 Diversité de la franchise selon la fonction du réseau :.....                                  | 31 |
| 3-1-1 <i>La franchise de production appelée aussi franchise industrielle ou artisanale</i> :..... | 31 |
| 3-1-2 Franchise de services : .....   | 32 |
| 3-1-3 Franchise de distribution :.....  | 33 |
| 3-2 Diversité de la franchise selon les modalités d'intégration :.....                            | 34 |
| 3-2-1 La franchise-corner :.....  | 34 |
| 3-2-2 La franchise financière : .....   | 35 |
| 3-2-3 Franchise international: .....  | 36 |
| 3-3 Diversité de la franchise selon le nombre de partenaires dans l'opération de franchise :..... | 39 |
| 3-3-1 La franchise publique : .....   | 39 |

|   |     |
|---|-----|
| 3-3-2 La poly-franchise : .....   | 39  |
| 3-3-3 La franchise croisée : .....  | 40  |
| 3-3-4 La pluri-franchise : .....  | 40  |
| 3-3-5 La multi franchise : .....  | 40  |
| 3-3-6 La franchise hiérarchisée : .....   | 41  |
| 4- Les contrats voisins de la franchise : .....   | 41  |
| Section 2 : La franchise dans la littérature .....  | 47  |
| 1- Explications théorique de la franchise : .....   | 47  |
| 1-1 La franchise et la théorie d'agence (théorie des incitations): .....                                  | 47  |
| 1-2 La Franchise et la théorie des coûts de transaction : .....   | 52  |
| 1-3 La franchise et la théorie de la rareté des ressources : .....  | 56  |
| 1-4 La franchise et la théorie des capacités dynamiques : .....   | 57  |
| 1-5 La franchise et la théorie de la dépendance des ressources : .....                                    | 59  |
| 1-6 La franchise et la théorie du signal : .....  | 60  |
| 1-7 La franchise et la théorie des contrats incomplets : .....  | 62  |
| 1-8 La franchise et le courant du mix organisationnel ; développement des formes mixtes de réseau : ..... | 65  |
| 1-9 La franchise et la théorie des jeux répétés : .....   | 69  |
| 1-10 La franchise et la théorie classique du capital : .....  | 70  |
| 1-11 La Franchise Et La Théorie D'internationalisation : .....  | 71  |
| 1-12 La franchise et la théorie du contrôle externe ; théorie de l'écologie des populations : .....       | 74  |
| 1-13 La franchise et les explications néo-institutionnaliste sociologiques : .....                        | 75  |
| 1-14 La franchise et la théorie de la contingence : .....   | 79  |
| 1-15 L'explication de la franchise par le franchisé : .....   | 82  |
| 2- Cadre juridique : .....  | 84  |
| 2-1 La qualification du contrat de franchise selon la dénomination: .....                                 | 86  |
| 2-2 La qualification selon le mode d'organisation du contrat : .....                                      | 91  |
| Chapitre 2 : La substitution aux importations .....   | 97  |
| Section 1 : Evolution de l'importation en Algérie (2001/2018) .....                                       | 99  |
| 1- Les échanges internationaux : .....  | 99  |
| 1-1 Les théories de l'échange fondées sur le libre-échange : .....  | 99  |
| 1-2 Les théories de l'échange fondées sur le protectionnisme : .....                                      | 103 |
| 2- L'ouverture économique en Algérie : .....  | 106 |
| 3- L'évolution des importations en Algérie : .....  | 110 |
| Section 2 : Les Politiques En Faveur De La Production Nationale .....                                     | 125 |

|    |  |     |
|----|--|-----|
| 1- | La dépendance aux importations et le déficit commercial : .....  | 125 |
| 2- | Cadre conceptuel de la production substitutive aux importations: .....   | 127 |
| 3- | L'évolution de la production nationale par substitutions aux importations dans le monde : ....                       | 128 |
| 4- | Les motivations favorisant la substitution des importations : .....  | 135 |
| 5- | Processus d'industrialisation substitutive aux importations : .....  | 137 |
| 6- | Les stratégies algériennes d'industrialisation : .....   | 138 |
|    | Chapitre 3 : La franchise un moyen attrayant à la production.....  | 154 |
|    | Section 1 : L'évolution de la franchise en Algérie .....   | 157 |
| 1- | Etat des lieux de la franchise en Algérie : .....  | 157 |
| 2- | L'environnement De La Franchise En Algérie.....  | 160 |
|    | 2-1 L'environnement Juridique: .....   | 160 |
|    | 2-2 Réglementation Des Changes : .....   | 166 |
|    | 2-3 Environnement financier et Loi de finance: .....   | 169 |
|    | 2-4 Code Des Investissements : .....   | 173 |
|    | 2-5 L'environnement Du Marché : .....  | 175 |
|    | 2-6 L'environnement Urbanistique : .....   | 176 |
|    | 2-7 L'environnement Culturelle relatif à la franchise : .....  | 177 |
| 3- | L'Analyse SWOT : .....   | 180 |
| 4- | Les avantages liés à la franchise : .....  | 183 |
|    | Section 2 : La production nationale selon les principes du franchisage « cas du secteur textile et habillement ..... | 188 |
| 1- | Aperçu sur l'évolution du secteur textile et habillement en Algérie avant 2001: .....                                | 188 |
| 2- | L'industrie textile et habillement entre 2001-2018 : .....   | 196 |
| -3 | Effet de l'importation sur la relance de l'industrie textile et habillement: .....                                   | 205 |
| 4- | Le succès des industries textile et habillement grâce aux partenariats et délocalisations : .....                    | 214 |
| 5- | Les Nouvelles Initiatives De La Relance De L'industrie Textile Et Habillement: .....                                 | 216 |
| 6- | La Collaboration Etrangère Dans L'industrie Textile Et Habillement En Tunisie: .....                                 | 219 |
|    | Conclusion générale : .....  | 226 |
|    | Liste des tableaux : .....   | 231 |
|    | Liste des graphiques : .....   | 233 |
|    | Liste des figures et schémas : .....   | 233 |
|    | Bibliographie : .....  | 234 |

## Résumé :

Dans cette nouvelle atmosphère économique, il y a un consensus croissant sur le fait que l'Algérie doit diversifier son économie, afin, de réduire sa vulnérabilité aux chocs notamment après l'effondrement des prix du pétrole en 2014. Ainsi, les mesures gouvernementales engagées, ces dernières années, avait pour objectif d'encourager et de redynamiser la production nationale notamment dans les secteurs prometteurs tels que le secteur textile et habillement, ayant connu de nombreuses difficultés dans le passé. Ce dernier est l'un des secteurs les plus dépendants des importations destinées à la revente en l'état et des franchises commerciale. Dans le cadre, de la relance de la production substitutive aux importations, l'Etat s'est, finalement, orienté vers des alliances avec des partenaires étrangers.

في هذا المناخ الاقتصادي الجديد ، هناك إجماع متزايد على حقيقة أن الجزائر يجب أن تنوع اقتصادها ، من أجل تقليل تعرضها للصدمات ، خاصة بعد انهيار أسعار النفط في عام 2014. وبالتالي ، فإن الإجراءات الحكومية التي تم إجراؤها في السنوات الأخيرة ، بهدف تشجيع وتنشيط الإنتاج الوطني ، لا سيما في القطاعات الواعدة مثل قطاع النسيج والملابس ، والذي واجه العديد من الصعوبات في الماضي. هذا الأخير هو أحد القطاعات الأكثر اعتمادًا على الواردات لإعادة البيع كما هي والامتيازات التجارية. كجزء من إحياء الإنتاج ليحل محل الواردات ، اتجهت الدولة في النهاية نحو التحالفات مع الشركاء الأجانب.

## Abstract:

In this new economic atmosphere, there is a growing consensus that Algeria must diversify its economy in order to reduce its vulnerability to shocks, especially after the collapse of oil prices in 2014. Thus, government measures undertaken in recent years, aimed to encourage and revitalize national production, particularly in promising sectors such as the textile and clothing sector, which have experienced many difficulties in the past. The latter is one of the sectors most dependent on imports for resale as is and commercial franchises. As part of the revival of production to substitute for imports, the state ultimately turned towards alliances with foreign partners.

