

Partenaires

REVUE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE ALGÉRO-FRANÇAISE

ISSN 5271-2011 - N° 31 - mai / juillet 2018

Smartphones : de l'import à la production locale

>> DOSSIER



M. Didier Carmelle,
Directeur régional de Wiko pour la région MENA

« ON INTÉGRERA TOUT COMPOSANT
QUI POURRAIT ÊTRE PRODUIT
LOCALEMENT »

>> DOSSIER



M. Adel Hadji
Responsable RP & Brand chez Condor

« NOTRE PRODUCTION SERA
PORTÉE À 15 000
TELEPHONES/JOUR »

>> DOSSIER



ASSEMBLAGE INDUSTRIEL
LA MONTÉE FULGURANTE
DES MARQUES LOCALES



1^{er} programme de soutien
à l'entrepreneuriat féminin

UNE ENTREPRISE DE FABRICATION
DE FROMAGE PRIMÉE



Conférence prestige

LES RÈGLES À RESPECTER
POUR UNE MEILLEURE VISIBILITÉ
SUR LE WEB



Club RH

LES NORMES DE CALCUL
DE PAIE EXPLIQUÉES
AUX ENTREPRISES

>> ACTIVITÉS

>> ACTIVITÉS

>> ACTIVITÉS

Hayya³ business

La décision qui vous réussit

Appels & SMS

+

Internet

+

Appels vers
l'international

Offerts



ooredoo.dz

Partenaires N°31 / mai - juillet
Forfaits disponibles à partir de 1000 DA.
Offre valable avec engagement : 12, 24 et 36 mois.
Disponible au niveau des Commerciaux, Espaces Ooredoo et City Shops.
Plus d'infos au 0550 000 330.

ooredoo
business

SOFICLEF



STANLEY

DEWALT

**POUR LE
PROFESSIONNEL
EXIGEANT**

www.soficlef.com



4 ACTIVITÉS CCIAF

- 04-06 Premier programme de soutien à l'entrepreneuriat féminin de la CCIAF
- 07-09 Club Femmes Chefs d'Entreprise : L'intelligence artificielle à l'honneur
- 10 Conférence prestige : Les règles à respecter pour une meilleure visibilité sur le web
- 12 Formation sur les procédures de clôture de fin d'exercice
- 13 Atelier sur la sécurisation de la fin de la relation de travail
- 14 Club RH : Les normes de calcul de paie expliquées aux entreprises
- 15 Des règles fiscales appliquées à la clôture des comptes d'entreprises
- 16 Les impôts différés expliqués aux entreprises
- 17 Les aspects fiscaux de la réévaluation des immobilisations
- 18-19 L'efficacité énergétique et l'isolation thermique dans le bâtiment en débat
- 20 Quel rôle pour le commissaire aux comptes ?
- 21 Quelles sont les missions du secrétariat juridique ?
- 22 Focus sur la réglementation des établissements stables
- 23 Modifications des statuts des entreprises : comment s'y prendre ?
- 24 Les conventions de non-double imposition pour une fiscalité transparente
- 25 LF 2018 : quelles nouveautés pour les entreprises ?
- 26-28 Nos activités en régions et en France

29 DOSSIER

SMARTPHONES : DE L'IMPORT À LA PRODUCTION LOCALE

- 30-31 De l'importation à l'investissement productif
- 32 Du feature-phone à l'intelligence artificielle
- 33 Des incitations et des avantages pour booster la production
- 34 La montée fulgurante des marques locales
- 35 Interview avec Mme Sihem Haïli, Responsable marketing et communication d'ENIE
- 36-37 Interview avec M. Adel Hadji, Responsable RP & Brand chez Condor
- 38-39 Interview avec M. Djamel Guidoum, Directeur général adjoint d'Iris Sat
- 40-41 Interview avec M. Ali Boumedine, Directeur général de Bomare Company
- 42 Le smartphone algérien fait ses premiers pas hors frontières
- 44-45 Interview avec M. Didier Carmeille, Directeur régional de Wiko pour la région MENA
- 46-47 Interview avec M. Riadh Attouchi, Corporate marketing senior manager de Samsung
- 48-49 L'Algérie et son smartphone: Une revanche sur le temps perdu

50 ACTUALITÉ

- 50 Interview avec M. Boukhari Mohamed Nacereddine
- 51 10^{èmes} Rencontres des mines et des carrières et 1^{ères} Rencontres algéro-françaises du vrac

Partenaires

REVUE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE ALGÉRO-FRANÇAISE

La revue de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française
Villa Malglaive, 1, rue du Prof Vincent, Alger, Algérie
Tél. : +213 (0) 23 50 70 19 – Fax : +213 (0) 23 50 70 32

Courriel : cciaf@cciaf.org – www.cciaf.org – www.epartenariat.com

Directeur de la publication: Jean-Marie Pinel

Président de la CCIAF : Jean-Marie Pinel

Vice-président de la CCIAF : Toufik Fredj

Directeur général : Réda El Baki / r.elbaki@cciaf.org

Directeur Adjoint et responsable de l'adhésion et de l'appui

aux entreprises : Halim Ammar Khodja

Poste 110 / halim.ammarkhodja@cciaf.org

Assistante Directeur général : Narymane Babaci

poste 113 / n.babaci@cciaf.org

Chargée des Adhésions : Maya Amazouz

poste 125 / m.amazouz@cciaf.org

Responsable de l'information Réglementaire :

Mohamed Akram Hamouda / poste 300 / ma.hamouda@cciaf.org

Responsable Veille Economique : Amy Turner

poste 155 / a.turner@cciaf.org

Chargée de développement & animation de la communauté

d'Affaires Française : Yasmina Assar

poste 131 / y.assar@cciaf.org

Responsable des activités Réglementaires : Nacima Chabane Chaouche

poste 129 / c.chaouch@cciaf.org

Responsable du suivi administratif et de la mise à disposition

des espaces : Nadia Boumedine poste 122

n.boumedine@cciaf.org

Responsable communication & marketing :

Baya Hadjali Poste 120 / b.hadjali@cciaf.org

Présents sur les Réseaux Sociaux : [f](#) [t](#) [in](#)

CCIAF Présente en régions : Oran – Béjaia – Sétif Annaba

et Constantine avec les téléphones respectivement :

Oran : Samir AYAD : 0770 50 31 91

Béjaia : Bureau CCIAF : 0770 97 64 87

Sétif : Hadjer SELMANE : 0770 74 77 51

Annaba : Imène MAACHI : 0770 97 64 86

Constantine : Islem FOURA : 0770 37 53 81

CONCEPTION, RÉALISATION ET PUBLICITÉ

TBWA \ DJAZ

Villa 2, Lot. Benhaddadi, Dar Diaf, Cheraga, Alger, Algérie

t +213 23 35 84 07 / f +213 982 50 19 10

Courriel : contact@tbwadjaz.com

www.tbwadjaz.com

SERVICE PUBLICITÉ

partenaires@tbwadjaz.com

RÉDACTION

Rédacteur en chef : Hamid Mohandi

Rédacteurs : Hamid Mohandi, Nassima Benarab, Smal Boughazi,

Fochil Belloul.

Photos : Amine Boulbadaoui, Amine Djabali, Fayçal Eddine Kaddour

INFOGRAPHIE

Boualem Faci

Samy Loucif

CRÉATION

Sidali Chetouh

Amine Chibane

IMPRESSION

IMPRIMERIE ED-DIWAN

Les articles et points de vue publiés dans cette revue ne reflètent pas nécessairement les positions de la CCIAF. Cette publication est distribuée gracieusement aux adhérents de la CCIAF.

GOFAST
FREIGHT FORWARDING

Solutions de transport sur mesure



GoFast Freight Forwarding, spécialiste de la logistique, des solutions de transport en "door to door" (aérien / maritime / routier) et de la gestion des projets industriels.

► contact@gofast-lt.com



► gofast-freightforwarding.com

Premier programme de soutien à l'entrepreneuriat féminin de la CCIAF

Une entreprise de fabrication de fromage primée

Par Smail Boughazi

Dans l'objectif de soutenir et d'encourager l'action de l'entrepreneuriat féminin, la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCI AF) a lancé à travers son Club Femmes Chefs d'Entreprise un concours national, début décembre 2017, ouvert à toutes les femmes porteuses d'une idée innovante ou d'un projet d'investissement pouvant déboucher sur la création d'une entreprise ou une start-up.



Membres du Club Femmes Chefs d'entreprise présentant les projets finalistes

Le prix du programme d'appui à l'entrepreneuriat de la CCIAF a été remporté par Mlle Naïla Chaker pour son projet de production de fromage (Caffy). La lauréate a été choisie au terme d'un long parcours de compétition concernant 269 projets dans 33 secteurs d'activités ayant débouché sur une finale organisée le 21 mars dernier au siège de la CCIAF.

La finale qui s'est déroulée en présence du jury de la Chambre a permis aux différentes participantes de présenter leurs projets - dont certains sont déjà

concrétisés sur le terrain - devant l'assistance. Parmi les dix projets finalistes figurent, entre autres, une application mobile (Info Trafic Algérie), une entreprise de conciergerie à Alger (Rapidos), une autre de valorisation de pneus usagés, une PME de fabrication de savon, ainsi qu'un projet d'exploitation du fruit du caroubier. Durant les différentes présentations des candidates, le jury a pu avoir, à travers un jeu de questions-réponses, plus de détails sur ces futures entreprises ainsi que les motivations de chacune des candidates.

L'initiatrice du projet Caffy qui a arraché le premier prix après les délibérations de la commission d'évaluation bénéficiera, selon la présidente du Club femmes chefs d'entreprise de la CCIAF, d'une campagne de sponsoring organisée spécialement pour l'accompagner partiellement ou entièrement dans le financement de son projet. Elle sera également soutenue sur différents plans, notamment les aspects de la gestion de l'entreprise.

Mme Odile Bennai, Directrice Pigier Corporate et Présidente du Club des Femmes Chefs d'Entreprise de la CCIAF

« Nous avons reçu plus de 269 candidatures »



AMINE BOULBADAOUJ

Mme Odile Bennai, présidente du Club des femmes chefs d'entreprise

Partenaires : Pourriez-vous nous faire une brève présentation du Club que vous dirigez ?

Mme Odile Bennai : Le Club des femmes chefs d'entreprise a été créé à l'initiative de la CCIAF en septembre 2017. Le but de ce club est de regrouper des femmes chefs d'entreprise, indépendantes, consultantes et dirigeantes. Mais aussi de se fédérer autour de réunions mensuelles. Nous avons entamé nos activités par un appel à projet lancé début décembre dernier, dont l'objectif est de choisir une femme qu'on ne connaissait pas encore, de nationalité algérienne, qui a plus de 18 ans et qui a une idée innovante. On a clôturé les inscriptions fin janvier. Nous étions plus que dépassés puisque nous avons reçu plus de 269 candidatures. Nous avons créé par la suite un groupe de sélection et de suivi composé d'experts du travail qui avait pour mission de trier ces candidatures. 20 ont été alors admises pour les demi-finales qu'on a organisées le 27 février avec la présence d'un jury. La commission a par la suite sélectionné dix

candidates pour la finale, passant ainsi de 20 à 10 postulantes. Aujourd'hui, pour le choix de la gagnante, ces dix candidatures passent en plénière à la CCIAF en présence des membres du club ainsi que des candidates et des invités. Le jury est composé de 5 membres experts dont le président de la CCIAF, M. Jean-Marie Pinel.

Quelles sont vos projections en termes de rencontres dans les mois à venir ?

Nous nous déplacerons à Annaba pour assister aux 3e rencontres algéro-françaises de l'agriculture et de l'élevage les 24 et 25 avril. Donc, on va partir en régions parce que l'Algérie ce n'est pas qu'Alger. Nous devons tout d'abord finaliser le projet de notre gagnante et le mener jusqu'au bout. Nous comptons aussi organiser une soirée fin octobre qui aura pour objectif de réunir tous nos partenaires et nos amis qui nous ont suivis sur le plan institutionnel. Ça sera une occasion pour annoncer l'aboutissement du projet et notre prochaine démarche pour l'année 2018/2019.

S. B.

Mlle Naïla Chaker, lauréate du premier prix du concours

« Ma participation au concours de la CCIAF m'a été très instructive »



AMINE BOULBADAOUJ

Mlle Naïla Chaker, lauréate du premier prix du concours

Partenaires : Tout d'abord, pouvez-vous revenir brièvement sur l'évolution de votre carrière ?

Mlle Naïla Chaker : Je m'appelle Chaker Naïla, je suis vétérinaire de formation. C'est en terminant mes études et en exerçant en tant que vétérinaire dans des élevages bovins et laitiers que j'ai commencé à affectionner cette profession. En voyant le potentiel du secteur, cela m'a tout de suite intéressée et passionnée et j'en ai fait mon métier d'ailleurs. Au départ, l'idée c'était de créer mon élevage, mais tout de suite je suis passée à la production et la transformation des produits laitiers. Ce n'était pas sans embûches bien évidemment. Une petite entreprise, jeune, ce n'est pas forcément évident, mais avec de la persévérance notre entreprise active aujourd'hui sur le marché et s'agrandit.

Comment avez-vous décidé de vous inscrire à ce concours ?

Au départ, je voulais avoir un crédit, mais une part de sagesse en moi me disait non, il faut d'abord connaître son marché et les rouages du métier. Avant de recourir à l'endettement, il vaut mieux prélever sur des fonds personnels. Ma rencontre avec les membres du Club des femmes chefs d'entreprise m'a incité à me lancer dans de nouvelles expériences, partager ma passion

avec les autres, en parler, peut-être avoir de nouvelles idées, d'autres visions. Tout ça a été instructif pour moi. C'est comme ça que j'ai décidé de participer à l'appel à projet de la CCIAF.

Comment évaluez-vous votre participation au programme de la CCIAF ?

Ma participation au programme m'a permis de rencontrer des personnes, des coaches et les intervenants. On n'a pas toujours la chance de rencontrer des gens aussi compétents, ces derniers m'ont beaucoup apporté, surtout en ce qui concerne les aspects de la gestion d'entreprise, comment gérer les finances, les détailler, avoir une approche professionnelle. Il y a aussi les coaches de développement personnel qui nous ont appris à gérer notre stress, contrôler nos émotions, etc.

Quelles sont vos attentes après avoir remporté ce prix ?

Outre l'aspect financier, je m'attends à un accompagnement, la découverte du monde de l'entrepreneuriat. Je maîtrise mon domaine d'activité, mais tout ce qui est finance, comptabilité, fiscalité.. je m'attends à un soutien de la Chambre.

Comment voyez-vous votre investissement dans 5 ans ?

J'ai des objectifs bien précis. J'espère que j'aurais ma propre unité d'ici-là, toutefois je reste réaliste, c'est difficile, mais je travaille tous les jours pour concrétiser cet objectif.

Comptez-vous vous lancer dans l'export, ou allez-vous juste vous concentrer sur le marché local ?

Pour l'export, ce n'est pas prévu pour le moment étant donné que la demande nationale doit être couverte. Si nous arrivons à être leader localement, ça sera déjà une énorme réussite pour nous. On va commencer petit à petit. Nous produisons actuellement 30 tonnes par an. A peu près 3% de parts de marché. Nous visons les 50% de parts d'ici dix ans.

Avez-vous élaboré un business plan ou une étude de marché pour l'activité ?

On parle souvent de la crise du lait. Mais le gouvernement a fait en sorte que le lait soit subventionné. C'est quelque chose qui va aider au développement du secteur. Nous savons qu'à partir d'un certain seuil de production, nous devons investir dans l'élevage.

Un dernier mot...

J'adresse mon dernier mot aux candidates qui étaient avec moi dans le programme et à toutes les personnes qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat en leur disant : il faut être persévérant, passionné et il faut bien étudier son marché.

S. B.

Club Femmes Chefs d'Entreprise

L'intelligence artificielle à l'honneur

Par Smail Boughazi

L'Intelligence artificielle (IA) commence à s'imposer dans les différents aspects de la vie, promettant de booster les progrès technologiques et ouvrir de nouveaux horizons à la science.



AMINE BOULBADAOUJ

La thématique a suscité de nombreux questionnements de la part des participants

Cette thématique a été au centre d'une rencontre organisée par le Club Femmes Chefs d'Entreprise de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCI AF) le 28 février dernier en collaboration avec In-Community (un mouvement communautaire). Cette conférence a été animée par Mme Sara Nafaa, fondatrice de la start-up MookySkills en France et son cofondateur, M. Luis Arias, expert en intelligence artificielle.

Les conférenciers ont tour à tour présenté différents aspects de l'intelligence artificielle et ses évolutions devant une assistance nombreuse et dans une ambiance conviviale. M. Luis Arias a dressé les principales étapes de l'intelligence artificielle durant son évolution. Il a notamment expliqué à l'assistance d'une manière détaillée les principales évolutions qui promettent de porter la technologie à des niveaux supérieurs.

Loin de la complexité des algorithmes et

des statistiques, le conférencier a voulu alléger le contenu de la communication et l'adapter à l'occasion en se focalisant sur les personnes ayant sensiblement contribué au développement de l'IA. Ainsi, il reviendra de manière détaillée sur cette évolution depuis les années 1960 jusqu'à nos jours. Il indiquera que les premières recherches dans les neurones artificiels ont été lancées par le chercheur américain Warren McCulloch, lequel a proposé un modèle d'un neurone formel.

Il a rappelé que l'intelligence artificielle marque un virage historique appelé communément le Deep Blue. Un surnom donné à un superordinateur d'IBM qui a réussi, en 1997, à battre Kasparov (champion du monde de jeux d'échecs de 1985 à 2000) après deux parties. Ensuite, il citera le programme informatique d'Alphago, développé par Google Deepmind. En 2015, ce programme est arrivé à battre un joueur professionnel du jeu de Go. Le conférencier est revenu durant sa communication aussi sur

l'apport des jeux sur PC qui contribuent au développement des équipements informatiques et particulièrement les GPU (processeurs graphiques). Ces derniers ont connu une évolution vertigineuse ces dernières années, offrant ainsi la possibilité à l'informatique de repousser davantage ses frontières. Pour sa part, Mme Sara Nafaa, fondatrice de la start-up Mooky Skills activant dans les technologies au service de la formation et de l'apprentissage, est revenue sur la création de sa start-up ainsi que sur l'origine de cette idée de s'orienter vers ce créneau d'activité. Pour elle, le développement technologique permet aujourd'hui de fournir des formations personnalisées dans de nombreux domaines en s'adaptant aux différents choix à travers des critères bien établis. La «startupeuse» a expliqué globalement que l'intelligence artificielle sera d'un grand apport dans l'apprentissage dans les années à venir.

M. Chems Eddine Bezzitouni, Fondateur d'In-Community

« Il y a une synergie intracommunautaire qui permet à In-Community de devenir un bloc »



M. Chems Eddine Bezzitouni

Partenaires : Tout d'abord, pouvez-vous nous faire une brève présentation de In-Community ?

M. Chems Eddine Bezzitouni : In-Community est une communauté qui réunit des start-up, des freelances, des artistes et des digitaux. C'est ce qu'on pourrait appeler les nouveaux métiers. Cette communauté essaye de fédérer ces métiers. Pourquoi ? Parce que ce sont des métiers qui ne sont pas aujourd'hui régulés et qui n'ont pas de cadre de conventions. Donc, il faut créer un écosystème autour duquel on va fédérer les efforts de ces professionnels.

Comment avez-vous lancé cette initiative ?

A vrai dire, pour le lancement, on ne peut pas dire si ça a été

lancé. En fait, c'est venu naturellement. On a commencé avec cinq, puis six, sept, huit membres. Et aujourd'hui, nous sommes à 75 avec les 20 prochaines personnes qui vont adhérer. Notre premier café, nous l'avons organisé il y a un an et demi. Le cadre a aussi changé depuis, puisque nous sommes passés des cafés de proximité à des cafés dans des salles, dans des instituts de formation, ou encore des terrasses d'hôtels, et aujourd'hui, comme vous le voyez, c'est la CCIAF qui nous a ouvert ses portes et pourquoi pas demain le Centre des conventions.

Pourquoi vous n'avez pas pensé à la création d'un cluster ?

Un cluster a des règles qui permettent de réunir les éléments d'une même chaîne de valeur. Le numérique, aujourd'hui, ne peut pas être pensé en chaîne de valeur. Il est transversal. Un cluster se réunit autour d'une chaîne de valeur verticale. In-Community est horizontal et tous les clusters orientés numérique peuvent l'intégrer. C'est humain, c'est l'esprit de partage, d'inspiration qui lie des personnes. Mais ces personnes existent déjà dans un cadre formel.

Quels sont les objectifs assignés à cette initiative ?

Nous avons déjà tous les «pure players» de la scène algérienne dans cette communauté, laquelle permet une certaine visibilité sur tout ce qui se passe dans le numérique. Elle permet aussi de connecter des gens dans leurs business et pas uniquement dans les discussions sommaires. Cet écosystème se connaît mutuellement. Mais à travers nos rencontres, les acteurs de cet écosystème vont dans le détail. Il y a aujourd'hui même des contrats signés entre les membres d'une même communauté. Donc, nous avons une synergie intracommunautaire qui permet à In-Community de devenir un bloc.

Avez-vous l'idée de transformer cette communauté en une plateforme virtuelle ?

Aujourd'hui, nous interagissons sur Facebook et nous avons un site web mis en ligne qui nous permet d'avoir des informations mises à jour. Nous allons vers une plateforme interactive. Mais, nous avons un principe ou un dogme qui se traduit par le pilotage participatif, en ce sens que l'individuel peut proposer, mais c'est le collectif qui exécute. Je peux avoir une initiative en tant que membre, mais c'est tout le monde qui va devoir l'exécuter, si elle est acceptée.

Mlle Sarah Nafaa, Fondatrice de la start-up Mooky Skills

« La création d'une entreprise est une aventure et une école »

Partenaires : Comment avez-vous créé la start-up Mooky Skills ?

Mlle Sarah Nafaa : La création administrative de la start-up n'était pas compliquée. Le lancement de l'activité a été fait en septembre 2014 et en mai 2015 j'ai signé mon premier contrat. Après, ce qui a été difficile, c'est que je me suis lancée dans un domaine dans lequel je ne connaissais pas grand-chose, la technologie, les neurosciences. Donc, il a fallu que je me forme. Et je connais très bien mes façons d'apprendre qui sont très rapides. Ensuite, je comptais sur des forces vives. J'ai de la chance d'être accompagnée, d'être «mentorée», d'avoir du monde autour de moi et ceci parce que j'ai sollicité de l'aide. Maintenant, ce qui est compliqué, ce sont les financements pour faire de la R&D et pour recruter. On n'a pas eu la chance d'avoir des fonds de départ. On a commencé avec rien. Ce sont les premiers contrats qui nous ont permis de financer les petits bouts de solutions. Donc, on a fait un petit peu de la débrouillardise (méthode McGyver). Là, on se lance quand même dans une recherche des financements par des business angels. Une petite levée de fonds pour pouvoir recruter, mais c'est vrai que ça reste une problématique.

L'environnement est favorable à la création des start-up en France...

Il faut savoir qu'attirer les talents, c'est bien. On prend l'exemple de station F, on voit que c'est super sympa dans le monde des start-up. Mais trop de start-up tue la start-up, règle numéro un. Et règle numéro deux, tout le monde ne peut pas être entrepreneur. La troisième chose, c'est la «start-up nation» dont parle le président Macron. Je ne crois pas en la start-up tel que le gouvernement en parle, tel que les grands fonds en parlent, ou encore des incubateurs... c'est de l'industrialisation de la start-up et c'est mauvais. Dès qu'on industrialise quelque chose, on perd en qualité. D'ailleurs, quand j'ai commencé, je me suis dit que j'en avais pour dix ans. Dix ans pour arriver, dix ans pour être rentable et vivre de mon activité et avoir un produit fini. Maintenant, le contexte est favorable, je suis partisane de «on crée le monde qu'on a envie de créer». J'ai toujours eu un imaginaire hyper grand et si j'ai envie de créer quelque chose, je le fais. Peu importe les barrières qui existent, on peut les contourner et on y arrivera. C'est défavorable aussi parce que je pense que beaucoup de start-up qui sont mises en avant ne vont pas forcément dans la profondeur.

Quels sont les conseils à donner aux porteurs de projets de création de start-up en Algérie ?

Je pense que je ne pourrai pas donner de conseils pertinents sur la création d'entreprise en Algérie ou d'un projet parce que je ne le vis pas, mais il y a des conseils humains et internes. Il



Mlle Sarah Nafaa

faut avoir le projet qu'on a en tête dans les tripes. En d'autres termes, c'est la conviction qui prime. Ensuite, la création d'une entreprise est une aventure et une école. Donc, il faut être prêt à se retourner et se relever.

Conférence prestige

Les règles à respecter pour une meilleure visibilité sur le web

Par Smail Boughazi

Le Club numérique et Innovation de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF) a convié en avril dernier M. Olivier Andrieu, consultant indépendant en Search engine optimization (SEO) dans le domaine de l'Internet, créateur de la société Abondance et du site www.abondance.com à une conférence sur un sujet qui capte souvent l'attention des entreprises notamment celles qui sont soucieuses de leur image sur la Toile.



AMINE DJABALI

> M. Olivier Andrieu

M. Andrieu a abordé devant une salle de l'hôtel Sofitel pleine à craquer la question du «Référencement naturel : comment plaire à Google ?». Après avoir brossé un tableau récapitulatif des principaux géants du web dont les moteurs de recherche, le conférencier est revenu, chiffres à l'appui, sur le trafic du web généré par les requêtes de recherche. Celui-ci est dominé par Google qui génère et contrôle plus de 93% des requêtes mondiales sur un total 3,3 milliards de demandes par jour.

Cette activité a également généré pas moins de 90 milliards de dollars en 2016, a détaillé le conférencier. Selon les

explications fournies à l'assistance, la mise en place d'un site internet visible sur le Net nécessite des règles bien précises afin d'optimiser les chances d'apparaître au top des résultats Google. Quels sont donc les ingrédients indispensables pour une meilleure visibilité ? Le conférencier a recommandé, entre autres, d'adapter le site aux besoins des internautes. En ce sens que le texte devrait être bien écrit, lisible, simple et dénué d'erreurs d'orthographe.

Par la suite, il a suggéré l'indexation du contenu, le suivi des liens extérieurs qui captent le trafic vers le site. Il a précisé dans ce sens que Google dispose de

plus de 200 critères de pertinence pour mesurer et évaluer les sites internet, et ce, à travers «googlebot» qui explore continuellement le contenu du web. Aux yeux du conférencier, Google préfère globalement les sites simples, informatifs et bien structurés. Sur le plan technique, il a fait remarquer que parmi les règles à suivre, il y a l'optimisation des balises HTML dont le «Title» et la balise méta, ainsi que la compatibilité mobile. Sur ce dernier point, il n'a pas manqué de faire remarquer que les versions mobiles sont actuellement plus consultées que le desktop. Le conférencier a prodigué par la suite des conseils aux participants afin de réussir leurs actions et améliorer leur visibilité dans les résultats de Google.

Une conception technique adaptée aux exigences de Google, proposer un contenu mis à jour, faire vivre son site durant les périodes chaudes, suivre le référencement, se tenir au fait des évolutions des moteurs de recherche,... sont autant de tâches à respecter pour «plaire à Google».

S'agissant de la conception du site, les exigences de qualité sont, entre autres, l'importance de faire beau, informatif et simple, le choix du nom du domaine, et ce, en fonction des publics cibles ainsi que l'accès au site mesuré par le Ping, a-t-il tenu à préciser. Durant le débat qui s'en est suivi, de nombreux participants ont mis en exergue les orientations du conférencier jugées «pertinentes et précises» sur le référencement naturel sur le web.

LA FRANCE

LYON / MARSEILLE / MULHOUSE
PARIS-ORLY / TOULOUSE



ALGÉRIE
 FRANCE

+ DE 105
VOLS / SEMAINE

PRÈS DE **300** VOLS RÉGULIERS / SEMAINE

ALGÉRIE • ALLEMAGNE • BRÉSIL • CHINE • ITALIE • LIBAN • MALI • PORTUGAL • RUSSIE • SÉNÉGAL

AIGLEAZUR.DZ

021 749 333
7j/7

vosre agence de voyages

Animée par des experts du cabinet KPMG

Formation sur les procédures de clôture de fin d'exercice

Par Smail Boughazi

En prévision de la clôture de chaque exercice, les entreprises effectuent une série de procédures et règles fiscales, comptables et réglementaires. Pour mieux appliquer cette batterie de procédures et expliciter les différents aspects de ces pratiques régulières, la CCIAF a organisé un atelier co-animé par Mme Samia Mahssen et MM. Omar Amalou, Nabil Aguedal, experts au cabinet KPMG.



Mme Samia Mahssen et MM. Nabil Aguedal et Omar Amalou

Cette journée de formation a été scindée en trois principaux volets relatifs aux procédures de clôture d'exercice. Il s'agit des règles comptables et fiscales ainsi que le dépôt des comptes sociaux auprès du CNRC. Des opérations qui nécessitent un suivi rigoureux de la réglementation dans chaque domaine. Mme Samia Mahssen a présenté, à l'entame de la rencontre, une communication sur l'opération de dépôt des comptes sociaux au CNRC. Celle-ci concerne pratiquement toutes les entreprises, à l'exception des établissements publics à caractère industriel et commercial, les succursales des sociétés étrangères implantées en Algérie, les groupements de sociétés ainsi que les entreprises communales et de wilayas. La conférencière expliquera que cette opération est obligatoire et

soumise à des règles bien définies. Elle reviendra sur la période fixée par la loi pour le dépôt de l'exercice, et ce, en fonction de la tenue de l'assemblée générale, ainsi que sur le dossier requis pour cette procédure. La conférencière a énuméré durant sa communication les documents indispensables à communiquer durant l'opération. Elle citera, entre autres, les coordonnées des administrateurs et du PDG, le projet de résolutions à présenter aux actionnaires, le rapport de gestion, les comptes annuels de l'exercice, en sus du rapport de gestion du commissaire aux comptes. Par ailleurs, Mme Mahssen mettra l'accent sur l'utilité de cette opération qui permet notamment à la population des entreprises de connaître au mieux l'état financier et comptable d'une entreprise donnée.

De son côté, Nabil Aguedal est revenu de manière approfondie sur les procédures de clôture des comptes de l'exercice en s'acquittant des obligations fiscales. Le conférencier a détaillé aux participants les étapes prévues pour la préparation de la déclaration fiscale, mettant la lumière sur des points précis, à savoir le passage d'un résultat comptable à un résultat fiscal, les principes et les limitations en matière de déduction fiscale des charges, etc. Il reviendra également sur la déclaration du résultat fiscal en cas de pluralité des exercices, ainsi que la déclaration annuelle (Gn°4). Il fera remarquer enfin que l'application des règles fiscales est différente de celles comptables. Ce travail nécessite, selon lui, la connaissance et le respect de la réglementation en vigueur. Cette tâche, qui échoit aux responsables financiers des entreprises, s'articule autour de nombreuses questions, dont les liasses fiscales, les documents à fournir à l'administration fiscale ainsi que d'éventuels contentieux à résoudre. M. Omar Amalou a, quant à lui, fourni de très amples détails sur les règles de clôture d'exercice sur le plan comptable. Un point sur lequel il a insisté en raison de son importance et de son impact sur les équilibres financiers de l'entreprise. Pour une clôture d'exercice dans les règles, les trois spécialistes ont préconisé de mettre à plat tous les contentieux et les situations pendantes avant d'entamer un nouvel exercice en évitant particulièrement de probables impôts différés.

Sécurisation de la fin de la relation de travail

Ce que les employeurs et les employés doivent savoir

Par Nassima Benarab

La Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCI AF) a organisé un petit-déjeuner d'information sur la sécurisation de la fin de la relation de travail, animé par M. Abdelhak Zaïm, consultant du cabinet Global Management Service (GMS).



AMINE BOULBADAOUJ

M. Abdelhak Zaïm

Ce rendez-vous instructif, qui a réuni plusieurs représentants des entreprises adhérentes, avait pour objet de leur fournir des éléments d'explication sur la sécurisation de la fin de la relation de travail à travers tous les actes administratifs et juridiques que l'employeur doit élaborer pour éviter tout contentieux résultant de cette rupture.

A l'entame de cette rencontre, M. Zaïm a détaillé les cas de suspension et de cessation de la relation de travail prévus dans l'article 64 du code de travail, ainsi que les cas de fin de la relation de travail énumérés dans l'article 66 du même code. Il a ensuite abordé les effets de la suspension de la relation de travail sur le salarié, citant comme exemples l'arrêt de la fourniture de travail, la suppression de la plupart des obligations professionnelles et la suspension des droits fondamentaux du salarié, comme

le congé, le syndicat, le repos, la grève, les œuvres sociales, la participation au Conseil des participations (CP), etc.

Pour ce qui est des effets de l'interruption de la relation de travail sur l'employeur, le conférencier a cité la fin du lien hiérarchique et la suspension du versement du salaire qui est un principe découlant de la suspension de la fourniture du travail conformément à l'article 80 de la loi 90-11.

Après avoir cité plusieurs raisons pour lesquelles une relation de travail peut cesser, l'animateur de cet atelier a énuméré de nombreuses conséquences qui peuvent en découler. Il a cité à ce titre la fin du rapport hiérarchique entre les deux parties, la fin du versement de la rémunération et des rappels ultérieurs ainsi que la délivrance d'un certificat de travail. Ce document, a-t-il ajouté, doit comporter uniquement les postes occupés et les dates y afférentes, sans aucune mention défavorable au salarié.

M. Zaïm a indiqué dans ce sillage qu'il est préférable de délivrer au salarié une attestation de travail et de salaire suivant les modèles de la CNAS et de la caisse de retraite.

Par ailleurs, le conférencier a détaillé les techniques de la sécurisation de chaque mode de fin de la relation de travail, comme la démission par exemple. Cette dernière doit, selon lui, être transcrite sur un support physique, les e-mails, SMS, fax, alors que les démissions verbales ne peuvent être prises en compte. La décision de démissionner doit être libre de toute contrainte de la part de l'employeur ; elle doit être notifiée à l'employeur par le salarié, et si un préavis est prévu dans le contrat, ce dernier doit être respecté par le salarié. Pour ce qui est du licenciement disciplinaire, il faudra notamment prouver l'existence d'une faute professionnelle ou bien la qualification de la faute professionnelle commise suivant le règlement intérieur.

Pour le cas de la retraite, la mise à la retraite du fait de l'employeur est conditionnée par l'atteinte de l'âge légal, c'est-à-dire 60 ans et l'absence de l'opposition du salarié dont l'âge est inférieur à 65 ans. Pour ce qui est de la cessation d'activité de l'entreprise et de sa fermeture, ce cas de figure engage la responsabilité entière de l'employeur sur la base des dispositions du code civil, donc il n'y aura pas un calcul des indemnités de licenciement suivant les dispositions légales, mais un calcul d'un dédommagement, dont on suppose qu'il sera égal au minimum de l'indemnité de licenciement.

Club RH

Les normes de calcul de paie expliquées aux entreprises

Par Nassima Benarab

Le Club RH de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF) a organisé, une journée d'information sous le thème : «Normaliser son calcul de paie et les infractions en droit pénal du travail», rencontre animée par M. Abdelhak Zaïm, expert et consultant du cabinet Global Management Service (GMS).



La normalisation des processus RH passe par la normalisation de la paie.

L'objectif de ce rendez-vous était de permettre aux participants de formaliser le processus de calcul de la rémunération mensuelle à l'aide de l'identification de plusieurs paramètres, comme la rémunération du temps de travail effectué par chaque salarié à travers l'identification des méthodes de calcul des présences, les absences et les incidents de paie. Il était question également de donner un sens à chaque élément de la rémunération, normaliser le calcul de paie à travers la mise en place d'un processus de calcul, et enfin normaliser les états d'après paie pour identifier la masse salariale et les différentes charges et taxes à payer aux tiers non salariés.

Dans le programme de la matinée, le conférencier a exposé aux représentants des entreprises adhérentes la première étape de la normalisation de la paie qui passe par l'identification des principales normes de calcul initiales au nombre de cinq. La première concerne la paie forfaitaire mensuelle sur la base de 30 jours, laquelle est adoptée par la majorité des employeurs du secteur économique. La deuxième norme concerne la paie à l'heure. L'employeur paie et retient à l'heure réalisée ou non réalisée par convention sur une moyenne mensuelle de 173,33 heures.

Le conférencier citera également la paie forfaitaire mensuelle sur la base 26 jours, où tous les éléments de paie sont

calculés par référence à une journée de paie égale au 1/26e et la paie forfaitaire mensuelle sur la base de 24 jours. Celle-ci est la norme la plus difficile à mettre en œuvre car le pointage des salariés est très compliqué à valoriser, a précisé M. Zaïm, qui citera en dernier lieu la paie forfaitaire mensuelle sur la base de 22 jours qui est adoptée par la majorité des employeurs privés du secteur économique. «La normalisation des processus RH passe également par la normalisation de la paie. On gagnerait tous à avoir une norme de paie opposable à l'ensemble des salariés et qui préviendrait tout changement de calcul de paie de la part des gestionnaires de paie ou des RH», en conclusion de la séance de la matinée.

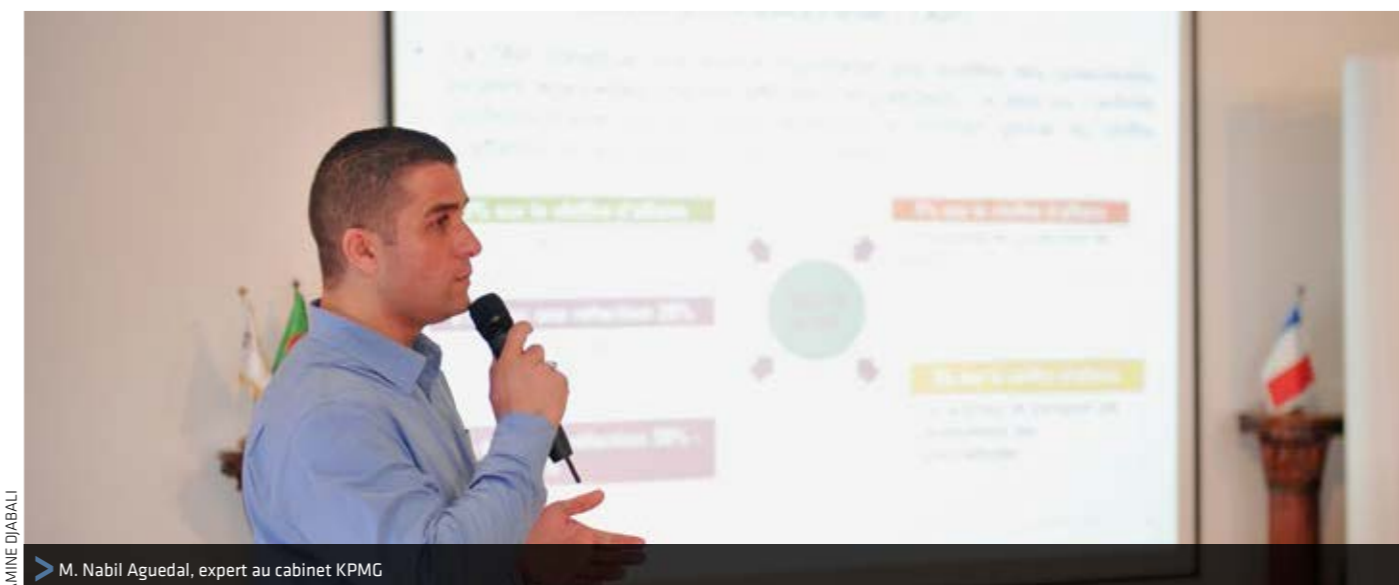
L'après-midi a été consacrée aux préceptes du droit pénal du travail. Le conférencier a ainsi abordé plusieurs points liés aux dispositions pénales du droit du travail et de la sécurité sociale, outre les conséquences de l'infraction sur la vie de l'entreprise et de son premier manager. Il a présenté ensuite l'ensemble des règles coercitives et de nature pénale qu'encourt un employeur en cas d'infraction d'une disposition contraignante du code du travail ou de la sécurité sociale et plus généralement par toutes autres mesures incluses dans une loi et en rapport avec la relation de travail. Il est utile de rappeler que depuis l'entrée en vigueur de la loi de finances 2018, l'ensemble des infractions relèvent du délit, passible d'une amende de plus de 20 000 dinars et d'une peine de prison pouvant dépasser les 2 mois.

Club fiscalité

Des règles fiscales appliquées à la clôture des comptes d'entreprises

Par Smail Boughazi

La Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF) a organisé un atelier sur les règles fiscales appliquées à la clôture des comptes d'entreprises.



AMINE DJABALI

M. Nabil Aguedal, expert au cabinet KPMG

Cette thématique cruciale pour la situation financière de l'entreprise a incité de nombreux adhérents de la Chambre à prendre part à cette rencontre. Celle-ci faisant suite, d'ailleurs, à un atelier organisé auparavant sur les règles comptables régissant la clôture des comptes de fin d'exercice. Animé par M. Nabil Aguedal, expert au cabinet KPMG, l'atelier était axé sur l'aspect pratique de clôture des comptes de fin d'exercice, mais aussi sur les principales mesures exigées par la réglementation fiscale en vue d'être en règle avec l'administration fiscale à la fin de chaque exercice (fiscal). Durant sa communication, le conférencier a détaillé aux participants les différentes étapes prévues par la réglementation en vigueur pour la préparation de la déclaration fiscale, le passage d'un

résultat comptable à un résultat fiscal, les principes et les limitations en matière de déduction fiscale des charges, etc. Il est revenu, dans le détail, sur la déclaration du résultat fiscal en cas de pluralité des exercices ainsi que la déclaration annuelle (Gn°4), fournissant dans le même sillage des détails sur le nouveau tableau de détermination du résultat fiscal ainsi que les charges déductibles.

Parmi les points soulevés aussi par M. Aguedal, figuraient, en outre, la taxe foncière, la taxe de domiciliation bancaire, la TAP ainsi que les droits d'enregistrement. Côté charges et provisions à intégrer dans le bilan de clôture de l'exercice, le conférencier a cité les frais de siège, les frais de réception, les cadeaux, les dons et libéralités. A

la fin de sa présentation, l'expert au cabinet KPMG a présenté à l'assistance la méthode de remplissage du tableau de liasse fiscale avec ses différentes classes (actifs, passifs, etc.)

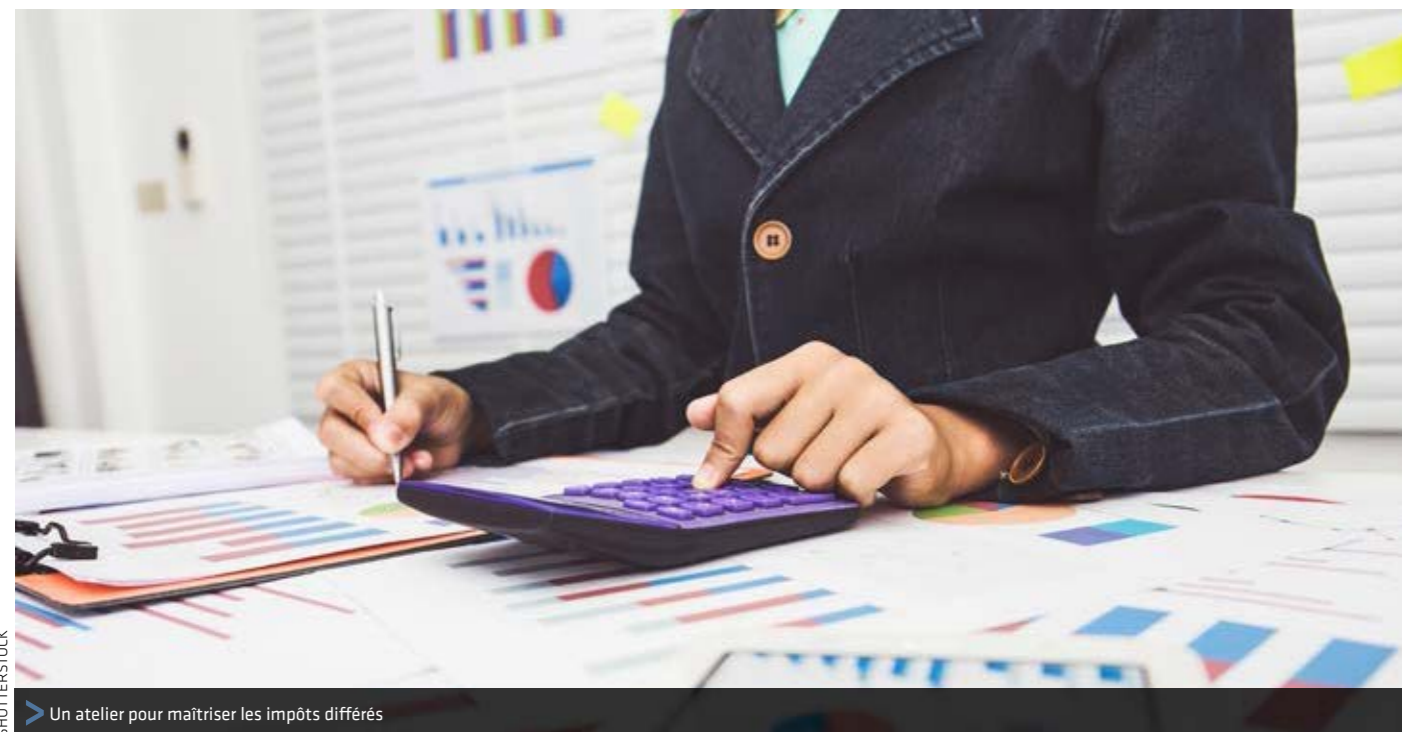
Durant les débats, les participants à cet atelier n'ont pas manqué de soulever moult questions en lien avec la thématique de la rencontre et plus particulièrement celles relatives à la déductibilité des charges, ainsi qu'à la situation de déficit du bilan et son report d'un exercice à un autre. Les questions liées aux réinvestissements des bénéficiaires ainsi que l'achat des équipements en leasing ont été également débattues durant cet atelier ainsi que d'autres cas pratiques propres à chaque entreprise.

Clôture de fin d'exercice

Les impôts différés expliqués aux entreprises

Par Smail Boughazi

La Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF) a organisé un atelier sur les impôts différés, animé par M. Mourad El Besseghi, commissaire aux comptes, en présence de plusieurs responsables des finances des entreprises adhérentes.



Un atelier pour maîtriser les impôts différés

Cette rencontre a permis aux participants de prendre connaissance des détails relatifs à l'impôt différé, ses incidences sur la trésorerie de l'entreprise, ainsi que les méthodes de son calcul. Pour les présents à cet atelier du Club fiscalité, il s'agit d'impôts des exercices précédents qui n'ont pas été recouverts ou non intégrés dans l'exercice en question. Or, explique M. El Besseghi, les impôts différés sont «une économie d'impôt (produit d'impôt) sur le résultat à réaliser ou une charge d'impôt sur le résultat à payer au cours des exercices futurs». Cet impôt résulte de différences temporaires entre le résultat comptable,

y compris le résultat des opérations portées directement en capitaux propres au cours de l'exercice et le résultat fiscal ainsi que par certaines opérations de bilan ou de gestion qui ouvrent droit soit à la récupération soit au paiement dans des conditions définies par la législation fiscale.

Pour le conférencier, cette question devrait être maîtrisée par les responsables des finances afin de mieux cerner les opérations de clôture des comptes. Il s'emploiera durant le temps de l'atelier à expliciter les contours de cet impôt qui se rapproche beaucoup plus des questions comptables que de la fiscalité.

Durant les débats ayant suivi la présentation, de nombreux participants ont soulevé certaines situations qui surviennent durant les exercices financiers des entreprises, tels que les impôts différés qui surviennent après le 30 avril de chaque année, date de dépôt des bilans de fin d'exercice. M. El Besseghi n'a pas omis de relever la complexité de cet impôt et de son acquittement, insistant sur l'importance de comprendre les différentes situations dans lesquelles il apparaît. A la fin de la rencontre, les participants ont émis le vœu d'approfondir leurs connaissances sur ces points à travers une formation de deux à trois jours.

Finances et comptabilité d'entreprises

Les aspects fiscaux de la réévaluation des immobilisations

Par Nassima Benarab

Les différents aspects fiscaux spécifiques aux différents écarts de réévaluation d'immobilisations amortissables et non amortissables ont fait l'objet d'un atelier animé par M. Rabah Tafighoult, président du Conseil national des experts-comptables au siège de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF).



AMINE DJABALI

M. Tafighoult, président du Conseil national des experts-comptables

Devant un parterre de comptables des entreprises adhérentes, M. Rabah Tafighoult a commencé par rappeler le traitement comptable de l'opération de la réévaluation des immobilisations, soulignant que chaque immobilisation concernée par la réévaluation - après sa comptabilisation initiale en tant qu'actif-est comptabilisée à son montant réévalué, c'est-à-dire à sa juste valeur à la date de réévaluation, diminué du cumul des amortissements ultérieurs et du cumul des pertes de valeurs ultérieures.

Lorsqu'une immobilisation corporelle est réévaluée par l'application d'un indice déterminé par rapport à son coût de remplacement net d'amortissement ou par référence à la valeur du marché, le cumul des amortissements à la date de réévaluation est ajusté

proportionnellement à la valeur brute comptable de l'actif, de sorte que la valeur comptable de cet actif à l'issue de la réévaluation soit égale au montant réévalué.

Le traitement comptable postérieur à l'opération de réévaluation consiste en la constatation d'une dotation aux amortissements ou d'une perte de valeur. La dotation aux amortissements résulte, d'une part, du montant réévalué qui est la nouvelle base amortissable de l'immobilisation concernée et, d'autre part, de la durée d'utilité de cette immobilisation à la date de la réévaluation. Cette dotation est comptabilisée au débit du compte 681 (Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeur, actifs non courants).

La perte de valeur constatée sur une

immobilisation réévaluée, que celle-ci soit amortissable ou non, est imputée en priorité sur l'écart de réévaluation antérieurement comptabilisé en capitaux propres au titre de cette même immobilisation. Le solde éventuel est constaté en charge.

Ainsi, la perte de valeur est comptabilisée au débit du compte 105 «Ecart de réévaluation» jusqu'à concurrence du montant initialement crédité, le surplus éventuel étant comptabilisé au débit du compte 681 «Dotations aux amortissements, provisions et pertes de valeur, actifs non courants». A la fin de la communication, le conférencier a présenté à l'assistance des cas pratiques de remplissage du tableau 9 de la liasse fiscale.

Club BTP

L'efficacité énergétique et l'isolation thermique dans le bâtiment en débat

Par Smail Boughazi

Le Club BTP de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCI AF) a convié, le 23 janvier dernier, des responsables d'Oxxo (filiale du Groupe Cevita) dans le cadre d'un atelier ayant pour thème «L'efficacité énergétique dans les constructions neuves».



Mme Christel Jiménez, à gauche et Mme Maïssa Hawasli, à droite

Une thématique qui a capté l'intérêt de nombreux représentants d'entreprises membres de la CCI AF activant dans le bâtiment et la construction. Les animatrices de l'atelier, en l'occurrence Mmes Hawasli Maïssa, Directrice marketing et communication chez Oxxo, et Christel Jiménez, Directrice pôle innovation de TBC (société d'études et de conseils), ont mis en exergue, tour à tour, l'importance de l'utilisation de la menuiserie à hautes performances thermiques, acoustiques et d'étanchéité afin de mieux économiser l'énergie dans le bâtiment.

Durant sa présentation, Mme Jiménez est revenue sur le rôle de la menuiserie industrielle dans l'amélioration de l'isolation thermique des logements

ainsi que l'économie en consommation énergétique.

Des données chiffrées ont été présentées à l'assistance afin d'illustrer les avantages de l'utilisation de cette technologie et mettre à profit les nouveaux matériaux dans l'économie d'énergie. Il ressort ainsi de l'enquête menée par TBC dans différentes régions du pays et auprès de plusieurs consommateurs d'énergie que l'usage des menuiseries performantes à double vitrage permet un gain d'énergie considérable. S'agissant du chauffage, la consommation peut être réduite de 10 à 12%. Quant aux besoins en climatisation, ces derniers peuvent être réduits de 3 à 4%, de même que pour la consommation d'éclairage dont le taux réduit varie de 4 à 5% en fonction des zones climatiques.

Pour sa part, Mme Hawasli Maïssa a abordé de manière détaillée les actions menées par la société quelle représente depuis le début de ses activités en direction des entreprises afin de les sensibiliser sur l'importance de l'utilisation de la menuiserie performante dans les nouvelles constructions. Elle affirme d'ailleurs que de nombreux programmes de logements ont déjà adopté les nouvelles techniques de construction. A l'issue des communications, de nombreux participants ont soulevé plusieurs points liés entre autres aux prix de ces menuiseries, la formation des ressources humaines, les disponibilités sur le marché ainsi que l'efficacité de nouveaux procédés de bâtiment.

Mme Maïssa Hawasli, Directrice marketing et communication chez Oxxo

« Nous avons équipé plus de 150 000 logements en Algérie »

Partenaires : Pour commencer, pouvez-vous nous dresser une brève présentation d'Oxxo et de ses activités ?

Mme Maïssa Hawasli : Oxxo est une marque qui existe depuis 1923. Oxxo SPA, filiale du Groupe Cevital, créée par l'acquisition d'Oxxo évolution en 2013, est spécialisée dans la fourniture de solutions d'isolations extérieures et fermetures à hautes performances thermiques, acoustiques et d'étanchéité.

Oxxo dispose de deux sites de production. Un site industriel en France avec une capacité de production annuelle de 280 000 fenêtres, soit un potentiel pouvant équiper 51 000 logements par an et un complexe industriel complètement intégré en Algérie, dans la wilaya de Bordj Bou Arréridj. Il s'agit du site le plus important en Afrique et troisième site d'Europe sur plan capacité, avec à terme 3000 collaborateurs et 2,1 millions de fenêtres à hautes performances thermiques, acoustiques et d'étanchéité, soit l'équivalent de 400 000 logements équipés par an.

A ce jour, Oxxo a équipée plus de 1 000 000 de logements en France et depuis sa création en Algérie, elle en a équipé plus de 150 000 unités. En Algérie, Oxxo dispose de deux réseaux de distribution, avec deux enseignes distinctes opérant sur deux segments et répondant ainsi aux besoins spécifiques de chaque client : Oxxo Baies pour les particuliers à travers son réseau d'espaces conseils et showrooms présents sur l'ensemble du territoire national ; Oxxo Bâtiment pour les professionnels du bâtiment à travers ses 4 directions régionales couvrant l'ensemble du territoire national.

Quel est le gain économique pour une entreprise de BTP qui utilise des

fermetures à hautes performances thermiques ?

En optant pour les solutions Oxxo, le promoteur contribuera aux objectifs de l'Etat algérien quant à l'économie d'énergie. Les derniers chiffres prouvent que la déperdition qui concerne le lot menuiserie et fermeture atteint plus de 20%. Les promoteurs offriront ainsi à leurs acquéreurs un produit de meilleure qualité, ce qui fera valoir leurs enseignes et l'image de marque de leurs entreprises sur le marché.

Nos capacités de production, l'accompagnement projet et la mise en œuvre nous permettent de répondre aux besoins des promoteurs et entreprises de BTP en réduisant les délais de réalisation qui impactent fortement leurs coûts de réalisation.

Enfin, étant donné que l'efficacité énergétique est une question d'actualité et d'avenir, pouvez-vous nous énumérer les actions réalisées par Oxxo pour sensibiliser les ménages et les entreprises quant à l'utilisation de ses équipements dans le bâtiment ?

Afin de sensibiliser les ménages et les entreprises, nous avons pris l'initiative d'organiser plusieurs manifestations en conviant bon nombre de nos partenaires, promoteurs, bureaux d'études et maîtres d'œuvres et d'ouvrages aux différentes rencontres, à l'instar des journées Oxxo Tech qui ont eu lieu à travers le territoire national, ou la journée internationale dédiée à l'Efficacité énergétique et l'Ecoconstruction en Algérie organisée en partenariat avec le CDER.

Nous avons également collaboré avec l'Agence nationale pour la promotion et la rationalisation de l'utilisation de l'énergie (APRUE) à l'organisation des journées portes ouvertes sur l'économie

d'énergie qui a eu lieu dans les milieux scolaires de Tizi Ouzou et Blida, ainsi que notre soutien à l'événement organisé annuellement et dédié à l'efficacité énergétique dans le domaine du bâtiment.

Nous avons également engagé une étude de mise à disposition de certains organismes concernés par l'économie d'énergie dans le bâtiment.

Cette étude, réalisée par TBC Innovation, société d'étude et de conseil pour l'innovation des bâtiments avec 25 ans d'expérience investie dans des consortiums de recherche pour imaginer le bâtiment de demain et partenaire de l'ADEME, de la Commission européenne et de l'ANR, porte sur l'impact de l'usage de fenêtres performantes sur la consommation énergétique des bâtiments résidentiels et collectifs en construction neuve en Algérie.

Elle a pour but également de quantifier les gains énergétiques apportés par l'utilisation de fenêtres performantes, des besoins et consommations de chauffage, de rafraîchissement, de l'amélioration du confort pour les habitants des logements et d'éclairage par rapport à des fenêtres usuelles simple vitrage.

Enfin, afin de sensibiliser les ménages, Oxxo s'adresse aux particuliers via son enseigne Oxxo Baies à travers un concept qui s'articule essentiellement sur la création d'un environnement pédagogique en mettant à la disposition des visiteurs ses solutions à hautes performances d'isolation thermique, phonique et d'étanchéité.

Prévention des difficultés financières

Quel rôle pour le commissaire aux comptes ?

Par Nassima Benarab

Le Club finances et comptabilité d'entreprises a réuni des experts comptables, des cadres et des chefs d'entreprise adhérents à la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCI AF) le temps d'une rencontre autour du thème : «Le rôle et missions du commissaire aux comptes dans la sauvegarde de l'entreprise».

Lors de son intervention, Mme Wassila Mouzaï, commissaire aux comptes du cabinet WM, a mis en avant le rôle du commissaire aux comptes au sein d'une entreprise, considérant ce dernier comme un partenaire-clé qui a pour mission de contrôler la régularité des comptes sociaux annuels de l'entreprise à travers la réalisation d'un audit comptable et financier.

Pour ce faire, le Commissaire aux comptes (CAC) doit être au fait de toutes les procédures mises en œuvre dans l'entreprise, incluant les produits ou services, les outils de production et de distribution, les investissements et les modes de rémunération des salariés. La connaissance de la situation financière et économique réelle de l'entreprise s'avère importante afin que les deux parties puissent travailler dans la transparence, explique-t-elle. C'est d'ailleurs à ce niveau que les premiers rapports de confiance vont se tisser et que le CAC sera amené à récolter un maximum d'informations sur le fonctionnement de l'entreprise, lui permettant de mener à bien sa mission.

Le CAC va pouvoir ainsi établir un programme de travail et un plan de mission qui prennent en compte les spécificités de l'entreprise, en insistant sur les points complexes qu'il aura pu identifier. En tout, pas moins de 14 rapports devraient être établis. L'on cite notamment les rapports relatifs aux conventions réglementées, l'évolution du résultat des cinq derniers exercices et du résultat par action ou parts sociales et



Mme Wassila Mouzaï, Commissaire aux comptes du cabinet WM

AMINE BOULBADAOU

les procédures de contrôle interne.

Par ailleurs, Mme Wassila Mouzaï a insisté sur le contrôle des avantages particuliers accordés aux personnels, expliquant que l'entreprise doit s'acquitter de l'IRG sur ce genre d'avantages pour éviter tout risque d'un redressement fiscal.

Pour résumer, l'intervenante a souligné que le CAC doit jouer un rôle primordial à même de prévenir les difficultés financières des entreprises. Le commissaire aux comptes a l'obligation d'informer les dirigeants des entreprises dont la situation risque de se dégrader. Plusieurs cas peuvent attirer son attention, comme le départ d'un employé sans le remplacer, la perte d'un marché important, les conflits sociaux, le non-respect de certaines procédures, la perte de 3/4 du capital de l'entreprise, etc.

Bien qu'il soit un intervenant externe, le commissaire aux comptes peut avoir d'autres missions en interne. Selon Mme Wassila Mouzaï, il peut même fournir des conseils en cas de défaillances dans l'organisation de l'entreprise. Dans ce registre, l'intervenante a fait savoir que les commissaires aux comptes soulèvent souvent des difficultés d'ordre organisationnel. «Certaines entreprises sont mal organisées, ce qui peut éventuellement fausser le processus du contrôle. Je reste toutefois optimiste, notamment avec l'instauration du Système comptable et financier (SCF), qui a permis la mise à niveau de l'ensemble du personnel chargé des finances», a-t-elle conclu.

Atelier des juristes

Quelles-sont les missions du secrétariat juridique ?

Par Nassima Benarab

Le secrétariat juridique se doit d'avoir autant de compétences juridiques et de connaissances administratives tout en prenant en compte les évolutions législatives et jurisprudentielles liées au droit des sociétés. C'est du moins ce qui ressort d'un atelier animé par les représentantes de KPMG, en l'occurrence Mmes Asma Belouard et Samia Mahsene, au niveau de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCI AF).



Mme Asma Belouard, Conseiller juridique chez KPMG

AMINE BOULBADAOU

Devant un parterre de juristes et de représentants d'entreprises adhérentes, Mme Asma Belouard a entamé sa présentation par une explication détaillée du rôle du secrétariat juridique au sein d'une entreprise qui consiste, précise-t-elle, à réaliser l'ensemble des opérations liées à la tenue des décisions collectives, à la participation à la rédaction des formalités de constitution de la société et la réalisation des formalités de publicité et d'enregistrement propres au sein de structures sociétaires telles que les SARL, SPA, EURL, etc. D'où la nécessité de comprendre les règles de fonctionnement propres à chaque

forme sociétaire, prévenir les erreurs et oublis éventuels pouvant provoquer de lourdes conséquences, s'assurer de la régularité des dossiers et des opérations par rapport aux exigences législatives et statutaires.

Il consiste également à présenter les meilleures pratiques d'organisation des réunions des conseils d'administration et des assemblées d'actionnaires, et enfin à maîtriser les différents événements tout au long de la vie juridique des sociétés commerciales et les formalités y afférentes.

Riche en informations, la présentation a mis en lumière plusieurs aspects théoriques liés notamment aux dernières

évolutions législatives en droit des sociétés, aux règles d'organisation des assemblées d'associés et actionnaires ainsi que leurs prérogatives. Des aspects qui ont également trait aux moyens de prise de décision, aux organes de gestion, au calendrier prévisionnel, à la désignation du commissaire aux comptes, à la publication des comptes sociaux et aux infractions.

A la fin de la communication, les représentantes de KPMG ont émis des recommandations sur les pratiques à appliquer pour assurer une organisation optimale du secrétariat juridique. Il a ainsi été préconisé l'optimisation de la taille du département juridique en fonction de celle de la société elle-même et de la nature de ses opérations. Il est important de cerner les questions relatives à la conformité et à la gestion des risques et de s'assurer de la conformité de l'ensemble des opérations et des procédures des sociétés aux exigences législatives et réglementaires. Il est également utile d'assurer une interaction et une intégration avec les autres départements de la société et de mettre en place des plans de carrière à destination du personnel dédié au secrétariat juridique. Et enfin, il a été hautement recommandé d'utiliser les nouvelles technologies de l'information pour optimiser le fonctionnement du secrétariat juridique.

Club Fiscalité

Focus sur la réglementation des établissements stables

Par Smail Boughazi

Le régime fiscal des établissements stables a été décortiqué lors de l'atelier organisé par le Club fiscalité de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCI AF) mercredi 7 février 2018 en son siège.



M. Halim Zaïdi, Expert du Cabinet d'E&Y

Cette conférence a permis aux nombreux participants à la rencontre de mieux cerner la question et de faire la distinction entre les représentations commerciales et les établissements stables, selon la législation algérienne. Animé par M. Halim Zaïdi, Expert du Cabinet d'E&Y l'atelier a vu la présence de bon nombre de participants ayant soulevé des questionnements sur les différents aspects de cette thématique fiscale. Au début de la communication, le conférencier a établi la définition des établissements stables selon la réglementation algérienne et celle de l'OCDE, avant de revenir sur les aspects réglementaires de la fiscalité appliquée à ce genre d'établissements.

En clair, le terme «établissement stable» est défini selon la convention modèle de l'OCDE comme étant «une installation fixe d'affaires par l'intermédiaire de

laquelle une entreprise exerce tout ou une partie de ses activités». Une «installation fixe d'affaires» veut dire dans ce contexte les locaux, bureaux ou, dans certains cas, des machines ou de l'outillage.

Pour M. Halim Zaïdi, cette définition ne s'applique pas à la réglementation interne algérienne liée à la fiscalité des entreprises. Il précise que le terme des établissements stables est définie dans l'article 162 bis du Code des impôts directs et taxes assimilés (CIDTA). Le texte stipule que les entreprises concernées sont celles n'ayant pas d'installation professionnelle permanente en Algérie qui réalisent, à partir de l'étranger, des opérations taxables en Algérie d'après le régime de la retenue à la source prévu à l'article 156, ainsi que celles relevant du même régime, dont l'intervention est limitée à la présence en Algérie d'experts, et dont le séjour n'excède pas 183 jours

dans une période quelconque de douze mois. Ces établissements ne sont pas concernés par le régime du droit commun s'ils ne déposent pas une demande pour l'intégrer. De la sorte, le taux de leur imposition est fixé à 24%.

Le conférencier est revenu par ailleurs sur les différents régimes pratiqués dans la réglementation, notamment le régime de retenue à la source, le régime du droit commun, le régime des acomptes provisionnels ainsi que la «branch tax».

Durant les débats, de nombreux intervenants ont soulevé des questions liées à la fiscalité appliquée à ces établissements en Algérie et plus particulièrement ce qui a trait à la TVA et son remboursement. D'autres questions liées à la période d'activité d'un établissement stable ont été également évoquées par les participants.

Club juridique

Modifications des statuts des entreprises : comment s'y prendre ?

Par Smail Boughazi

La Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCI AF) a organisé, le 21 février dernier, un atelier autour de la question de la «Modification des statuts des entreprises, les points à maîtriser...», co-animé par Mme Wassila Mouzaï, commissaire aux comptes du cabinet WM et Mme Sourour Bounegab, juriste au Centre national du registre de commerce (CNRC).



Mmes Wassila Mouzaï et Sourour Bounegab, animatrices de l'atelier

Cette rencontre, qui a attiré de nombreux adhérents de la Chambre, a permis à l'assistance de prendre connaissance des différentes étapes préalables à suivre lors d'une procédure de changement de statut de l'entreprise. Cette question a été abordée par les conférencières sous différents angles, particulièrement juridique.

Au début de la communication, Mme Sourour Bounegab a présenté les grands axes des procédures et des délais de création d'une société commerciale. Elle a détaillé, dans ce sens, certains points à mettre en exergue, notamment la dénomination commerciale, le siège social, l'élaboration des statuts par un notaire, la publication légale au BOAL, l'immatriculation commerciale et fiscale, ainsi que le compte bancaire et la déclaration employeur. Ce sont

autant de points à mettre en place lors du lancement d'une nouvelle entreprise.

Pour la modification des statuts de l'entreprise, les deux conférencières ont fourni dans ce cadre des détails sur les dispositions prévues par la loi ainsi que la modification de certains éléments de l'entreprise, laquelle nécessite une procédure précise. Ainsi, une procédure de modification des statuts de l'entreprise est requise lors du changement de la dénomination sociale, l'objet social, la forme juridique, le capital social, le siège social, la création de nouveaux lieux d'exercice, une prorogation ou dissolution anticipée, ou encore la liquidation de l'entreprise.

S'agissant du capital social de l'entreprise, Mme Mouzaï citera la loi n° 15-20 qui stipule que «les parts sociales doivent être réparties entre les

associés dans les statuts de la société et doivent être souscrites en totalité par les associés. Elles doivent être intégralement libérées lorsqu'elles représentent des apports en nature». Le même article de loi prévoit, selon la conférencière, que «les parts représentant des apports en numéraire doivent être libérées d'au moins un cinquième (1/5) de leur montant. La libération du surplus intervient en une ou plusieurs fois sur décision du gérant, dans un délai qui ne peut excéder cinq (5) ans, à compter de l'immatriculation de la société au registre du commerce». Plusieurs aspects liés au changement des statuts ont été soulevés par les participants à l'issue des communications et notamment les nouvelles dispositions introduites dans la loi de finances 2018.

Club fiscalité

Les conventions de non-double imposition pour une fiscalité transparente

Par Smail Boughazi

«Conventions de non-double imposition signées par l'Algérie et d'autres pays partenaires», tel était le thème abordé par le Club fiscalité de la Chambre algéro-française de commerce et d'industrie (CCI AF) le 31 janvier dernier.



M. Nabil Aguedal expliquant les conventions de non-double imposition

Cet atelier dédié à la fiscalité des entreprises a permis à l'assistance de se pencher de manière détaillée sur les différentes dispositions apportées par les conventions de non-double imposition pour les entreprises. Animée par le Tax manager de KPMG, Nabil Aguedal, la rencontre a été fort intéressante dans la mesure où nombre des entreprises adhérentes à la CCI AF sont des filiales de groupes internationaux versées dans des activités sur le marché local.

L'animateur de l'atelier a brossé, de prime abord, un tableau des dispositions prévues dans ces conventions et particulièrement celles signées avec certains pays qui connaissent une intense activité avec l'Algérie. Citant en exemple la convention signée entre l'Algérie et la France, l'orateur est revenu notamment sur les dispositions et les mécanismes de son application, outre certains aspects liés aux systèmes

de fiscalité internes des deux pays. Il a expliqué par ailleurs que l'Algérie a signé plusieurs conventions de non-double imposition avec différents pays.

Ces conventions qui concernent les personnes physiques et morales permettent de déterminer la résidence fiscale et visent notamment à lutter contre l'évasion fiscale et mettre en place des mécanismes d'assistance entre les deux pays signataires, précise le conférencier. Par la suite, il a expliqué que deux modèles de conventions sont répandus dans le monde, à savoir le modèle onusien et celui de l'OCDE. Ce dernier est le modèle le plus appliqué dans la majorité des pays. S'agissant des impôts visés dans ces conventions, M. Aguedal expliquera que lesdites conventions servent de cadre réglementaire pour les impôts directs, lesquels sont expressément listés dans le

texte de loi tels que l'IRG, la TAP ou encore l'IBS...

Ces conventions diffèrent par ailleurs d'un pays à un autre, et ce, en fonction des règlements fiscaux de chaque pays. Pour les dispositions contenues dans ces conventions, le Tax manager de KPMG a énuméré, entre autres, la résidence fiscale, l'établissement stable, les dividendes et intérêts des entreprises ainsi que la navigation maritime. Ce sont des points qui ont été éclaircis dans les conventions.

Durant le débat qui s'en est suivi, moult questions en lien avec le paiement des impôts, particulièrement entre l'Algérie et la France, ont été soulevées dont des cas qui se rapportent à des personnes physiques, ou encore certains impôts indirects comme la TVA. Des questionnements qui ont suscité un débat entre l'animateur de l'atelier et l'assistance.

Loi de finances 2018

Quelles nouveautés pour les entreprises ?

Par Nassima Benarab

La Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCI AF) a organisé un séminaire sur les principales mesures incluses dans la Loi de finances 2018, avec la participation des représentants des administrations fiscales, douanières et bancaires, sans compter la présence massive des représentants des entreprises adhérentes.



Le séminaire a été animé par des représentants de la DGI, DGD et de l'ABEF

Dans son allocution d'ouverture, Jean-Marie Pinel, président de la CCI AF, a tenu à souligner que cette rencontre vise à aborder et analyser l'ensemble des nouvelles mesures prévues dans la loi de finances 2018. Il s'agit aussi d'apporter des éclairages utiles et précis sur la portée des différentes dispositions contenues dans cette loi.

A l'entame du séminaire, les représentants de la Direction générale des impôts ont exposé les principales mesures à caractère fiscal contenues dans la LF 2018. M. Kamel Touati, Directeur de la législation et de la réglementation fiscale, a présenté les mesures relatives à la Taxe sur la valeur ajoutée (TVA). Il a expliqué que la LF 2018 a accordé le bénéfice de l'exonération de la TVA et des droits de douane aux opérations de vente portant sur certaines matières et produits destinés à l'alimentation du bétail, mais aussi pour

les produits chimiques et organiques destinés aux produits médicaux, à l'exemple des bandelettes réactives destinées à mesurer la glycémie.

La loi de finances 2018 a également exclu de l'IRG, selon les explications de M. Kamel Touati, les plus-values issues de la cession des logements collectifs constituant l'unique propriété et l'habitation principale dont la durée de possession excède dix ans. En d'autres termes, l'exonération accordée au titre des biens possédés plus de dix ans ne concerne désormais que ceux constituant l'unique propriété et l'habitation principale.

De son côté, Mme Amel Abdelatif, Directrice du contentieux fiscal, a fait savoir que la LF 2018 prévoit l'application d'une pénalité d'un million de DA pour défaut de production de la déclaration par l'entreprise étrangère. La pénalité est portée à dix millions de DA si ladite déclaration n'est pas parvenue à

l'administration dans un délai de 30 jours à partir de la notification.

Pour M. Arezki Ghanemi, Directeur de la recherche et de la vérification fiscale, la loi de finances 2018 permet la facilitation des procédures fiscales aux entreprises. Il est indispensable pour les entreprises de les considérer comme étant des procédures de gestion et non pas comme des obligations, soulignant que l'année 2018 verra la modernisation de l'administration fiscale. «Les déclarations fiscales se feront désormais à distance», se réjouit-il.

M. Sid Larbi, Directeur de la législation, de la réglementation et des échanges commerciaux à la Direction des douanes, a évoqué, quant à lui, les nouvelles mesures douanières. A ce propos, il a fait savoir que la LF 2018 a prévu 15 nouvelles dispositions de douane et 2 mesures d'ordre réglementaire. Il précisera en outre qu'il y a eu une révision à la hausse des droits douaniers de 129 produits finis importés.

Intervenant à son tour, M. Boualem Ibrouhèn, le représentant de l'Association professionnelle des banques et établissements financiers (ABEF), a axé son intervention sur le traitement des opérations de commerce extérieur. Une occasion pour les participants à ce séminaire de poser une série de questions ayant trait à la taxe de 1% applicable aux opérations d'importation de marchandises destinées à la consommation en Algérie, et d'évoquer la hausse des droits de douane pour certains produits.

Nos activités en régions

3^{èmes} Rencontres algéro-françaises de l'agriculture et de l'élevage



CCIAF > Une partie des rencontres B2B organisées en marge de ce rendez-vous

La Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF) a organisé la troisième édition des rencontres algéro-françaises de l'agriculture et de l'élevage, les 24 et 25 avril 2018 à Annaba, en partenariat avec le Consulat général de France à Annaba. Le secteur de l'agriculture et de l'élevage en Algérie est considéré comme une priorité nationale, pour laquelle l'Etat a mobilisé tous les moyens nécessaires afin d'assurer un développement harmonieux de l'ensemble des filières. C'est dans cette perspective que la CCIAF a mis en place ce rendez-vous annuel pour contribuer au développement agricole et de l'élevage

à travers ces rencontres entre les entreprises des deux pays. Cette année encore, plus de 150 entreprises algériennes étaient présentes à cette rencontre aux côtés de 20 sociétés françaises prêtes à échanger et partager l'expertise, la connaissance et promouvoir les richesses dans de ces secteurs. Au programme de ces deux jours, deux ateliers thématiques ont été tenus, animés par des experts du métier, ainsi que plusieurs rendez-vous B to B étaient programmés entre les opérateurs de la région Est (Annaba, Constantine, Sétif, M'sila, Skikda, Guelma, El Tarf, Souk Ahras et Tébessa).

La CCIAF, partenaire de Sonatrach pour la 3^{ème} édition ExpoSciences



CCIAF > Une vue d'ensemble sur la 3^{ème} édition ExpoSciences

En marge des 11^{èmes} journées scientifiques et techniques, Sonatrach a organisé la 3^{ème} édition ExpoSciences du 16 au 19 avril 2018 au Centre des Conventions d'Oran, sous le thème : «Innovation et partenariat dans un contexte mondial de transition énergétique». La Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF) était partenaire de cette exposition et a organisé l'Espace France Algérie de cette troisième édition pour accompagner plus d'une trentaine d'entreprises françaises. Des opérateurs et sociétés spécialisés en énergies, en assurances & banques, et autres ont participé activement à ce rendez-vous par l'exposition de produits, équipements et services. Lors de l'ouverture du Salon, les entreprises françaises ont reçu la visite du Consul général de France à Oran, Monsieur Christophe Jean. Un forum a été organisé par la CCIAF, en marge d'ExpoSciences et comprenait 4 ateliers thématiques

animés par différents représentants des entreprises françaises, dont Vinci, Engie, Oxxo et Lafarge. Cette manifestation de 4 jours a permis aux entreprises françaises de faire connaître les technologies de production et

de commercialisation des produits pétroliers, notamment les innovations, et cela leur a permis également de rencontrer les opérateurs publics et privés du secteur.

La CCIAF partenaire des Digital Business Days



La CCIAF était présente comme partenaire à la deuxième édition de Digital Business Days, une rencontre B to B des décideurs TIC en Algérie, qui s'est tenue le 14 mars 2018 à l'hôtel El Aurassi. Cet événement était un carrefour interentreprises présentant

un programme riche en conférences thématiques, ateliers et rendez-vous B to B, créant ainsi un lieu unique d'échanges entre experts et professionnels du secteur des TIC.

Rencontre avec les adhérents à Skikda

Une rencontre très instructive avec nos adhérents s'est tenue en début d'année à Skikda, autour du thème «La rédaction des contrats de travail», animée par Mr Abdelhak Zaïm, de Global

Management Service. C'était une belle occasion de partage et d'échange entre entreprises de cette région.

Rencontre des adhérents avec l'ambassadeur de France en Algérie à Constantine

Une rencontre avec nos adhérents de Constantine s'est tenue courant février, en présence de l'ambassadeur de France en



CCIAF > M. Xavier Driencourt dans des échanges avec les entrepreneurs constantinois

Algérie, M. Xavier Driencourt et le Consul de France à Annaba, M. Poinot. Des échanges avec les entrepreneurs et chefs d'entreprise à Constantine, qui avaient pour but de mieux les

connaître et encourager les partenariats économiques entre les deux pays.

Une conférence organisée par le Club Santé à Constantine

Le 20 mars dernier, le Club de Santé de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française a invité les adhérents de la Région Est pour une rencontre très riche en échanges et débats, qui s'est tenue à Constantine.

La conférence était animée par Mr Sid Ahmed Anteur, ingénieur Qualité chez VEP sous le thème : «Les bonnes pratiques de fabrication dans l'industrie pharmaceutique». Oran-Tlemcen

Rencontre des adhérents avec l'ambassadeur de France en Algérie à Oran et Tlemcen

L'ambassadeur de France en Algérie, Monsieur Xavier Driencourt, s'est rendu dans les wilayas d'Oran et de Tlemcen en début d'année 2018. Lors de sa visite, l'ambassadeur a rencontré plusieurs chefs d'entreprise membres de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française à Oran, où un échange approfondi et utile

s'est tenu afin d'avoir un aperçu sur le cadre des affaires et les perspectives de la région avec les partenaires franco-algériens. Parmi les projets évoqués : la présence de l'usine Renault, l'installation prochaine d'une usine Peugeot et l'ouverture à la rentrée 2018 d'une école française, autant de projets qui font avancer la coopération bilatérale dans cette wilaya.

Nos activités en France

La CCIAF présente aux Journées de l'international de Kindarena à Rouen



CCIAF > Un événement riche en échanges et en informations

L'événement organisé par CCI International Normandie en fin d'année 2017, qui vise à promouvoir l'international, était l'occasion pour la CCIAF de promouvoir le marché algérien. Durant deux jours, plusieurs rendez-vous B to B avaient

été effectués avec différentes entreprises de la région afin de les conseiller et les sensibiliser sur les opportunités de développement en Algérie.

Intervention de la CCIAF à Marseille

Suite à l'invitation du Consul général d'Algérie à Marseille, Monsieur Boudjema Rouibah et de la Présidente du Conseil du département des Bouches-du-Rhône, Madame Martine Vassal, la CCIAF a participé, le 19 avril dernier, à la conférence sur les

opportunités économiques entre l'Algérie et le territoire des Bouches-du-Rhône, évoquant les opportunités de partenariats en Algérie.

La CCIAF au 10e Forum de l'International

La CCIAF a participé au 10e Forum de l'international organisé par la CCI Lyon Métropole à Lyon les 27 et 28 mars 2018 pour

rencontrer les entreprises et promouvoir la destination Algérie.

La CCIAF invitée à la FIEV et à la CCI Paris île de France

La CCIAF est intervenue, le 15 février dernier, lors de la présentation du projet Peugeot Algérie, à la FIEV pour exposer

les recommandations et conseils d'accompagnement aux entreprises afin de relever le défi de la sous-traitance.

Smartphones : de l'import à la production locale



L'assemblage des smartphones figure parmi les industries naissantes, auxquelles un solide appui devrait être apporté en vue de lui permettre de franchir sans trop de difficultés cette inéluctable étape propre aux nouvelles filières. Une étape qui se caractérise par des faiblesses en termes de productivité, de valeur ajoutée et de création de postes d'emploi.

Cet appui a été fourni par les pouvoirs publics sous forme d'avantages fiscaux et parafiscaux consentis aux entreprises algériennes opérant dans ce créneau qui pourrait placer l'Algérie en position de leader au niveau de la région MENA, notamment après l'entrée en lice de plusieurs marques de renommée mondiale qui se sont lancées à leur tour dans cette activité dans le sillage de la suspension de l'importation des smartphones mise

en œuvre depuis le début de l'année.

Le résultat ne s'est pas fait attendre ; l'Algérie dispose actuellement de 10 entreprises qui activent dans l'assemblage des téléphones mobiles. Mieux encore, les marques algériennes (Condor, Iris, Stream System, Starlight, Enie, Kiowa et Kenzy) ont réussi à exporter, en 2017, près de 38 640 unités vers 11 pays, pour une valeur de plus de 1,26 million de dollars.

Il nous paraît donc opportun de se pencher sur cette filière industrielle pour offrir aux lecteurs de Partenaires de plus amples informations quant aux facteurs qui ont contribué à son émergence et leur apporter des éclairages sur les défis et opportunités à relever afin que cette activité en pleine expansion gagne davantage en performance.

Téléphone mobile

De l'importation à l'investissement productif

Par Hamid Mohandi

Après avoir enregistré une hausse significative en termes de ventes suite au lancement de la 3G et la 4G, le marché algérien des smartphones a atteint rapidement une taille critique lui permettant d'attirer des fabricants de renommée mondiale pour assembler localement leurs produits. Samsung, LG et Wiko ont déjà ouvert leurs usines, alors que d'autres n'attendent que le moment opportun pour se lancer dans cette voie.



Le montage de smartphones, une industrie naissante à encourager

L'instauration d'une taxe douanière de l'ordre de 30% sur les téléphones mobiles et la suspension de leur importation quelques mois plus tard ont vraisemblablement incité les grands fabricants de smartphones à revoir leur stratégie et à modifier leur perception sur le marché algérien, qui restait alors entre les mains des marques locales, lesquelles sont parvenues à conquérir, un tant soit peu, des parts de marché en proposant

des produits concurrentiels assemblés localement.

Ce réexamen de l'environnement réglementaire faisant partie des mesures prises dans l'optique de réduire la facture des importations, a mis ces fabricants dans une position peu confortable et qui pourrait se compliquer davantage et leur faire perdre un marché qui comptait plus de 45,845 millions d'abonnés mobiles en 2017, d'où la nécessité de

changer d'approche et d'aller vers des investissements productifs avec des partenaires locaux.

Cela s'est traduit non seulement par une baisse substantielle de 50,95% des importations, mais aussi par l'installation de pas moins de quatre usines de montage de ces firmes étrangères en vue d'assurer un redéploiement rapide de leurs activités et reconquérir ainsi leurs parts de marché.

Ces géants qui s'installent en Algérie

Il est donc bien évident que ce n'est certainement pas fortuit si le constructeur sud-coréen Samsung a choisi son distributeur officiel, Timecom,

pour y implanter sa deuxième usine d'assemblage dans le monde, après celle installée en Argentine. Avec une capacité de production devant atteindre

2,5 millions d'unités dès sa deuxième année, l'usine a entamé ses activités par l'assemblage de la gamme Galaxy J 2017 et devrait au fur et à mesure intégrer

dans le planning de sa production de nouveaux modèles de smartphones.

Samsung emboîte ainsi le pas à l'autre constructeur sud-coréen, LG en l'occurrence, qui est devenu le premier géant des smartphones à avoir franchi le cap de la distribution pour monter une usine de production en Algérie. Il s'est appuyé dans cet investissement sur l'expérience avérée de Bomare Company dans l'assemblage des terminaux mobiles à travers sa marque commerciale Stream System. LG se fixe comme objectif à long terme de

produire 3 millions de smartphones par an, et dégager également un surplus très important pour l'exportation.

C'est également le pari engagé par Wiko qui s'est associé avec Sacomi Electronics en vue d'installer en Algérie sa première unité d'assemblage de smartphones du continent africain. La marque commerciale française, qui cible prioritairement les jeunes, compte assembler à terme plus de 1 million de smartphones par an, avec comme ambition de s'imposer comme l'un des principaux concurrents sur le

marché local, tout en gardant un intérêt particulier pour l'exportation de ses produits vers notamment les marchés limitrophes.

Ce regain d'attention dont fait l'objet le marché algérien s'est également fait sentir du côté des marques chinoises. Doogee a en effet lancé son unité de montage au début de l'année avec une capacité de production de 3000 unités par jour, tandis que Huawei et Oppo préfèrent encore temporiser. Ils devront agir et passer à l'action dans un proche avenir.

Des marques algériennes en concurrentes

Conscientes du potentiel de croissance que représente cette industrie, les entreprises algériennes étaient pionnières dans l'assemblage des smartphones en Algérie bien des années avant que les marques étrangères puissent s'engager sur la même voie. Elles étaient alors et durant une courte période en bonne position pour bénéficier pleinement des opportunités que leur offre le nouveau contexte réglementaire. Condor, Iris, Stream System, Starlight, Enie, Kiowa et Kenzy ont su comment lancer sur le marché des produits qui suscitent la demande grâce notamment à des prix abordables. Elles se positionnent désormais sur l'échiquier et les marques

étrangères devraient toutes les prendre en compte, notamment à l'aune du contexte économique actuel qui favorise la production et la consommation locales.

Il est toutefois vrai que les gammes mobiles proposées par les nationaux sont techniquement moins performants, mais il n'en demeure pas moins qu'elles présentent des caractéristiques et fonctionnalités alternatives leur permettant de se démarquer et gagner des points auprès des Algériens. Condor est à cet égard un parfait exemple d'entreprise qui a, au bout de quelques années, réussi à bouleverser localement

les parts de marché et à détrôner les plus importants fabricants mondiaux de smartphones. Mieux encore, l'Algérien ne compte pas s'arrêter en si bon chemin, au contraire. Il est en train de se faire un nom à l'international en lançant ses produits dans plusieurs pays arabes, africains et européens. Starlight, Enie et Stream System s'attellent également à accomplir à un degré moindre la même prouesse en proposant des produits de plus en plus adaptés aux évolutions du marché et en s'appuyant sur leurs traditionnels réseaux de distribution couvrant l'ensemble des régions du pays pour atteindre le plus grand nombre de clients possible.

Le pari du taux d'intégration

Dans le souci de protéger cette industrie naissante et réduire par la même occasion les importations, le gouvernement a mis en œuvre des mesures protectionnistes, allant jusqu'à interdire temporairement l'accès au marché de tout téléphone mobile produit ailleurs qu'en Algérie. Dès lors, les marques étrangères se sont retrouvées dans l'obligation de choisir entre l'installation d'une usine d'assemblage en partenariat avec un opérateur local et la perte d'un marché de consommateurs qui se chiffre à plus de 41,3 millions de personnes.

Jusqu'à présent, cette situation a en effet incité quatre de ces marques à opter pour l'investissement productif, ce qui a eu pour corollaire de relancer le débat sur la question du taux d'intégration, négligeant parfois dans les échanges

de vues qui en découlent de relever tous les effets positifs potentiels sur l'économie nationale à long terme en ce qui concerne la formation, le transfert de technologie et de savoir-faire, la familiarisation avec les nouveaux processus de gestion et de production, ainsi que l'expérience que les partenaires locaux pourront acquérir dans ce domaine au fil des ans. Il faut également se garder de négliger l'importance de s'insérer dans des écosystèmes de partenaires étrangers à la pointe de la technologie pour s'adapter facilement à l'évolution rapide de l'économie mondiale afin de ne pas être à la traîne par rapport aux autres pays.

Cela pourrait paraître bien évidemment insignifiant pour certains, en l'absence d'une véritable production locale de certains composants de ces

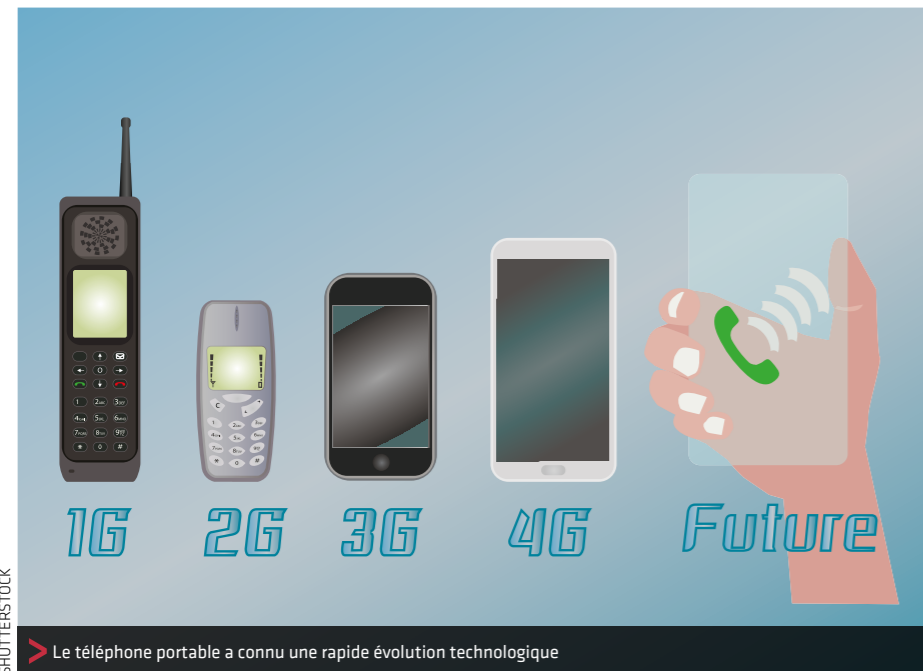
smartphones, ce qui est tout à fait légitime. Mais il serait également incorrect de tirer dès à présent des conclusions à même d'étouffer dans l'œuf une industrie naissante qui nécessite avant tout des encouragements et surtout du temps en vue de constituer son écosystème de fournisseurs locaux. D'ailleurs, des start-up peuvent tôt ou tard se positionner sur certains maillons de la chaîne de production, notamment dans le domaine du software avant d'envisager de passer à des étapes plus complexes. Il conviendrait donc de considérer la situation actuelle de cette industrie naissante comme un mal nécessaire et un point de passage obligé, pour peu que les entreprises algériennes en tirent le meilleur parti.

Évolution du téléphone portable

Du feature-phone à l'intelligence artificielle

Par Smail Boughazi

De nos jours, le smartphone est devenu un élément indispensable dans la vie quotidienne. Cet appareil, doté actuellement d'une multitude de fonctionnalités, a connu toutefois une évolution vertigineuse au fil des ans.



Une évolution qui a déjà permis à ses nombreux composants de connaître des transformations radicales avec une vitesse élevée, un stockage volumineux, des formes de plus en plus réduites et d'innombrables capteurs. Aujourd'hui, des smartphones sont même dotés de l'Intelligence artificielle (IA) promettant des transformations radicales de son fonctionnement et de son utilisation. Un retour sur les principales étapes de son développement permet de constater le chemin parcouru par cette industrie de pointe pour concevoir et produire un téléphone intelligent qui réunit dans le même terminal de nombreux outils d'il y a quelques décennies. Bien que

l'invention de l'écran tactile remonte à 1972, prouesse réalisée à l'Université de l'Illinois aux Etats-Unis comme un système d'éducation assistée par ordinateur, le smartphone tel qu'on le connaît actuellement est apparu durant les années 2000. L'iPhone conçu par la firme de Cupertino est considéré comme le premier smartphone qui intègre plusieurs fonctionnalités et supprime les touches physiques, tranchant avec les features-phones. Les premières versions englobent la téléphonie, la navigation internet, le lecteur audio-vidéo et d'autres applications de jeux, etc. L'apparition des premiers Android en 2008 a révolutionné notre perception du smartphone, avec notamment le système d'exploitation de Google qui fait

tourner aujourd'hui 80% des terminaux dans le monde.

L'évolution du smartphone ne s'arrêtera pas à ce stade, puisque les chipsets (processeurs) n'ont cessé d'évoluer atteignant aujourd'hui des vitesses de traitement époustouflantes. D'autres composants des smartphones, tels que les cartes graphiques, mémoires, caméras... ont connu des transformations radicales gagnant en capacité et en vitesse. Le smartphone qui s'apprête à présent à embarquer des applications dotées d'Intelligence artificielle (IA) est déjà truffé de fonctionnalités.

Outre les fonctions basiques (téléphone, messagerie, accès à internet), le smartphone est devenu un accompagnateur de la vie active, permettant la lecture des empreintes digitales, la géolocalisation, les transactions bancaires, le calcul du rythme cardiaque, la reconnaissance vocale et faciale, ... autant d'applications qui augurent d'évolutions technologiques surprenantes à l'avenir. Les scientifiques abordent d'ores et déjà la question de l'Intelligence artificielle qui promet de transformer la vie quotidienne du commun des mortels, si ce n'est déjà fait, dans certains secteurs d'activité.

Reste à noter que l'évolution exponentielle des terminaux numériques a apporté des transformations et des changements profonds dans la société. L'exemple édifiant viendrait des réseaux sociaux dont l'impact n'est plus à démontrer. Ce qui rend, aujourd'hui, la maîtrise de ces technologies plus que primordiale.

Industrie des smartphones en Algérie

Des incitations et des avantages pour booster la production

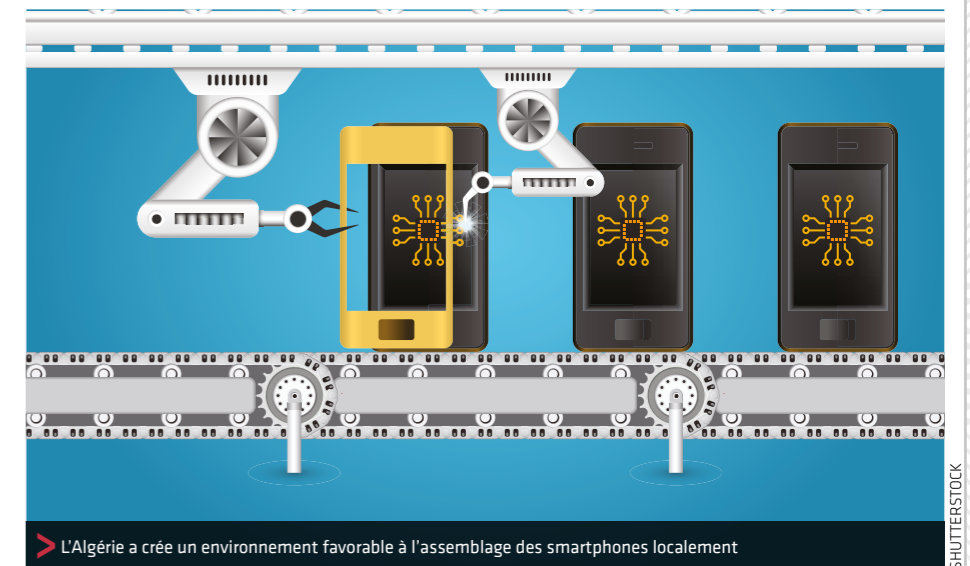
Par Smail Boughazi

L'essor de la téléphonie mobile en Algérie ces dernières années a poussé de nombreux opérateurs économiques à se lancer dans cette industrie florissante. La hausse de la demande sur ces produits induite par le lancement des technologies de la 3G et la 4G a créé, en effet, un boom dans le marché avec de nombreuses opportunités d'affaires et de partenariats.

C'est le cas, entre autres, de marques locales telles que Condor, Bomare Company, Iris, Enie qui ont mis les bouchées doubles depuis 2013 dans ce créneau en lançant plusieurs modèles de smartphones assemblés localement. D'autres opérateurs sont arrivés par la suite dans le sillage de la suspension de l'importation des smartphones et l'encouragement de la production locale, mesures décidées dernièrement par le gouvernement.

Ainsi, suite à l'interdiction d'importation des smartphones, des marques de renommée mondiale se sont lancées dans l'assemblage de terminaux mobiles. Cette étape a amplement contribué à l'augmentation de la valeur ajoutée de ces produits, mais aussi permis la création d'un réseau de sous-traitance pour la fabrication d'une partie des composants localement. Cette activité d'assemblage résulte, soulignons-le, de l'environnement incitatif mis en place par les pouvoirs publics. Un environnement qui s'est traduit par de nombreuses incitations fiscales et réglementaires. A travers ces mesures, les pouvoirs publics ont permis d'ouvrir de larges horizons à cette industrie de pointe qui évolue continuellement.

Parmi les mesures phares décidées en faveur de cette industrie, figure notamment le lancement du crédit à la consommation au profit des produits locaux. Cette mesure a permis, en effet, de booster les ventes des marques locales et de faire face à la concurrence des produits importés. Il y a aussi



la suspension de l'importation des smartphones et des téléphones mobiles depuis le début de l'année en cours. Une décision du gouvernement motivée par la protection de cette industrie naissante et à fort potentiel en termes de transfert de savoir-faire. Sur le plan législatif, de nombreuses mesures sont déjà en vigueur en faveur de cette industrie en particulier et l'investissement productif en général. Il s'agit notamment des incitations, encouragements et exonérations de certaines taxes permettant aux entreprises naissantes de se consacrer à leurs projets et de consentir davantage d'efforts en investissement.

Sur un autre plan, relevons que le cahier des charges régissant cette filière est en cours d'élaboration au niveau du ministère de l'Industrie. Il aura pour

mission de baliser cette activité et de lui définir une feuille de route dans le cadre d'une stratégie intégrée. Selon des professionnels du secteur, ce document indiquera, entre autres, le taux d'intégration des produits assemblés localement, la constitution d'un réseau de sous-traitance, ainsi que l'obligation de dégager une part de la production à l'exportation. D'autres points plus techniques seraient intégrés dans ce document qui fera office de guide pour les industriels du mobile. Les entreprises algériennes activant dans ce segment, faut-il le souligner, ont pris conscience de l'importance d'investir dans la ressource humaine et la recherche afin de passer le plus rapidement de l'assemblage à la conception de certains composants localement. Un objectif qui tend à se concrétiser déjà sur le terrain.

Assemblage industriel

La montée fulgurante des marques locales

Par Hamid Mohandi

Le marché algérien des smartphones est en train d'entrer dans une nouvelle phase, passant du «tout-importation» à l'assemblage local, lequel a été amorcé d'abord par des entreprises nationales qui semblent être déterminées à tirer leur épingle du jeu face aux mastodontes de ce marché concurrentiel et en évolution constante et rapide.



WEB > Des petits poucets aux grandes ambitions se frottent aux mastodontes asiatiques

L'on s'accorde à dire que l'avènement du smartphone dans la vie courante a marqué le début d'une ère nouvelle dans la communication. Il a, en peu de temps, révolutionné la vie professionnelle et quotidienne, allant jusqu'à accélérer de manière substantielle le processus de globalisation du fait d'une connexion permanente à internet, mais surtout grâce à l'adoption de nouveaux modes de production favorisant l'apparition de nouvelles petites marques de par le monde qui tentent de se faire une place sur ce marché hautement concurrentiel.

Inspirées par le succès remporté ailleurs par ces firmes nouvellement créées, certaines entreprises algériennes exerçant dans le secteur de l'électronique et de l'électroménager ont flairé le bon filon et se sont rapidement engagées dans une logique de partenariat avec des fabricants et prestataires étrangers pour concevoir et monter localement leurs premiers modèles de téléphones mobiles.

Aujourd'hui, il serait totalement faux de leur attribuer le rôle de simples figurants,

particulièrement dans un contexte économique favorisant la production locale et encourageant tout effort de substitution aux importations. Il serait également faux d'assurer leur pérennité sans qu'il y ait une stratégie dûment réfléchie visant à leur créer un environnement propice à l'amélioration progressive du taux d'intégration et à l'accroissement de leur notoriété sur le marché local et éventuellement à l'étranger.

Ces petits poucets aux grandes ambitions mettent actuellement les bouchées doubles pour étendre leur présence sur ce marché où une offre pléthorique et innovante, accompagnée d'un bon rapport qualité-prix, un marketing et une communication percutante, pourrait les placer dans la course. Condor, après son incroyable ascension au niveau local, semble à présent avoir franchi un nouveau cap avec ses ambitions de développement à l'international. En effet, après avoir détrôné le géant Samsung et en se plaçant au 1er rang des ventes en Algérie, la filiale du groupe Benhamadi compte accaparer 10% du marché français des smartphones à l'horizon 2019 et accroître également sa

présence dans les pays africains.

Bomare Company, connue sous la marque commerciale «Stream System», compte non seulement produire annuellement 3 millions de smartphones avec un taux d'intégration atteignant les 55%, mais aussi exporter près de 60% de sa production. Cette marque, qui compte à son actif une dizaine de modèles, a signé en 2016 un contrat pour la distribution de ses produits, dont des smartphones et tablettes en Espagne et au Portugal. Elle vise actuellement les marchés maghrébin, allemand et français.

Aux côtés de Condor et Stream System figurent Starlight et Iris. Celle-ci possède actuellement un portefeuille de produits composé de 12 téléphones et 4 modèles de tablettes. Cette entreprise, qui s'est lancée dans ce créneau en 2015, semble déterminée à gagner du terrain. Selon ses responsables, une stratégie a été mise en œuvre afin de faire accéder Iris au podium des marques les plus vendues en Algérie d'ici la fin de l'année en cours.

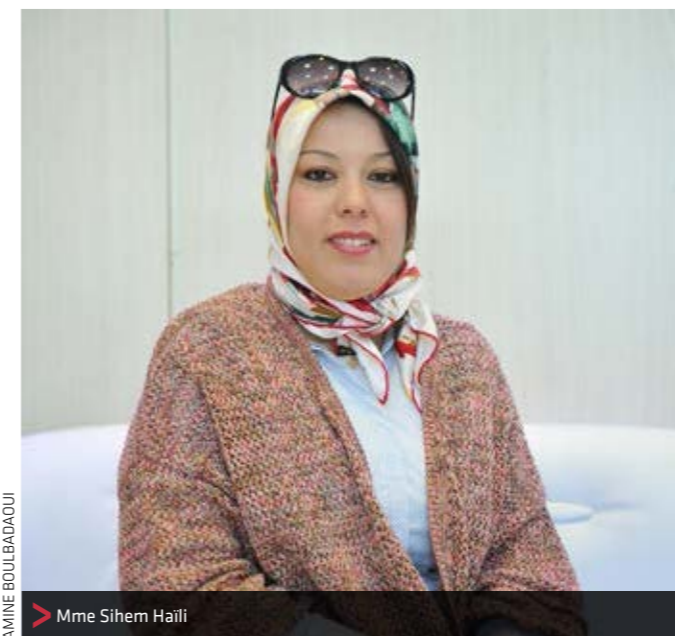
Par ailleurs, il est important de reconnaître que cette ruée vers les smartphones n'est pas l'apanage exclusif des entreprises privées, c'est une «aventure industrielle» qui a séduit même le secteur public à travers ENIE. L'entreprise publique, qui propose actuellement quatre types de mobiles (deux autres seront lancés prochainement), compte commercialiser pas moins de 500 000 unités d'ici la fin de l'année, et ce, à la faveur de la mise en service de son nouveau complexe électronique ; ENIE vise entre autres à consolider et à étendre sa position sur le marché en produisant un million d'unités en 2019, dont une partie sera orientée vers l'exportation.

Mme Sihem Haïli, Responsable marketing et communication d'ENIE

«Le lancement dans l'industrie des téléphones mobiles est un choix stratégique»

Interview réalisée par Nassima Benarab

L'industrie des smartphones n'est aucunement l'apanage des entreprises privées ou étrangères. Pour preuve, l'Entreprise nationale d'industrie électronique (ENIE) de Sidi Bel Abbès, spécialisée dans la fabrication d'appareils audio-vidéo et de composants électroniques, s'est diversifiée en proposant toute une gamme de téléphones mobiles. Dans l'entretien qui suit, Mme Sihem Haïli, responsable marketing et communication d'ENIE, revient sur cette nouvelle expérience et affiche les belles perspectives pour les court et moyen termes.



AMINE BOULBADAOU

> Mme Sihem Haïli

Partenaires : ENIE s'est orientée récemment vers l'industrie des smartphones. Comment expliquez-vous cette nouvelle orientation ?

Mme Sihem Haïli : Le lancement dans l'industrie de la téléphonie mobile est un choix stratégique. Une décision qui a été concrétisée après l'instauration des mesures restrictives introduites par les licences d'importation sur les téléphones mobiles. Il faut savoir également qu'après le lancement de la 3G, le marché algérien est devenu très actif ; la demande est sans cesse grandissante et cette nouvelle orientation s'inscrit dans le cadre de notre plan de développement basé sur la diversification de nos produits. Cela fait partie aussi de nos

efforts continus en tant qu'entreprise publique spécialisée dans le domaine de l'électronique, d'encourager le produit local et de réduire la facture des importations.

Nos produits (les téléphones mobiles, Ndlr) sont fabriqués au niveau de notre complexe à Sidi Bel Abbès, et commercialisés avec l'appui de notre partenaire privé, Hamana Group Power en l'occurrence. Nous avons lancé, à ce jour, quatre types de mobiles, allant du téléphone basique au smartphone de haute technologie. Il s'agit du EF1 pour le téléphone simple, E3, E5 et E7 pour les smartphones. Et nous comptons également lancer au cours de cette année deux autres modèles, à savoir le E4 et le E6.

Quels sont les composants que vous produisez actuellement au niveau local ?

Les smartphones sont connus pour être des produits de technologies de pointe. Nous fabriquons les cartes mères au niveau de notre complexe à Sidi Bel Abbes, aussi bien pour nos portables que pour nos autres produits électroniques. S'agissant des autres composants, nous avons fait appel à une sous-traitance internationale, et ce, dans le but de mettre sur le marché des smartphones haut de gamme, bénéficiant des dernières technologies et offrant les meilleures performances.

Quelles sont vos perspectives à court et moyen termes ?

La production qui a déjà été lancée dans notre complexe devra atteindre 100 000 téléphones, tous types confondus, au premier trimestre 2018. Nous avons tracé un objectif de commercialiser environ 500 000 unités d'ici la fin de l'année. Pour 2019, et grâce à la mise en service de notre nouveau complexe électronique, nous envisageons de produire un million d'unités, dont une partie sera éventuellement orientée vers l'exportation. Nous proposons des modèles de qualité à des prix très attractifs. Cela nous permettra sans aucun doute de bien nous positionner sur le marché.

M. Adel Hadji, Responsable RP & Brand chez Condor

« Notre production sera portée à 15 000 téléphones/jour »

Interview réalisée par Nassima Benarab

Figurant parmi les principales marques locales dans le domaine de l'électronique et de l'électroménager, Condor envisage la réalisation d'un projet d'investissement d'un milliard de dollars visant à développer, entre autres, son segment téléphone mobile, avec comme première étape l'installation de nouvelles lignes de production devant permettre à la marque de porter sa production de 4000 à 15 000 téléphones par jour, révèle dans cette interview M. Adel Hadji, Responsable RP & Brand chez Condor.



Condor produit une trentaine de modèles de smartphones

Partenaires : Pouvez-vous nous présenter Condor Electronics ?

M. Adel Hadji : Condor Electronics est une entreprise fondée en 2002. Elle est spécialisée dans la production et la commercialisation des produits électroniques et électroménagers. Nous avons entamé la production des téléviseurs avec la production de 100 unités par jour, et aujourd'hui nous avons une capacité de production qui peut atteindre 10 000 unités par jour. Condor s'est lancée également dans le mobile en 2012, avec une production journalière de 4000 unités. Actuellement, nous avons une capacité globale de production qui dépasse les 20 millions de produits par an, dont

plus de 5 millions d'unités en ce qui concerne le IT et le mobile.

Vous vous êtes lancés dans un investissement d'assemblage des smartphones. Quels sont les objectifs du projet en termes de production et de savoir-faire ?

Nous avons actuellement une gamme de 30 produits, smartphones et Feature-phones. Je citerai, à titre d'exemple, le nouveau smartphone Allure M2 lancé dernièrement. Nous avons une unité électronique implantée à Bordj Bou Arréridj qui est spécialisée dans l'IT et le mobile. Comme nous disposons aussi d'une unité spécialisée dans la fabrication des cartes mères destinées à tous les produits électroniques. Nous produisons des téléphones algériens avec un taux d'intégration

pouvant atteindre jusqu'à 30%. Il faut savoir que Condor a tracé un plan d'investissement d'un milliard de dollars pour les cinq premières années, notamment pour le développement du segment mobile. Il sera question, entre autres, de l'installation d'une nouvelle ligne de production.

On ne produit pas que des smartphones. Nous fabriquons aussi des objets connectés tels que les montres spéciales pour enfants et les tablettes. Et toujours à travers ce plan, l'entreprise s'appête à lancer prochainement deux autres lignes pour renforcer la production et passer à 15 000 unités par jour. Et ce, dans le but de répondre aux besoins du marché local et également pour exporter.

Justement, qu'en est-il de l'exportation des smartphones Condor ?

Pour ce qui est des mobiles et smartphones, nous sommes déjà présents dans une dizaine de pays. Que ce soit dans les pays africains ou européens, nos produits sont très demandés. Pour preuve, nos produits sont vendus en France dans les grandes surfaces et nous avons même des packs qui sont vendus en partenariat avec des opérateurs de la téléphonie mobile français (SFR et Lyca Mobile). Dernièrement, nous avons même lancé Condor France pour la distribution de nos smartphones en France, mais également dans d'autres pays européens. La France est aujourd'hui une destination privilégiée pour notre marché de la téléphonie mobile. Pour ce qui est l'électroménager, ce sont le Maroc et la Tunisie que nous ciblons mais également les pays africains où nous sommes présents, à l'instar du Sénégal, la Mauritanie, le Congo ou encore le Bénin. Nous avons même une demande très importante. Pour preuve, le chiffre d'affaires relatif à l'export de nos produits en 2017 est estimé à 12 millions de dollars.

Comment qualifiez-vous le marché des smartphones en Algérie ?

En 2018, les importations des téléphones portables ont été interdites, ce qui ne peut être que bénéfique pour le produit local. Pour nous et en tant que leader en Algérie en matière de téléphone mobile, ça sera une occasion pour renforcer notre leadership et notre positionnement sur le marché algérien. Mais, ça sera aussi pour confirmer notre savoir-faire et notre expertise dans ce domaine avec la production de nouveaux téléphones qui seront de qualité et à la portée de toutes les bourses. Nous avons des produits des plus innovants avec des prix très compétitifs. D'ailleurs, nous avons des smartphones à moins de 10 000 dinars. Donc, la concurrence ne peut être que bénéfique pour nous et même pour les autres marques. Elle va nous encourager à travailler encore plus et à développer de manière significative notre marque mobile, et ce, d'autant que notre but est de développer nos téléphones avec des caractéristiques innovantes.

Comment expliquez-vous le succès que connaît actuellement Condor localement et à l'international ?

Tout d'abord, nos produits sont caractérisés par l'innovation, mais également par ce rapport qualité/prix que nous avons pu offrir sur le marché local et également à l'export. Nous



M. Adel Hadji

avons des produits accessibles pour tous, ce qui fait de nous la marque aimée du client algérien. Au-delà de cela, nous avons également un service après-vente présent à travers tout le territoire national. Cela constitue une force pour nous.

Plusieurs entreprises locales et fabricants internationaux se sont lancés dans la production de smartphones en Algérie. Quels sont, selon vous, les facteurs qui ont contribué à l'émergence de cette industrie ?

Suite à l'interdiction d'importation imposée dans le domaine du mobile, plusieurs entreprises locales et fabricants internationaux se sont lancés dans la production de smartphones en Algérie. Cela constitue le facteur principal. A cela s'ajoute le fait que l'Algérie constitue un marché émergent de la téléphonie, notamment après le lancement de la Data (3G et 4G). Tout cela a fait que le smartphone est devenu aujourd'hui un outil quotidien utilisé par toutes et tous.

M. Djamel Guidoum, Directeur général adjoint d'Iris Sat

« Nous sommes prêts à nous lancer dans le dispositif CKD »

Interview réalisée par Nassima Benarab

Avec plus de 3 ans d'expérience dans l'assemblage des téléphones mobiles en SKD, Iris Sat se dit prête à passer au CKD. M. Djamel Guidoum, Directeur général adjoint d'Iris Sat a révélé dans cet entretien qu'un nouveau complexe électronique «important» en plateforme CKD sera inauguré au cours du 2e trimestre 2018 dans la wilaya de Sétif.



M. Djamel Guidoum

Partenaires : Pouvez-vous nous présenter Iris Sat ?

M. Djamel Guidoum : Iris Sat est une entreprise algérienne créée en 2004. Nous avons commencé notre activité dans le domaine de l'industrie électronique et électroménager avec 30 employés et aujourd'hui nous sommes à plus de 3300 personnes. Nous avons entamé la production par une simple unité d'assemblage et aujourd'hui nous sommes à 7 unités entièrement automatisées avec deux complexes qui sont en cours d'implantation. Cela a été rendu possible grâce au réinvestissement systématique des bénéfices dégagés dans le développement de la société.

Aussi, notre cheval de bataille était toujours d'être créatif et innovant afin d'apporter des produits issus des dernières technologies et à la portée des consommateurs algériens.

En ce qui concerne notre activité industrielle, nous avons commencé par tout ce qui est visuel. C'est-à-dire les téléviseurs et les récepteurs satellites. Puis, nous avons opéré une diversification horizontale et verticale qui nous a permis de nous positionner en tant pionniers dans notre domaine. Nous détenons d'ailleurs une position de leader en termes de parts de marché en ce concerne les téléviseurs et la deuxième en produits blancs. Nous avons décidé de ne pas nous arrêter en si bon chemin. Nous comptons nous lancer, dans un futur proche, dans l'industrie des pneumatiques. Il s'agit d'un projet unique en Algérie et le troisième en Afrique, qui produira des pneus 100% algériens à partir de ce 2e semestre 2018.

Quel regard portez-vous sur le secteur des smartphones en Algérie ?

Le marché des téléphones mobiles est fortement dominé par des marques étrangères de provenance asiatique. Ils ont pris de l'avance en la matière. Et le jour où nous avons décidé de pénétrer ce marché, nous étions confrontés à la réticence du consommateur algérien qui s'est habitué aux marques étrangères. C'était très compliqué de se positionner sur ce marché à l'époque. Les débuts ont été très difficiles, et ce, d'autant que l'Etat n'avait pas encore encouragé la production locale dans ce segment.

Pouvez-vous nous en dire plus ?

Avant 2017, l'importateur et celui qui est dans l'assemblage payent la même taxe douanière (7%). L'importateur était favorisé par rapport au producteur qui a des charges d'investissement qui oscillent entre 13 et 15%. Cela nous a découragés en quelque sorte. Heureusement, le gouvernement a décidé de mettre en place des licences d'importation pour les téléphones mobiles afin de réduire la facture des importations, dont le montant est passé de 500 millions de dollars en 2015 à 653 millions de dollars en 2016. L'Algérie s'est retrouvée en train de payer des factures colossales pour des importations sèches, sans aucune valeur ajoutée. Pis encore, il y a eu une perte importante pour le Trésor public en matière de tarifs douaniers et la taxe douanière ne génère que peu de revenus.

Il y a eu également un deuxième problème qui est celui de la surfacturation qui a permis aux importateurs de dégager des bénéfices, même dans le cas où ils écoulaient leurs produits à perte. Nous étions donc exposés à une concurrence déloyale des produits importés aussi bien en termes de prix qu'en termes de compétitivité.

Face à cette situation, le gouvernement a décidé de mettre un frein aux importations et à promouvoir l'investissement local. C'est une démarche purement stratégique et une vision qui ne manque pas de valeur. Désormais, nous sommes plus à l'aise par rapport à la compétitivité et à la concurrence.

L'investissement dans l'assemblage des smartphones occupe une place prépondérante au niveau d'Iris. Quels sont les objectifs fixés en termes de production ?

En 2015, nous avons mis en place un nouveau business IT & Mobile, et aujourd'hui nous disposons d'un savoir-faire non négligeable en matière d'insertion manuelle et automatique. Et à travers cette expérience, nous avons, au fil des années, su développer ce créneau en proposant des modèles innovants et qui sont à la portée de tous. Cela aurait été encore meilleur si nous faisons de l'assemblage via le système CKD, mais pour l'instant il n'y a aucun avantage pour investir dans ce dispositif, contrairement à ce qui a été fait pour l'électroménager, dont les produits en CKD sont taxés à 5% seulement, tandis que ceux en SKD sont taxés à 30%.

L'industrie de la téléphonie mobile est une vision stratégique, vision que nous nous sommes engagés à développer. Nous estimons détenir aujourd'hui un savoir-faire pour passer dans un futur proche au CKD par la mise en place d'un nouveau complexe électronique qui va nous permettre de fabriquer des cartes mères et tous types de produits électroniques. Il sera implanté à Sétif et il va être opérationnel au cours du 2e trimestre 2018.

A mon avis, les pouvoirs publics doivent encourager cette industrie à travers la mise en place des mécanismes d'encouragement pour le CKD. Ceci va non seulement nous permettre de créer de nouveaux emplois, mais aussi maîtriser encore mieux la fabrication des produits devant permettre d'améliorer davantage leur qualité. Les produits seront alors aisément exportables. D'ailleurs, nos produits sont déjà très

sollicités sur les marchés extérieurs. Nous recevons beaucoup de demandes pour l'exportation. Le «made in Algeria» va nous ouvrir les portes pour pénétrer les marchés des pays arabes et quelques pays africains et européens.

Quelles sont vos prévisions à court et moyen termes ?

Nous avons actuellement une gamme de 12 téléphones et 4 modèles de tablettes. 2018 sera une année du mobile pour Iris ; nous avons d'ailleurs tracé une stratégie qui vise à accéder au podium. Notre gamme est très large et répond à tous les revenus. Notre objectif, c'est de mettre à la portée de tous les Algériens un produit de qualité qui répond à toutes les normes à un prix très compétitif et avec un service après-vente de qualité. Mais je me dois de souligner que nous faisons face à une concurrence féroce qui nous oblige à mettre les bouchées doubles afin d'atteindre notre objectif.

Quelles sont les pièces qui peuvent être produites localement ?

Le téléphone portable est une technologie quelque peu complexe. Il est composé principalement de deux axes. Le premier concerne le hardware. C'est-à-dire l'aspect physique, en l'occurrence le boîtier, l'écran, la carte mère, la batterie, etc. La deuxième partie concerne le software. C'est-à-dire le système d'exploitation qu'on doit injecter dans le processus du téléphone et qu'on peut développer chez nous. Ceci dit, la fabrication des mobiles avec des composants locaux, ce n'est pas pour demain. Mais cela ne devrait pas nous empêcher de nous engager dans ce challenge afin d'atteindre cet objectif. Je pense que la loi de finances 2019 apportera beaucoup de nouveautés pour encourager l'investissement dans le processus de production selon le dispositif CKD, et à ce propos, le ministère de l'Industrie nous a sollicités pour participer à l'élaboration du nouveau cahier des charges qui verra le jour prochainement.

Quels sont les avantages et les contraintes d'investir dans ce créneau ?

Avec plus de 40 millions d'habitants et un pouvoir d'achat juste moyen, le marché algérien est très prometteur. Nous avons une meilleure visibilité à la faveur des amendements apportés en 2017 au cadre réglementaire, notamment la mesure de mettre en place des restrictions sur les importations.

En 2016, les marques qui activaient sur le marché algérien ont dépassé les 34 marques. Plus de 80% de ces marques proposent des produits low cost chinois sans aucune garantie ni respect des normes internationales. Mais aujourd'hui, notre marché est sur la bonne voie. Cette mesure va permettre l'émergence d'opérateurs sérieux qui vont fabriquer et vendre localement. On aura en tout une dizaine de marques locales ou étrangères. D'ailleurs, quelques mois après l'instauration de cette mesure, trois opérateurs étrangers se sont installés.

M. Ali Boumediene, Directeur général de Bomare Company

« Nous sommes prêts à augmenter le taux d'intégration à 55% »

Entretien réalisé par Smail Boughazi

Dans cet entretien, le DG de Bomare Company, Ali Boumediene, revient sur les différents contours de l'industrie des smartphones en Algérie ainsi que sur l'évolution de l'entreprise depuis sa création. Il évoque aussi les moyens et investissements mis en place en vue de développer une industrie intégrée, d'assemblage et de production des smartphones.

Partenaires : Tout d'abord, pouvez-vous nous dresser une brève présentation de Bomare Company ?

M. Ali Boumediene : Bomare Company a été créée en février 2001. A la base, nous faisons de l'insertion manuelle de nos produits. En 2005, nous avons installé une ligne d'insertion automatique avec notre partenaire américain Universal. Puis, nous avons réalisé notre première opération d'export en 2007. Depuis 2010, nous sommes certifiés ISO 9001, et en 2011 nous avons acquis et installé notre première salle blanche pour la réparation des écrans d'affichage des téléviseurs. Dans ce sens, nous avons dispensé des formations de trois mois à nos ingénieurs en collaboration avec un partenaire sud-coréen. Parallèlement, nous avons exigé de ce dernier de sélectionner les équipements, réaliser des installations et accompagner Bomare dans la réparation des écrans de télévision.

En 2012, nous avons été approchés par le groupe LG. Notre entreprise a été audité, il y a eu quelques réserves, et nous les avons corrigées. Puis, nous avons commencé à produire à fin 2013. C'était une réussite pour nous d'autant que le taux des retours ne dépassait pas 0,83%. Par la suite, on a commencé avec l'exportation, mais nous étions obligés d'arrêter en raison de quelques embûches bureaucratiques. Nous avons, toutefois, continué à participer à des salons à l'international. Début 2015, un distributeur espagnol nous a approchés pour la distribution de nos produits en Espagne et au Portugal. Nous avons alors repris l'exportation, tout en s'engageant à fournir à notre clientèle le service après-vente. Aujourd'hui, nous avons un chiffre d'affaires de plus de 6 millions de dollars dans les deux marchés. Durant la même année, nous avons eu des échanges avec Hicense qui ont débouché sur la signature d'un contrat. Ce qui nous a permis d'installer notre deuxième salle blanche pour les smartphones ainsi que les équipements et nous avons entamé la production.

Toutefois, pour cette activité nous avons demandé une mise à jour de notre registre de commerce. Pour cela, nous avons approché le CNRC qui nous a attribué, après de multiples échanges, le premier code d'activité de production des smartphones.

Comment évaluez-vous les débuts de cette industrie ?

L'assemblage est un début nécessaire pour l'économie nationale. Mais je m'interroge aujourd'hui si nous avons vraiment une stratégie pour développer cette activité. Car, si nous restons dans l'assemblage, je pense que cela va nuire à l'économie nationale. Donc, il faudrait une stratégie et une vision pour le développement de ce segment industriel. C'est-à-dire qu'il faudrait passer d'un taux d'intégration de 20% aujourd'hui à 50 ou 55%. Ceci nous ouvrira des horizons pour l'exportation vers d'autres pays.

Où en est-on avec le cahier des charges lié à la production des smartphones en Algérie ?

Nous sommes actuellement en train de travailler avec le ministère sur un cahier des charges sur les téléviseurs qui n'est pas encore finalisé. Nous avons émis quelques propositions pour le taux d'intégration à 70% ainsi qu'une part de la production qui devrait être dégagée à l'export. Sans l'exportation, ça sera du bricolage. C'est également valable pour les marques internationales qui viennent juste pour le marché local. Assembler pour écouler le produit localement, c'est du business, c'est uniquement la course au profit. Donc, il faut aller vers l'export.

Parlez-nous de votre partenariat avec LG ?

Nous avons travaillé entre 2009 et 2016 sur la partie TV. En 2016, notre contrat qui a expiré a été renouvelé à nouveau jusqu'au 2019 pour la partie TV et la partie smartphones. Donc, nous avons commencé l'année passée à fabriquer les smartphones de marque LG. Cette année, nous allons réaliser des opérations d'export sous cette marque pour les smartphones.

Pour l'intégration, nous sommes prêts à augmenter le taux d'intégration à 55%. Nous avons tous les moyens qu'il faut. Mais, si on lance le taux d'intégration à 55% et que les autres sont à 20%, on ne sera pas compatibles. C'est pour cela que le cahier des charges est important. Et si on commence à augmenter le taux d'intégration, notre partenaire LG va s'engager à exporter les smartphones à moyen terme.

Quels sont les composants que vous comptez fabriquer localement pour augmenter le taux d'intégration ?

Il s'agit de la carte mère. Nous avons, aujourd'hui, les moyens

d'imprimer la carte mère des smartphones. Nous sommes certifiés depuis un an déjà ... Et nous avons fabriqué une carte électronique il y a 6 mois.

Vous avez parlé du cahier des charges. Avez-vous été associés à son élaboration par le ministère de l'Industrie ?

Par rapport au mobile, nous n'avons encore rien reçu. Est-ce qu'il y aura un cahier des charges à l'avenir ? On ne sait pas encore. Nous avons, à plusieurs reprises et avec les responsables du secteur, émis le souhait de mettre en place ce cahier des charges. Et nous avons aussi espéré qu'il y aura de la visibilité pour nous et même pour les autres opérateurs qui souhaitent investir dans ce créneau. L'assemblage est une première étape. Il faut donc se préparer à l'augmentation du taux d'intégration progressivement. Nous avons réclamé un taux d'intégration progressif de 55% ainsi que l'exportation d'une partie de la production.

Quelle est votre politique face à la concurrence ?

Sur ce point, il faut dire qu'heureusement il y a la concurrence. Nous avons déjà résisté durant la période 2015-2016. Nous importons de la matière première et pour cela nous sommes obligés de passer par la voie maritime en raison de la spécificité de certains composants des téléphones tels que les batteries.

Nous travaillons aussi sur la partie recherche et développement. Depuis 2001, notre objectif était d'exporter. On ne peut pas rester dans ce domaine si on n'investit pas le domaine de la Recherche & Développement. En 2016, nous avons négocié l'installation d'une ligne d'insertion au niveau de l'université de Blida.

Quelles sont, justement, vos actions dans la partie recherche et développement (R&D) ?

On ne peut pas se maintenir sur le marché si on ne fait pas de la Recherche et Développement. Donc, nous nous sommes entendus avec notre partenaire Universal pour installer une ligne d'insertion au niveau de l'université de Blida. Elle a été réalisée l'année dernière. Nous allons également assurer une formation à 4 ingénieurs aux Etats-Unis. Des visites de professeurs seront assurées aux étudiants au niveau de l'université de Blida. Le but de ces actions étant de former nos ressources humaines, mais aussi créer un laboratoire de recherche. Dans ce sens, nous avons lancé l'année dernière Bomare académie.

Peut-on connaître vos prévisions en termes de production à l'avenir ?

L'objectif de l'entreprise est de produire 1,5 million de téléviseurs par an avec un taux d'intégration de 75%, et 3 millions de smartphones avec un taux d'intégration de 55%. S'agissant de l'aspect commercial, notre objectif est de pouvoir exporter 60% de notre production.

Un dernier mot...

Nous souhaitons avoir une stratégie définie et une vision claire pour cette industrie. Notre objectif, c'est d'avoir une



M. Ali Boumediene

visibilité à long terme. Nous voulons passer à d'autres étapes en termes d'intégration et d'exportation. Un accompagnement des pouvoirs publics permettra la pérennité des entreprises et assurera leur stabilité.

Il s'exporte vers 11 pays

Le smartphone algérien fait ses premiers pas hors frontières

Par Hamid Mohandi

Nonobstant les controverses autour du taux d'intégration ayant marqué l'industrie d'assemblage, certaines marques locales de smartphones s'appliquent à obtenir une reconnaissance au-delà des frontières à travers une présence de plus en plus régulière et active dans les foires et salons internationaux à caractère professionnel, mais surtout à travers l'exportation de certains de leurs produits.



> L'Algérie a exporté 38 638 téléphones en 2017

Qui aurait cru, il y a 5 ans seulement, que des smartphones montés en Algérie seraient exportés avec succès vers des marchés étrangers ? C'est pourtant le cas actuellement. Certains opérateurs qui se sont pleinement engagés dans une démarche de qualité et de compétitivité, à l'aune de fructueuses collaborations avec des constructeurs mondialement reconnus, ont réussi à se faire une place à l'international sur ce marché hautement concurrentiel. D'ailleurs, les dernières statistiques du Centre national de l'informatique et des statistiques (CNIS) présentent cette phase comme un intéressant témoignage des premiers balbutiements de cette industrie en termes d'exportation.

Durant l'année 2017, l'Algérie a en effet exporté 38 638 téléphones vers 11 pays pour une valeur de plus de 1,26 million de dollars (139,8 milliards de dinars). La Tunisie, avec 546 600 dollars (60,6 millions de dinars) est au premier rang, suivie des Emirats arabes unis avec 388 800 dollars (43,1 millions de dinars), la

France avec 47 500 dollars (16,3 millions de dinars), la Libye avec 76 258 dollars (8,4 millions de dinars), l'Italie avec 46 119 dollars, et l'Espagne avec seulement 31 000 dollars (3,4 millions de dinars). Le mobile algérien a été également exporté durant la même année vers la Chine, le Burkina Faso, le Kenya, la Mauritanie et le Sénégal pour valeur totale de 23 862 dollars.

La valeur et le volume de ces exportations seraient certainement beaucoup plus élevés d'ici à la fin de l'exercice en cours si la tendance à la hausse enregistrée durant les deux premiers mois de l'année se maintient. Selon les données du CNIS relatives au mois de janvier et février, les marques algériennes ont exporté vers 6 pays pour une valeur de 295 370 dollars, soit 14 797 unités, toutes marques confondues. La Tunisie et la France occupent les premiers rangs, avec respectivement 161 609 dollars (3820 unités) et 108 064 dollars (10 215 unités). Le Sénégal vient en troisième position avec 24 773 dollars, suivi de l'Afrique du Sud, le Maroc et le Mali.

Les importations en baisse de 50,95%

La facture d'importation des téléphones mobiles s'est établie à 318,81 millions de dollars (soit 4 millions d'unités) en 2017, contre 650 millions de dollars en 2016, soit une baisse de 50,95%, a-t-on appris du CNIS.

Les principaux pays fournisseurs de l'Algérie sont la Chine, avec plus de 231,5 millions de dollars (25,7 milliards de dinars) et plus de 3,65 millions d'unités importées en 2017. Le Vietnam arrive en deuxième position avec plus de 83,73 millions de dollars (9,2 milliards de dinars), et plus de 364 600 unités importées, le pays étant devenu ces dernières années le premier site mondial de fabrication de smartphones.

Les données des Douanes algériennes placent la Corée du Sud au 3e rang avec 3,16 millions de dollars (350,6 millions de dinars) pour plus de 12 600 unités importées et les Etats-Unis au 4e rang avec 188 800 dollars (21 millions de DA) pour 551 téléphones mobiles importés.

Cette tendance à la baisse des importations, qui devrait se poursuivre encore en 2018, s'explique essentiellement par la mise en place de mesures de restriction sur les importations de ces produits et des incitations à investir et produire localement, ce qui a donné lieu par la suite à l'ouverture de plusieurs usines d'assemblage, dont certaines ont déjà entamé la production.

Principaux composants d'un smartphone



M. Didier Carmeille, Directeur régional de Wiko pour la région MENA

« On intégrera tout composant qui pourrait être produit localement »

Interview réalisée par Hamid Mohandi

Wiko, la marque française de téléphones mobiles et de smartphones, a choisi l'Algérie pour installer sa première unité d'assemblage de smartphones africaine. Dans cet entretien, M. Didier Carmeille, Directeur régional de Wiko pour la région MENA, revient sur les facteurs et motifs qui ont présidé au choix de l'installation de cette unité et dresse un aperçu clair des ambitions de la marque pour l'Algérie.



M. Didier Carmeille

Partenaires : Wiko, une jeune entreprise qui s'est développée en si peu de temps. En quelques mots, comment expliquez-vous cette réussite fulgurante ?

M. Didier Carmeille : Cette réussite fulgurante qui a commencé en France est essentiellement liée à la différenciation de nos produits par rapport au reste du marché. Ce succès s'est construit au moment où le marché s'y prêtait. C'est-à-dire au moment où le marché de l'opérateur s'est ouvert, la création de Free et la volonté du consommateur d'acheter son téléphone en direct et non pas dans un pack opérateur. Ceci dit, ce qui a fait notre succès, c'est beaucoup plus notre différenciation en termes de design, de couleur, d'audace et de créativité. L'entreprise a proposé des produits avec un design à la française qui plaît aux jeunes, avec un excellent rapport qualité-prix.

Wiko avait par la suite le choix de rester uniquement en France et se contenter d'être une marque française ou s'exporter à l'international, suite à quoi elle a pénétré les marchés de certains pays d'Europe et puis très rapidement ici en Algérie, en 2013. Aujourd'hui, le succès de cette « French Tech » se vérifie dans la majorité des pays que l'on aborde.

C'est grâce, encore une fois, à notre différenciation. C'est-à-dire ce pouvoir de démocratiser la technologie auprès de tous à travers un prix accessible.

Vous êtes le Directeur régional de Wiko au niveau de la région MENA. Pouvez-vous nous donner une idée des performances commerciales de Wiko au niveau de cette région ?

On est présent dans plusieurs pays, à savoir l'Algérie, le Maroc, la Libye, l'Arabie Saoudite, les Emirats Arabes Unis et récemment l'Egypte. Mais c'est en Algérie qu'on a atteint notre meilleure performance commerciale en se classant dans le top 3. Cela est certainement lié à la proximité de l'Algérie avec la France et à l'ancienneté de notre présence par rapport aux autres pays.

Ce sont seulement ces éléments qui ont amené Wiko à ouvrir sa première usine africaine en Algérie ?

Non, bien sûr. L'Algérie, avec son marché de 41 millions de consommateurs, constitue pour Wiko un vrai potentiel. Et ce, d'autant que la proximité culturelle entre les deux pays favorise

une meilleure communication, contrairement à l'Egypte par exemple où on ne parle pas français. Ce choix d'ouvrir notre première usine africaine en Algérie a été également motivé par cette possibilité d'envisager le développement de certains softs au sein du Cyberparc de Sidi Abdellah en partenariat avec Wiko à Marseille.

Eu égard à toutes ces données, on a stratégiquement constaté qu'il était préférable d'ouvrir notre première usine d'assemblage en Algérie pour l'Afrique plutôt que dans un autre pays.

Considérez-vous l'Algérie comme un marché-test avant de vous installer dans d'autres pays africains, ou comme une sorte d'une future plateforme d'exportation vers ces pays ?

Il y a les deux. C'est d'abord un marché test. C'est-à-dire, notre objectif consiste à répondre à la demande locale. Nous comptons donc monter réellement en puissance en termes de production pour cette année 2018. Une fois cette étape franchie, il faudra bien évidemment évaluer ce que cela offre comme autres opportunités. Il y a dans cette optique plusieurs pays limitrophes qui pourraient nous intéresser en termes d'exportation dans un premier temps. Mais si nous décidons par la suite d'exporter vers l'ensemble de l'Afrique, cela nécessitera d'autres moyens qu'on sera capables de mettre en place et une tout autre stratégie.

Pour l'instant, on a installé une usine avec une taille qui permet de répondre au marché algérien, voire même aux marchés limitrophes dans un premier temps.

Cette usine d'assemblage a été installée en partenariat avec Sacomi. Concrètement, en quoi consiste ce partenariat ?

Il s'agit d'une coopération qui n'est pas capitalistique. C'est-à-dire qu'il n'y a pas eu d'échanges de capitaux. Ce sont deux sociétés distinctes qui ont conclu un accord de partenariat autour des mêmes objectifs, à savoir l'importation et l'assemblage des téléphones sur place, avec un transfert du savoir-faire et le respect des normes et du cahier des charges de Wiko. On s'est entendu pour s'assurer que le téléphone Wiko qu'on achète en Algérie soit exactement identique à celui qu'on achète partout dans le monde.

Le deuxième point sur lequel on s'est également entendu a trait à la distribution. Il faut savoir, à ce propos, que Sacomi possède 17 ans d'expérience dans l'assemblage et plus de 20 ans dans la distribution. Sacomi s'occupera donc de la distribution des produits qu'il aura assemblés.

Peut-on avoir des détails sur l'usine ?

L'usine dispose actuellement d'une capacité de production de plus de 1 million de smartphones par an, avec bien évidemment la possibilité d'opérer des extensions en vue d'augmenter ses capacités. Si demain on doit monter en termes d'intégration, on sera capable de le faire, et ce, d'autant qu'on a choisi un partenaire qui s'est déjà doté de machines SMT. On sera également capable de produire des cartes mères avec des investissements supplémentaires.

Quels sont les composants qui seront produits localement ?

Tout d'abord, j'aimerais vous préciser qu'on souscrit complètement à la politique actuelle du gouvernement. L'ouverture d'une usine d'assemblage en Algérie reflète notre stratégie et notre engagement à long terme. Nous lançons, à cet effet, un appel au tissu économique qui nous entoure afin de nous approvisionner du mieux qu'il le peut, pourvu que cela soit réalisé dans le respect de ce qu'on attend en termes de prix et de qualité pour nos produits. Donc, on intégrera tout composant qui pourrait être produit localement et répondant aux normes et critères de qualité et de prix. On accordera toujours la préférence aux produits et composants locaux.

Quels sont les objectifs de la marque à court et à moyen termes en Algérie ?

Nous ambitionnons de nous maintenir à la fin de l'année dans le top 3, d'être une marque qui compte en Algérie et qui fasse partie de la vie des Algériens.

Comment allez-vous procéder pour atteindre cet objectif et élargir votre clientèle ? Et quel est votre plan de communication ?

Notre plan marketing restera dans l'esprit et les moyens correspondant à Wiko. C'est-à-dire, aujourd'hui si on a des prix plus accessibles que certaines marques, ce n'est aucunement aux dépens de la qualité, mais parce que nous avons réduit les investissements marketing. Nous sommes une marque qui s'adresse aux jeunes, alors notre stratégie marketing passe essentiellement par la communication sur les réseaux sociaux. On a mis en œuvre un marketing adapté à nos moyens. Cela est primordial et très important pour nous.

Pour le développement de la marque, il serait très intéressant de pouvoir travailler avec les opérateurs et la grande distribution, sachant qu'on rencontre la majorité de nos clients à travers le réseau classique de vente, c'est-à-dire les magasins indépendants. En outre, il faut pouvoir se structurer autour des opérateurs et de la grande distribution et envisager d'aller vers la gestion de tout ce qui est online dans le futur.

Existe-t-il des raisons de penser que les prix de vente des smartphones en Algérie pourraient s'envoler avec l'installation des usines de montage, comme c'était le cas avec les véhicules ?

On est sensiblement sur les mêmes prix appliqués pour les produits importés. Ceci dit, le prix dépend essentiellement d'une partie de la production locale et des composants qui seront importés, des écarts de change et éventuellement des droits de douane. Mais, globalement, le produit que l'on va mettre sur le marché sera sensiblement au même prix que ce que nous avons auparavant importé et de ce qu'on pourra importer.

Un dernier mot...

C'est une fierté pour Wiko d'avoir créé sa première usine d'assemblage en Algérie.

M. Riadh Attouchi, Corporate marketing senior manager de Samsung

« Nous allons assembler 10 modèles d'ici la fin de l'année »

Interview réalisée par Nassima Benarab

Avec 17 ans de présence sur le marché algérien, la marque sud-coréenne Samsung cherche à se développer davantage et à diversifier sa gamme de produits assemblés en Algérie. Sous son égide et en partenariat avec Timecom, une usine de montage de smartphones a été ouverte dans la perspective de répondre avant tout aux besoins du marché national en termes de téléphones mobiles. M. Riadh Attouchi, Corporate marketing senior manager de Samsung Algérie nous en parle avec plus de détails.



> Samsung compte assembler 10 à 11 modèles d'ici fin 2018

Partenaires : Quel bilan faites-vous de votre présence en Algérie ?

M. Riadh Attouchi : Samsung Algérie, qui est avant tout un bureau de liaison, est l'une des anciennes marques internationales actives sur le marché algérien. Depuis 2001, nous avons connu une évolution constante et certaine et notre présence reflète aujourd'hui notre sérieux.

Nous avons commencé avec deux personnes, et aujourd'hui nous sommes à plus de 45 salariés et grâce à nos efforts durant toutes ces années, nous nous sommes hissés au rang de leader du marché de la téléphonie en Algérie.

Nous menons un vrai combat contre la concurrence, avec une stratégie quotidienne qui évolue chaque jour, car il est primordial d'évoluer avec le marché et avec le consommateur en même temps, et ce, d'autant que l'Algérie reste l'un des rares marchés renfermant plusieurs marques, et dont le nombre a dépassé les 39 firmes en 2015.

Durant la période 2015-2016, le marché de la téléphonie a connu une transition qui était dans le Feature phones. Et avec l'introduction de la 3G, c'est-à-dire entre 2016 et 2017, c'est le smartphone qui a représenté la grosse part des ventes de la téléphonie en Algérie.

Au bout de ces trois ans, nous avons remarqué un bouleversement total. Aujourd'hui, le consommateur algérien sélectionne le téléphone qui répond à ses attentes. Il fait très attention au prix, à l'innovation, à la qualité et au service après-vente. Nous ne sommes plus au temps où le consommateur s'intéressait seulement au prix. Nous sommes face à une évolution très positive qui s'est soldée par un réel passage d'un marché anarchique à un marché organisé. Certaines marques ont réussi à s'y adapter, d'autres ont complètement disparu.

Du côté du consommateur, il faut savoir que l'Algérien communique et dit ce qu'il pense, notamment à travers les réseaux sociaux. Il faut noter que c'est en Algérie qu'il y a le plus d'échanges entre consommateurs et marques dans toute la région du Maghreb, et toute marque qui ne s'adapte pas à cette donne aura beaucoup de difficultés pour comprendre et cerner le marché algérien.

Justement, vous êtes bien conscients de ce changement et vous vous êtes lancés dans l'assemblage des smartphones. Pouvez-vous nous en dire plus ?

L'économie du pays est en train de passer par de profondes transformations, à l'aune d'un modèle qui encourage davantage la production nationale. C'est un point très positif. Nous, de par notre

ancrage dans ce marché, nous devons l'aider à avancer. Nous sommes là pour travailler dans une perspective à long terme parce que le marché algérien est très important pour la maison-mère. Mais il faut préciser que ce n'est pas Samsung qui a installé une usine d'assemblage en Algérie, mais plutôt notre partenaire algérien. Celui-ci a investi et ouvert cette usine sous l'égide de Samsung, laquelle est dotée d'une capacité de production actuelle de 1,5 million de téléphones par an. Il s'agit d'un partenaire auquel nous faisons confiance depuis plus de 10 ans. Bien évidemment, il y a en parallèle le savoir-faire et le transfert de la technologie de Samsung.

Nous avons étudié le marché ensemble et nous sommes arrivés à un moment donné à une phase de maturation. Donc, il était nécessaire de passer à cette étape. Nous avons fait un choix commun. Il faut également savoir que notre projet a été mûrement réfléchi depuis plus de 2 ans. C'est-à-dire avant même la mise en œuvre des mesures d'encouragement. Une usine ne se monte pas au bout de trois mois. L'assemblage dans la téléphonie mobile est un métier nouveau qui nécessite des moyens, notamment humains. Ce qui fait que 35 ingénieurs sud-coréens se sont installés ici en Algérie pour une période de 5 mois afin de former les Algériens. Ils sont en train de suivre l'évolution de cette usine qui est la deuxième du genre après celle qui existe en Argentine, les autres sont des usines de fabrication qui sont propres à Samsung.

Quels sont vos objectifs à moyen terme ?

Nous comptons d'abord analyser l'évolution de notre usine, notamment du côté des ressources humaines. C'est un métier très sensible. Il y a toute une chaîne d'assemblage qui se fait par des ressources humaines qualifiées, lesquelles sont en train de suivre des étapes très strictes et des procédures très minutieuses. Il s'agit d'une main-d'œuvre algérienne dont la majorité est issue de la formation professionnelle. Donc, plus cette expérience sera acquise, plus nous évoluerons plus rapidement. C'est vraiment le début et pour bien faire les choses, cela nécessite du temps.

Nous avons ainsi commencé à assembler trois modèles, à savoir le Galaxy J7 Pro, le J3 Pro, et le Grand Prime, et récemment nous avons ajouté deux autres modèles qui sont actuellement sur le marché et nous en sommes très satisfaits. Nous avons eu de très bons retours des consommateurs. Nous comptons assembler d'ici à la fin de l'année 10 à 11 modèles.

Ce n'est pas le hasard qui a bien fait les choses, mais c'est notre expérience dans l'électroménager qui a fait en sorte que nous avons gagné la confiance du consommateur algérien. Nos produits assemblés ici en Algérie sont identiques avec tous les produits Samsung qui sont fabriqués à l'étranger.

Voyez-vous en l'Algérie un marché-test avant de vous installer dans d'autres pays africains ou comme une sorte d'une future plateforme d'exportation vers ces pays ?

Exporter, c'est le souhait de toute entreprise. Pour nous, nous devons d'abord maîtriser le marché algérien. Il y a tellement de choses à faire avant d'envisager l'exportation. L'Algérie, c'est 2 millions de km² de superficie, il faut déjà maîtriser le réseau de distribution et satisfaire avant tout le consommateur au niveau local. Commençons d'abord par construire un marché local et quand nous atteindrons la maturation du marché, nous pourrions dès lors parler d'export.

Vos produits sont assemblés selon le dispositif SKD - assemblage de sous-ensembles déjà pré-assemblés. Quels sont les composants qui peuvent être fabriqués localement ?

Dans la téléphonie, c'est très dur de parler du CKD. Passer au CKD, c'est fabriquer un téléphone. En Algérie, nous n'avons pas la technologie nécessaire pour passer à la fabrication. Ce sont des investissements très lourds. Les usines qui fabriquent des téléphones Samsung sont des usines robotisées, fournissant le monde entier. Est-ce que le marché algérien est prêt pour cela ? Je ne le pense pas ! Je pense qu'il ne faut pas précéder les choses. Faire pour faire, ce n'est pas notre stratégie. La nôtre, c'est de bien faire. L'usine d'assemblage est notre première étape, après nous allons voir.

Et les cartes mères ?

Les cartes mères d'un téléphone mesurent un centimètre. L'investissement est relativement lourd. Si nous partons dans une logique commerciale, ce n'est pas logique de faire cela au début de l'investissement. Nous sommes aux côtés de notre partenaire pour lui donner les meilleurs conseils. Cependant, il travaille aujourd'hui sur la fabrication du pack. C'est-à-dire la boîte du téléphone. Pour le moment, la carte mère est importée, on ne peut pas la fabriquer ici.

Quels sont, selon vous, les facteurs qui ont contribué à l'émergence de l'industrie des smartphones en Algérie ?

C'est d'abord la volonté des industriels qui veulent vraiment le faire et le faire bien aussi. C'est à eux d'en décider, parce qu'il y a tellement de secteurs d'activité qui peuvent être très rentables. Il s'agit donc d'un choix qui concerne l'investisseur lui-même.

Il y a aussi la volonté économique des autorités qui incitent tout le monde à se lancer dans ce domaine, avec la mise en place d'une réglementation claire et des avantages appréciables. A cela s'ajoute le patriotisme national. Est-on dans la vision d'aider le pays et contribuer à son évolution ou non ? A mon avis, il y a différents paramètres qui sont rentrés en jeu.

Quels défis et opportunités à relever pour que cette activité gagne davantage en performances ?

Le grand défi, c'est le transfert du savoir-faire. C'est une nouvelle formation et c'est une nouvelle expérience à acquérir. Nous avons aujourd'hui plus de 250 techniciens et ingénieurs et nous visons à dépasser la barre des 400. Nous sommes très à cheval par rapport à cela. C'est pour cela que notre main-d'œuvre est très suivie. Il s'agit d'un travail quotidien.

Quel est votre plan de communication et comment allez-vous procéder pour élargir votre clientèle ?

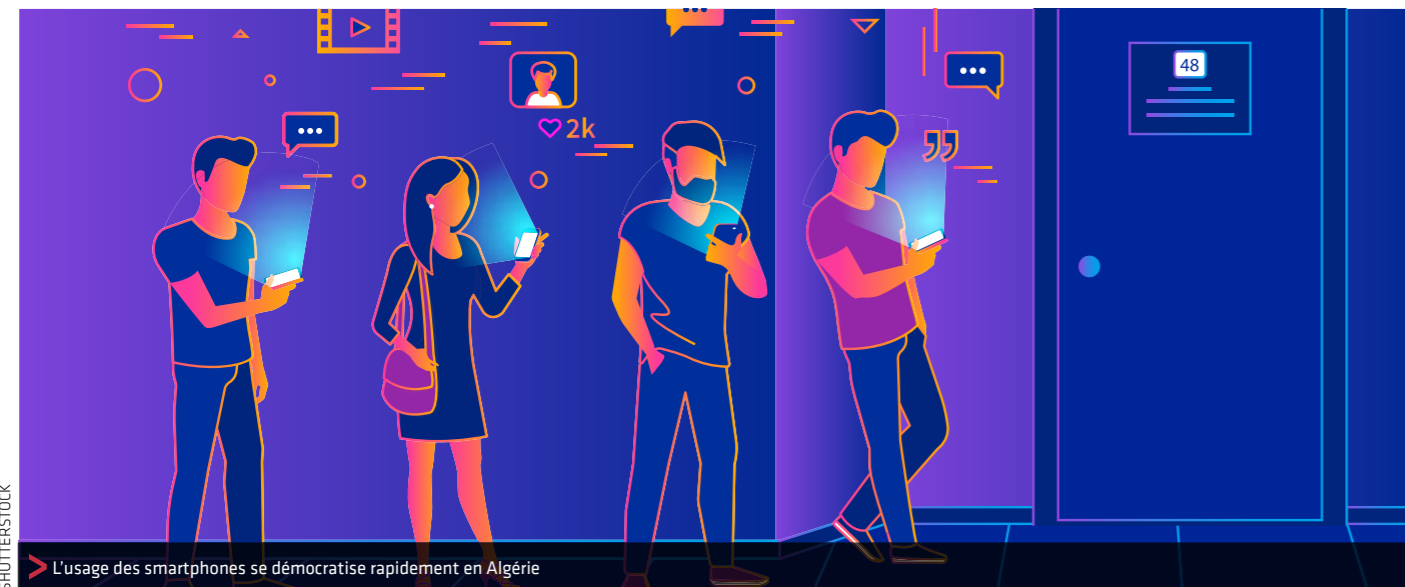
Etre présent partout n'est pas notre stratégie. Nous sommes convaincus que la communication doit être ciblée. Nous essayons surtout de faire passer de vrais messages. Par exemple, nous disons qu'il s'agit d'un téléphone assemblé en Algérie et non pas d'un téléphone Samsung Made in Bladi. Nous insistons aussi pour que le consommateur soit conscient de l'importance de l'homologation de nos produits par l'Autorité de régulation de la poste et des télécommunications (ARPT). Ce sont des produits qui confirment la qualité et l'origine.

L'Algérien et son smartphone

Une revanche sur le temps perdu

Par Fadhil Belloul

L'histoire de l'Algérien et de son smartphone est celle d'une revanche. Avec une 3G arrivée beaucoup plus tard que chez ses voisins du Maghreb, une vitesse de connexion mobile parmi les plus faibles de la région et un commerce électronique à peine balbutiant, l'«Homo mobilus» algérien étonne par la vivacité avec laquelle il rattrape le temps perdu. Hyper présent sur les réseaux sociaux, communicant frénétique sur les diverses messageries, le consommateur algérien d'internet mobile se révèle également capable d'utiliser cette technologie pour combler toutes sortes de manques en infrastructures.



L'usage des smartphones se démocratise rapidement en Algérie

En 2016, une enquête de terrain réalisée par l'observatoire «ConsumerLab» du géant suédois des télécommunications Ericsson notait déjà des signes très positifs quant au développement de l'utilisation des smartphones et de l'internet mobile en Algérie. Réalisée sur un échantillon

significatif de 6 millions d'habitants des grandes villes algériennes, cette enquête révélait une augmentation de 150% du taux de pénétration des smartphones en Algérie entre 2014 et 2016. Au-delà des chiffres, c'est surtout un état d'esprit chez les utilisateurs que met en lumière

l'enquête. En effet, selon le «ConsumerLab» le «consommateur algérien voit la technologie comme un moyen d'obtenir de l'information, d'avoir un équilibre plus flexible entre sa vie personnelle et de créer un sentiment d'appartenance à une société moderne».

Facebook is king !

Cette tendance se confirme en 2018 à travers un autre rapport, celui de We Are Social et Hootsuite qui révèle la place prépondérante des réseaux sociaux chez les utilisateurs de l'internet mobile. Sur les 21 millions d'inscrits sur Facebook en Algérie, 90% y accèdent via leurs smartphones. Là encore, des indices d'appropriation forte sont à déceler : pages communautaires sur divers thèmes, de la maternité au contenu religieux, défouloir humoristique où les personnalités publiques en prennent

pour leur grade, ou encore groupes très populaires spécialement dédiés à des consommateurs vigilants et de plus en plus exigeants. Facebook s'impose comme un espace de liberté et de partage, mais aussi un moyen de communication privilégié, comme en témoignent les chiffres de téléchargement de la messagerie instantanée de Facebook, totalisant 62 millions d'utilisateurs dans toute l'Afrique du Nord.

Le succès des applications de messageries et d'appels via internet mobile est également illustré par les 4 millions d'utilisateurs de Viber en Algérie (un chiffre fourni par le PDG de la société Viber dans un entretien paru dans un grand quotidien algérien en 2016).

Le phénomène Yassir

Autre indicateur de taille, la floraison de nouveaux acteurs dans le champ de l'internet mobile, celui des développeurs d'applications spécialement dédiées aux Algériens. Leur succès qui se mesure au nombre de téléchargements ouvre des horizons jusque-là insoupçonnés, le smartphone n'est plus seulement un formidable outil de communication, il s'avère être une solution pour contrer les difficultés auxquelles l'Algérien fait face

dans sa vie de tous les jours, à commencer par l'épineux problème des transports.

Ainsi, une jeune start-up dénommée Yassir est en train de mener une petite révolution sociale : créée il y a à peine quelques mois, l'application de transport privé, surnommée l'«Uber algérien», totalise déjà plus de 100 000 téléchargements, se développe déjà dans plusieurs wilayas et emploie des profils aussi divers que des cadres à la retraite, des pompiers, des étudiants, et

même des enseignants et enseignantes...

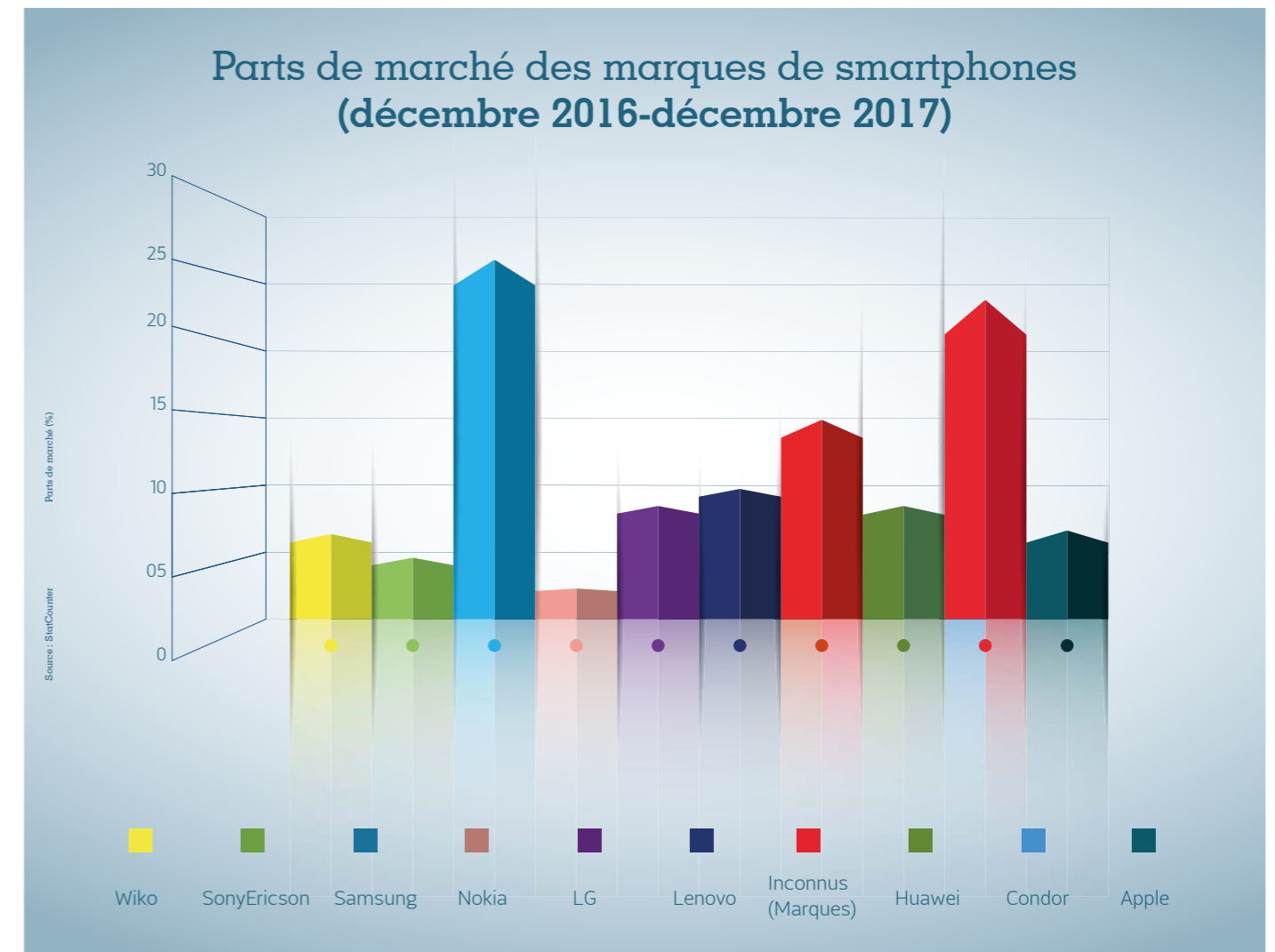
Le grand potentiel que représente le champ applicatif mobile en Algérie est, fait notable, également peu à peu intégré par les autorités, comme en témoignent les applications lancées cette année par la gendarmerie et la police algériennes, la première permettant de visualiser en temps réel la densité du trafic routier, la seconde d'alerter les services compétents en cas de danger.

Demain le paiement mobile ?

Ultime critère pour une société connectée, le développement du e-commerce reste le dernier bastion à conquérir pour les Algériens. Le potentiel est énorme selon les observateurs : le succès de diverses plateformes d'achat en ligne, même avec

un paiement à la livraison, renseigne sur des habitudes et une culture de consommation déjà intégrées par les utilisateurs. L'adoption récente de la loi sur le e-commerce et les informations publiées par des médias sur l'intention

d'établissements bancaires algériens et étrangers de se lancer dans la banque mobile présage, là aussi, que le retard de l'Algérie dans ce domaine devrait, lui également, être vite rattrapé.

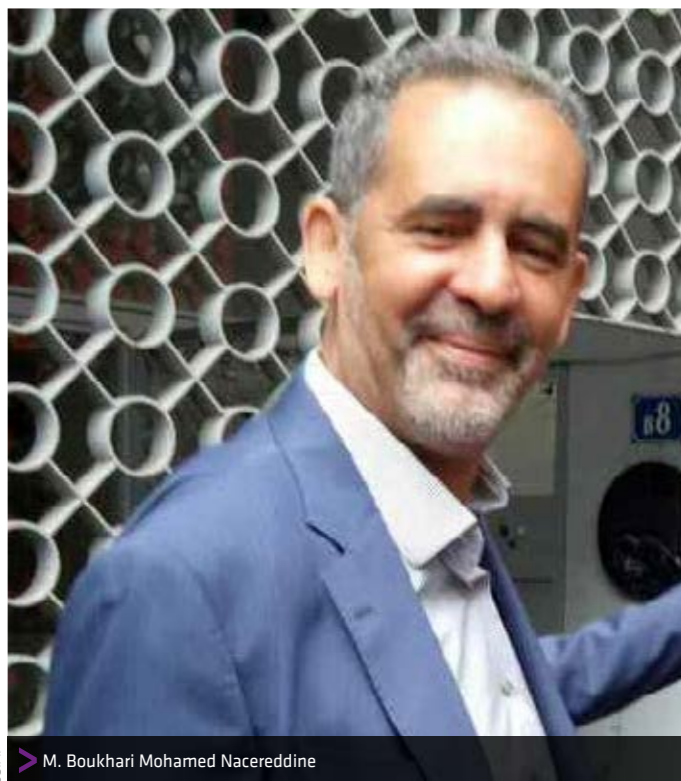


M. Boukhari Mohamed Nacereddine, fondateur du cabinet d'audit et de conseil Boukhari à Annaba

« Notre adhésion à la CCIAF nous a permis de booster notre activité »

Propos recueillis par Smail Boughazi

Le fondateur du cabinet d'audit et de conseil Boukhari à Annaba, M. Boukhari Mohamed Nacereddine, a été l'un des premiers membres de la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF) dans la wilaya d'Annaba. Dans cet entretien express, il revient sur le rôle capital que joue la CCIAF dans la promotion de l'investissement et de la culture de partenariat dans l'Est du pays et sur les avantages qui ont découlé de son adhésion à la Chambre sur son activité professionnelle.



CCIAF > M. Boukhari Mohamed Nacereddine

Partenaires : Vous êtes l'un des premiers membres de la CCIAF dans la wilaya d'Annaba ; pouvez-vous nous dire ce qui vous a poussé à y adhérer ?

M. Boukhari Mohamed Nacereddine : J'ai adhéré à la Chambre suite à une entrevue avec son président, M Jean-Marie Pinel, lequel m'a expliqué la nécessité d'être présent dans un espace d'affaires, et ce, d'autant que je suis commissaire aux comptes ;

je travaille avec un nombre important de sociétés françaises qui activent en Algérie et qui sont déjà adhérentes à la Chambre et c'est donc tout naturellement que je l'ai rejointe, et depuis j'anime chaque année une conférence sur la loi de finances de l'exercice concerné à Annaba avec le concours d'un partenaire de KPMG.

Justement, quelles sont les activités de la Chambre au niveau de la wilaya ?

Il y a énormément d'activités. En plus du séminaire annuel qu'on organise, nous avons tenu plusieurs salons sur l'investissement, et le dernier en date était consacré aux 3^{èmes} rencontres algéro-françaises de l'agriculture et de l'élevage.

Pouvez-vous nous parler brièvement de votre cabinet ?

C'est le cabinet Boukhari, créé en 1993. C'était un cabinet régional. Aujourd'hui, il est devenu un cabinet à dimension nationale et internationale. Nous intervenons sur tout le territoire national, voire même à l'étranger où nous incitons les entreprises à investir en Algérie. Nous avons un bon portefeuille clients, dont plusieurs sociétés internationales. Nous disposons de deux agences, l'une à Annaba et l'autre à Alger, et nous comptons dans nos rangs 13 collaborateurs. Notre métier de base est l'audit légal. Nous gérons aussi la comptabilité de plusieurs entreprises et nous intervenons dans le cadre de l'activité conseil pour la création d'entreprise en Algérie.

Quel était l'impact de la Chambre sur les activités de votre cabinet et comment définiriez-vous votre relation ?

Notre relation est basée sur l'échange. Nous avons eu quelques clients qui sont venus par l'intermédiaire de la Chambre. La CCIAF met en relation ses adhérents et cela nous a permis de gagner de nouveaux clients.

10^{èmes} Rencontres des mines et des carrières et 1^{ères} Rencontres algéro-françaises du vrac

Deux rendez-vous incontournables pour nouer des partenariats

Par Hamid Mohandi

Plus de 300 entreprises dont 250 algériennes et 55 françaises ont pris part aux 1^{ères} Rencontres algéro-françaises du vrac organisées au mois de mars dernier à Alger, et ce, parallèlement aux 10^{èmes} Rencontres des mines et carrières.



AMINE BOULBADAOUJ

> Une partie des rencontres B2B

Organisées par la Chambre de commerce et d'industrie algéro-française (CCIAF) en partenariat avec la Régie publicité industrielle (RPI), ces rencontres ont pour objectif d'aboutir à terme à la création d'une dynamique gagnante susceptible de susciter un impact positif de large envergure qui favorisera de nouvelles possibilités de coopération et de partenariat entre les opérateurs nationaux et étrangers.

Pour faciliter au mieux le contact et les échanges, des rencontres B2B ont été organisées tout au long de ces deux journées au cours desquelles les chefs et représentants d'entreprises participantes ont pu explorer les opportunités d'affaires dans les secteurs du vrac, des mines et carrières.

Au programme de ces rencontres, plusieurs ateliers ont également été organisés afin de permettre aux professionnels de ces secteurs d'échanger entre autres sur l'utilisation des pelles à câble dans l'industrie extractive, l'exploitation des carbonates de calcium, la valorisation des stériles ainsi que sur l'utilisation des technologies 3D pour accroître la sécurité et la productivité dans le milieu des mines et carrières.

Les participants ont eu également l'occasion d'interagir avec des spécialistes du transport en vrac au cours d'ateliers consacrés au terminal portuaire multimodal du vrac alimentaire et agricole au niveau du port Tellines Marseille, à la nouvelle ensacheuse

rotative HAVER type RVT, aux solutions d'emballage et à l'optimisation du chargement des produits en vrac et en sacs.

Il faut dire que la reconquête des activités extractives, la modernisation du transport en vrac et leur adaptation aux nouveaux besoins de l'économie nationale figurent parmi les ambitions des pouvoirs publics. Mais cette volonté d'aller vers un développement efficace et durable de ces secteurs ne peut se faire sans l'implication d'opérateurs étrangers capables de fournir l'accompagnement nécessaire aux entreprises algériennes aussi bien en termes de technologie que d'expertise, d'où toute la portée de ces rencontres.



تحت الرعاية السامية للسيد وزير الفلاحة، التنمية الريفية و الصيد البحري
 Sous le Haut Patronage de Monsieur le Ministre de l'Agriculture, du Développement Rural et de la Pêche

Nouvelles technologies & innovations pour notre sécurité alimentaire

18^e SIPSA SIMA

SALON DE L'ÉLEVAGE ET DE L'AGROÉQUIPEMENT

08-11 OCTOBRE 2018
ALGER - ALGÉRIE

PALAIS DES EXPOSITIONS - SAFEX



Obtenez votre badge
GRATUIT sur
www.sipsa-dz.net
**AVEC LE CODE
PROMOCCIAF**

21 000 entrées professionnelles
+ de 500 exposants de **32** pays

PAYS À L'HONNEUR
Holland.



الحدث على أبواب
المغرب العربي و إفريقيا

www.sipsa-dz.net

EXPO
ALGERIE
EXPOSIA
Ain Allah 2 Lot.N°-7 Dely Ibrahim
16320 Alger - Algérie
Tél. : +213(0) 23 31 22 48 / +213(0) 770 89 58 89
Fax : +213(0) 23 31 22 35
Email : sipsa@expovet-dz.net

COMEXPOSIUM



TBWA \ DJAZ SERVICE DE VEILLE STRATÉGIQUE

PRENEZ DE MEILLEURES DÉCISIONS EN AYANT LES BONNES INFORMATIONS

TBWA \ DJAZ vous propose un service performant de Veille Stratégique grâce auquel vous recevrez tous les matins par email un condensé des informations les plus importantes parues dans les médias sur votre secteur, votre entreprise et vos concurrents.

La Veille devient ainsi une aide à la décision qui vous permet d'être constamment au courant des dernières nouvelles, mais aussi d'anticiper les risques et opportunités.

Notre système comporte des alertes lorsque vous êtes cités directement, ou qu'un article négatif est publié. Toutes nos veilles sont complètement personnalisables selon vos besoins précis.

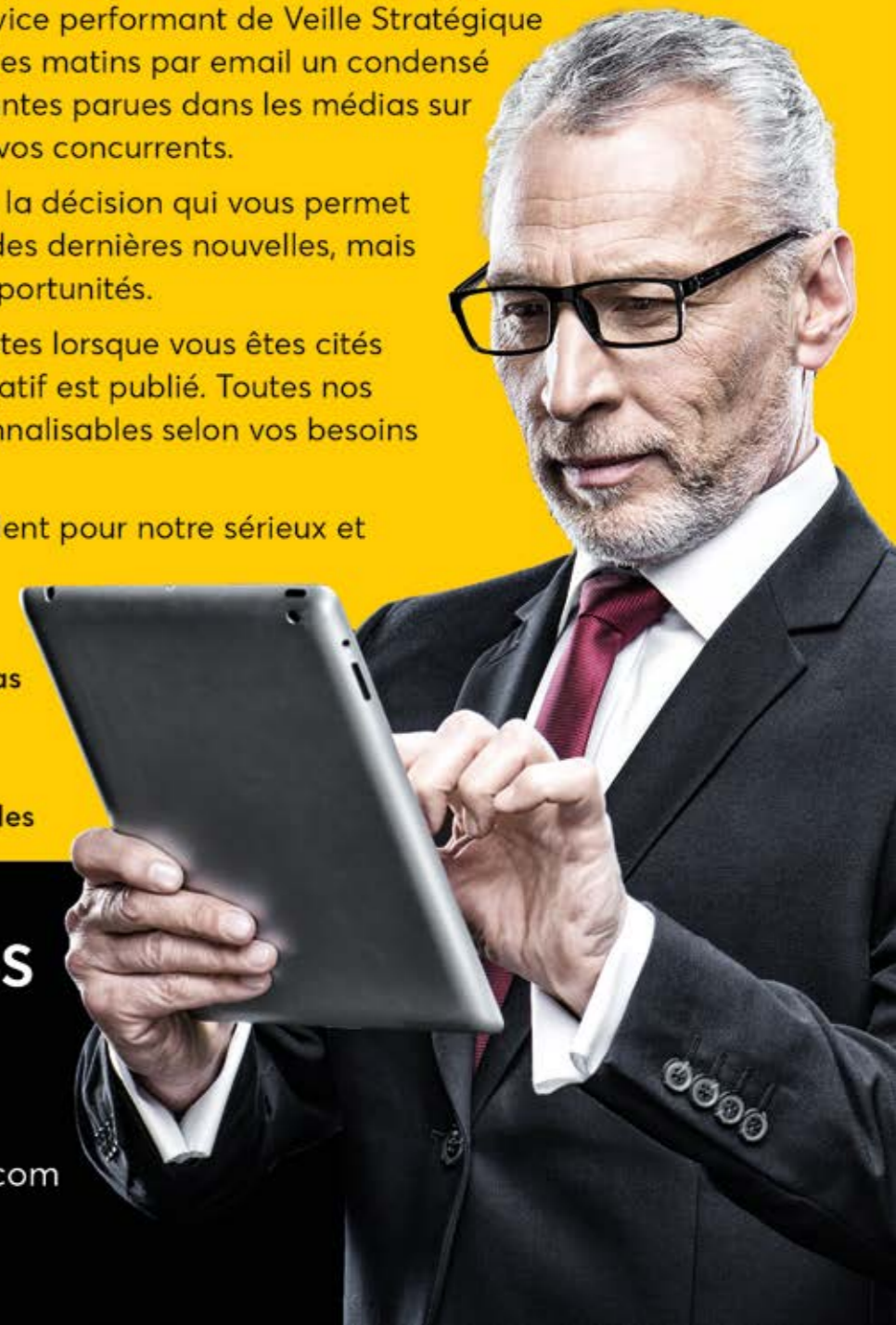
Nos références depuis 15 ans parlent pour notre sérieux et professionnalisme.

Aussi disponible :

- Veille "e-réputation" sur les médias sociaux
- Veille pour la Tunisie et le Maroc
- Traductions des titres et des articles

**CONTACTEZ-NOUS
POUR UN ESSAI
GRATUIT**

Email \ monitoring@tbwadjaz.com
Tél. \ +213 560 032 710



VOTRE PARTENAIRE SÉCURITÉ



www.pgse.dz

PGSE

13, Rue des Oliviers, Parc des Pins, El Biar, Alger, Algérie

Tél. : +213 21 92 97 19 / +213 21 92 99 58

Fax : +213 21 92 97 85

Courriel : contact@pgse.dz / eurlpgse@hotmail.com