

*République Algérienne Démocratique et Populaire*  
*Ministère de l'enseignement Supérieur et de la Recherche scientifique*  
*Université A. MIRA – Bejaia*



*Faculté : Sciences Economiques, commerciales, Et de Gestion.*

## *Mémoire de fin d'étude*

*En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences commerciales*

*Option : Finance Et Commerce International*

**THEME**

**« Contribution à l'étude de l'importation des  
appareils électroménagers en Algérie : cas de la  
wilaya de Bejaia »**

**Réalisé par :**

- *KHELFAOUI Hanane*
- *ZOUTAT Meriem*

**Encadré par :**

*KENDI Nabila*

**Devant le jury composé de :**

***Président :***

***Examineur :***

***Rapporteur :***

**Promotion : 2019/2020**

## DEDICACES

Tout d'abord je remercie Dieu le tout puissant de m'avoir aidé dans les moments les plus difficiles, de m'avoir aidé à accomplir ce travail. Qu'il soit toujours dans mon cœur et ma tête.

Je dédie ce modeste travail à celle qui m'a donné la vie, le symbole de tendresse, qui s'est sacrifiée pour mon bonheur et ma réussite, à ma mère.

À mon père, école de mon enfance, qui a été mon ombre durant toutes les années des études, et qui a veillé tout au long de ma vie à m'encourager, à me donner l'aide et à me protéger.

Que dieu les garde et les protège.

À mon très cher frère Yacine et mes charmantes sœurs Aida et Salima qui ont toujours été présents pour moi.

A mon soutien moral et source de joie et de bonheur, mon fiancé Mourad pour l'encouragement et l'aide qu'il m'a toujours accordé.

À mes adorables petits(es) nièces et neveux : Anaïs et Mehdi-Ayman.

À tous ce qui me sont chers.

Hanane

## **DEDICACES**

Je dédie ce modeste travail à :

Mes parents

Mes frères et sœurs

Mes amis et à tous ce qui me sont chers.

Meriem

## **REMERCIEMENTS**

Au terme de cycle d'études dans la filière sciences commerciales, option : Finance et Commerce International, suivi à l'université Abderrahmane Mira de Bejaïa, nous tenons à remercier le corps enseignant de cet établissement, toutes celles et tous ceux qui ont apporté leur contribution par leur connaissances, leur expérience, leur capacité de communication et de transfert du savoir durant ces années.

Nous remercions également notre promotrice KENDI Nabila pour ces orientations dans nos recherches et pour son suivi permanent dans l'élaboration de notre mémoire, et ce dans toutes ses étapes.

Nous adressons nos remerciements également aux membres du jury d'avoir accepté d'examiner notre mémoire.

Enfin, nous remercions tous ceux et toutes celles qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

## **LISTE DES ABREVIATIONS**

**AE:** Appareil Electroménager.

**BC:** Bon de Commande.

**BEA:** La Banque Extérieure d'Algérie.

**BR:** bulletin de réception.

**CCM:** Commission Centrale des Marchés.

**CFC:**ChloroFluoro Carbone.

**CKD:** Collection Complètement Démonté.

**CMU :** Commission des Marchés de l'Unité.

**DAI :** Demande d'Achat Interne.

**ENAPAT :** Entreprise Nationale d'Approvisionnement En Equipements Professionnels Collectifs Applications Technique.

**ENIEM :** L'Entreprise National des Industries de l'Electroménager.

**ESTEP :** EST Equipements Professionnels.

**FMN:** Firme Multinational.

**GEM:** Gros Electroménagers.

**GSA:** Grandes Surfaces Alimentaires.

**GSS:** Grandes Surfaces Spécialisées.

**IRD:** Institut de Recherche pour le Développement.

**LG:** Life's Good.

**PEM:** Petits Electroménagers.

**PGA:** Programme Général d'Approvisionnement.

**SAA:** Société Algérienne d'Assurance.

**SAV:** Service après-vente.

**SCIAN:** Système de Classification des Industries de l'Amérique du Nord.

**SKD:** Semi knocked down.

**CKD:** Complete Knock Down

**SONARIC:** La Société Nationale de Réalisation des Industries Connexes.

**SONELEC:** Société National de la fabrication et de montage du matériel Electrique.

**TIGIE:** Table tarifaire sur les Impôts Généraux de l'Importation et Exportation.

## SOMMAIRE :

<b>INTRODUCTION GENERALE.....</b>	<b>01</b>
<b>Chapitre I: le marché mondial des appareils électroménagers .....</b>	<b>05</b>
Introduction.....	05
<b>I. Généralités sur les appareils électroménagers.....</b>	<b>05</b>
<b>II. l'offre mondiale des appareils électroménagers.....</b>	<b>11</b>
Conclusion .....	21
<b>Chapitre II : l'industrie de l'électroménager en Algérie.....</b>	<b>22</b>
Introduction.....	22
<b>I. Présentation de l'industrie de l'électroménager en Algérie .....</b>	<b>23</b>
<b>II. Analyse de la dynamique des importations des produits électroménagers en Algérie .....</b>	<b>32</b>
Conclusion .....	40
<b>COCNLUSION GENERALE.....</b>	<b>41</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Annexes</b>	
<b>Liste des tableaux</b>	
<b>Liste des figures</b>	
<b>Tables des matières</b>	

# **INTRODUCTION GENERALE**

# Introduction générale

---

## Introduction générale

Pour la plupart d'entre nous, notre vie quotidienne est facilitée par une vaste gamme d'appareils qui remplissent une multitude de fonctions utiles. De la préparation de notre café le matin au chauffage de notre lit la nuit, nous sommes entourés d'appareils électroménagers. Créé au XXe siècle aux Etats Unis et grâce à la seconde révolution industrielle avec l'apparition de l'électricité, l'électroménager a transformé la vie des ménages. Le succès qu'a connu l'électroménager a poussé les entreprises à s'investir dans l'innovation et de fabrication de nouveau appareil afin de contribuer à la facilitation de la vie quotidienne, et d'entrepreneur d'innombrables taches fastidieuse dans d'innombrables ménages.<sup>1</sup>

Le marché de l'électroménager évolue de plus en plus et devient un vrai mode de vie dans le monde. L'électroménager fait, aujourd'hui, l'objet d'une compétition à l'échelle mondiale, avec l'arrivée de nouveaux pays industrialisés. L'environnement dans lequel évoluent les fabricants de l'électroménager est devenu extrêmement concurrentiel sous l'effet de l'ouverture internationale des marchés et de l'apparition de nouveaux concurrents des pays de l'Est ou d'Asie du Sud-est qui, tentent de prouver leur existence et de satisfaire les demandes du marché dans lequel elles sont actives.

En Algérie, la construction de l'industrie de l'électroménager a débuté dans les années soixante-dix par la création de la Société Nationale de Fabrication et de Montage du Matériel Eclectique (SONELEC) dans le cadre du projet des « industries industrialisantes » lancé par l'Etat durant la période de l'économie planifiée. Suite à une restructuration organique en 1983, SONELEC a donné naissances à d'autres entreprises qui exercent dans le domaine de l'électroménager. Durant l'époque du monopole de l'Etat, ces entreprises ont connu leur conquête et leur domination totale du marché. Mais, suite aux différentes crises qu'a subi l'économie algérienne depuis la fin des années 80, l'Algérie a optée pour l'ouverture du marché qui devait donner un nouvel élan pour l'économie nationale, donner une chance au produit national d'être exporté et introduire de nouveaux marchés, permettre aux privés d'investir et ainsi soulever l'économie nationale. En revanche, les textes de cette réforme n'ont pas protégé les entreprises nationales ni le produit national, et les importations des entreprises privées ont pris de l'ampleur ; le recours au marché extérieur pour l'importation

---

<sup>1</sup> L'histoire des appareils électroménagers Bosch in : <https://www.bosch-home.lu/fr/qui-sommes-nous/notre-histoire>.

## Introduction générale

---

des produits finis et semi-finis caractérisait le marché algérien de l'électroménager. Le marché Algérien se trouve ainsi inondé d'appareils électroménagers ; rien qu'en 2013, 80% de ces appareils sont issus de l'importation<sup>2</sup>, et la facture d'importation des produits finis ainsi que les composants destinés à la production de l'électroménager avoisine les 1,2 milliard de dollars en 2019<sup>3</sup>.

C'est dans ce contexte que s'inscrit l'objet de notre travail où nous envisageons d'étudier la problématique la dépendance de l'Algérie aux importations d'appareils électroménagers à l'ère de l'ouverture totale et complète de ce marché. Plus précisément, nous essayerons tout au long de notre travail de répondre à la problématique suivante : *quelles est la problématique de l'importation des appareils électroménagers en Algérie (grand et petit appareil) ?*

Cette question donne lieu à d'autres interrogations qui méritent d'être éclairées :

- **Quel état des lieux de l'importation des appareils électroménagers en Algérie ?**
- **Quelle sont les facteurs qui favorisent l'importation des appareils électroménagers en Algérie ?**
- **Quelles sont les procédures d'importation des appareils électroménagers en Algérie ?**
- **Quels sont les réels obstacles auxquels font face les importateurs d'appareils électroménagers algériens ?**
- **Qu'est ce qui empêche un importateur d'appareil électroménager (assemblé et monté) de ne pas s'engager dans la production industrielle ?**

### Hypothèses de recherche

Afin de tenter de répondre à ces questions, nous posons les hypothèses suivantes :

- **L'amélioration des revenus de certaines catégories socioprofessionnelles et le relancement du secteur de l'habitat seraient parmi les facteurs qui augmentent la**

---

<sup>2</sup>« Importation de l'électroménager : 80% des appareils contrefaits ». In : <https://www.elwatan.com/edition/actualite/importation-de-lelectromenager-80-des-appareils-contrefaits-22-12-2013>, consulté le : 15/08/2020

<sup>3</sup>« Intrants pour électroménager : nouveau Comité pour délivrer les autorisations d'importation ». In : <http://www.mdipi.gov.dz/?Intrants-pour-electromenager> consulté le : 15/08/2020

## Introduction générale

---

demande d'appareils électroménagers, ce qui favorise l'augmentation de leur importation.

- **Le manque de moyens financiers et humains seraient les principaux handicaps pour les producteurs nationaux afin de se lancer dans la production.**
- **Les droits de douane seraient parmi les obstacles que rencontrent les importateurs d'appareils électroménagers en Algérie.**

### Méthodologie de recherche

Dans le cadre de ce travail, nous tenterons d'apporter des réponses à notre problématique de recherche. C'est pourquoi, la méthodologie de notre recherche devait être construite en trois étapes. D'abord, une recherche documentaire basée sur la consultation des ouvrages, des mémoires, des rapports, des documents, des articles ainsi que des sites internet.

Ensuite, on devait procéder à une collecte de données secondaires relatives à notre thème effectuée au niveau du Ministère de l'Industrie et des Mines, du Ministère des Finances, la direction Générale des Douanes, la direction des Etudes et de la Prospective et de l'Office National des Statistiques. Cette collecte de données secondaire était prévue pour accomplir le deuxième chapitre de notre travail nous permettons d'établir un état des lieux du commerce extérieur des appareils électroménagers en Algérie. Nous avons envisagé par ailleurs, d'effectuer une étude économétrique des facteurs qui influencent l'importation des appareils électroménagers. En raison de la situation sanitaire actuelle, il nous a été impossible de se déplacer sur Alger. C'est pourquoi, nous nous sommes limités à une recherche bibliographique nous permettons de collecter certaines données en se basant sur des travaux scientifiques antérieurs.

Enfin, nous avons envisagé d'effectuer une enquête de terrain auprès des importateurs d'appareils électroménagers dans la Wilaya de Bejaïa afin d'étudier les procédures d'importation ainsi que les obstacles auxquels font face ces importateurs. Nous avons, pour cela, préparé un protocole d'enquête (questionnaire) (Cf. Annexe 1). Il nous a été, malheureusement, impossible d'effectuer l'enquête car les importateurs ont refusé de nous recevoir avec les conditions sanitaires du Covid 19.

## Introduction générale

---

Dans le but de mener à bien notre travail et en fonction des données disponibles et de la situation sanitaire actuelle, nous avons structuré notre travail en deux chapitres, présentés comme suit :

D'abord, le premier chapitre traitera du marché des appareils électroménagers dans le monde, où nous allons d'abord, établir une généralité sur les appareils électroménagers, puis nous allons présenter le marché mondial des appareils électroménagers.

Ensuite, dans le second chapitre, nous allons donner une idée générale sur le marché des appareils électroménagers en Algérie, mettant l'accent sur la régulation de ce secteur. Nous avons envisagé de donner un état des lieux de l'industrie des appareils électroménagers en Algérie, puis l'approvisionnement étranger, par importation, en appareils électroménagers. **Mais, faute de conditions actuelles**, nous nous sommes limitées en un état des lieux du marché des appareils électroménagers en Algérie, en présentant sa genèse, la réglementation relative aux appareils électroménagers, les avantages fiscaux accordés aux importateurs d'appareils électroménagers et les entreprises exerçant dans ce secteur. Nous avons terminé le chapitre en présentant les procédures d'importation des appareils électroménagers, en prenant l'exemple de l'entreprise ENIEM.

# **CHAPITRE I**

## **LE MARCHE MONDIAL DES APPAREILS ELECTROMENAGER**

# **LE MARCHÉ MONDIAL DES APPAREILS ELECTROMENAGERS**

### **Introduction**

Le marché de l'électroménager a connu ces dix dernières années une croissance fulgurante, pratiquement dans tous les pays émergents. Face à ce regain, de nombreuses entreprises, y compris de nouvelles ont su tirer leur épingle du jeu et ainsi s'approprier de grandes parts de marché. L'innovation est ainsi devenue le maître mot afin de survivre dans ce type de marché. Chaque année, de nouveaux appareils voient le jour et un nombre infini de modèles sont proposés sur le marché. Chaque modèle promet de répondre à un besoin précis exprimé par le consommateur. Certaines entreprises font des requêtes et des demandes des consommateurs un levier leur permettant d'assurer leur survie sur le marché de l'électroménager.

L'objet de ce chapitre consiste à donner un aperçu sur le marché mondial des appareils électroménagers. Dans une première section consacrée à des généralités relatives à notre thème, nous allons présenter l'histoire de la genèse et de l'essor des appareils électroménagers dans le monde et les marques mondiales leaders. La deuxième section sera consacrée à l'offre mondiale d'appareils électroménagers où nous allons d'abord présenter le volume des ventes mondiales de l'électroménager, puis les type d'appareils les plus vendus et enfin, les entreprises dominantes dans le marché mondial de l'électroménager.

### **I. Généralités sur les appareils électroménagers**

Les appareils ménagers ou électroménagers sont devenus à notre époque indispensable au confort des individus car ils facilitent et accompagnent les individus dans leur vie quotidienne. Chaque modèle d'appareil permet de remplir une fonction précise, de répondre ainsi aux divers besoins et attentes des individus.

# Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers

---

La production d'appareils électroménagers est aujourd'hui assurée par de nombreuses entreprises à travers le monde où le marché de l'électroménager est constamment en évolution. De nouveaux acteurs économiques tentent de gagner des parts de marché, alors que ceux qui n'innovent pas voient leurs marges et bénéfices diminuer considérablement, et disparaissent du marché pour certains d'entre eux.

Dans cette section, nous nous intéresserons à l'étude du marché de l'électroménager dans le monde.

## 1. Définition des appareils électroménagers

Chaque machine électrique/mécanique qui est utilisée pour effectuer certaines activités ménagères, y compris le refroidissement, le chauffage, la cuisson ainsi que le nettoyage est connue comme un appareil électroménager.

L'électroménager désigné sous l'appellation<sup>4</sup> « appareils ménagers » (en anglais: Household appliances), concerne toutes les machines électriques et électroniques utilisées par les ménages dans leur tâches quotidiennes, soit pour des besoins de chauffage, de climatisation, de nettoyage, de repassage ou de cuisson et de fraîcheur des produits alimentaires, et autres équipements et accessoires audiovisuels.

Nous trouvons une autre définition qui caractérise les produits électroménagers comme « la fabrication de machines, qui sont généralement mais pas nécessairement électriques, utilisées pour les besoins de la maison, excluant normalement l'électronique. Néanmoins, les appareils ménagers modernes contiennent des composants électroniques ».

## 2. Les secteurs attenants des appareils électroménagers

Il est aussi important de parler des secteurs attenants au milieu des appareils électroménagers et dont le matériel doit être différencié<sup>5</sup>. Les appareils électroménagers sont classés selon quatre secteurs que nous allons présenter ci-dessous.

- **Le secteur gris** : il comprend tout le matériel concernant la téléphonie, soit les téléphones, les répondeurs, les fax, les imprimantes fax, etc.

---

<sup>4</sup>Europe Economics, Avril 2015: "the economic impact of the domestic appliances industry in Europe", p.04.

<sup>5</sup> Le milieu de l'électroménager in : [www.tout-electromenager.fr](http://www.tout-electromenager.fr), mise en ligne 2010, consulté le 27/11/2019.

# Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers

---

- **Le secteur brun** : il concerne tout le matériel touchant à l'image et au son, soit, les téléviseurs de toutes nature, les magnétoscopes, les lecteurs DVD, les chaînes Hi-fi, les enceintes, les amplificateurs, etc.
- **Le secteur informatique** : l'informatique prend une place grandissante dans les foyers. Il comprend les ordinateurs, les imprimantes, les disques durs, les clés USB, etc.
- **Le secteur blanc** : le secteur blanc est le secteur qui nous intéresse dans notre travail, et qui rassemble les appareils de lavage, de cuisson, de froid et d'entretien pour la maison.

## 3. Classification des appareils électroménagers dans le monde

Le terme électroménager est aussi associé, par la profession, au terme "blanc", qui se divise lui-même en deux catégories :

- ❖ **Le petit électroménager (PEM)** : Les appareils électroménagers de petites tailles sont utilisés pour les travaux domestiques. Ils se caractérisent par leur facilité de déplacement dans la maison et du volume réduit qu'ils occupent. Ainsi, nous trouvons :
  - **Les PEM d'entretien des sols**: tel que les Aspirateurs, les nettoyeurs vapeurs, et cireuse, etc.
  - **Les PEM de repassage**: tel que les fers à repasser, les centrales vapeurs, etc.
  - **Les PEM de préparation culinaire**: tel que les robots multifonctions, le grille-pain, les services à raclette, la fontaine à chocolat, etc.
  - **Les PEM d'hygiène et de soin du corps**: tel que les rasoirs, les équipements de soins dentaires, les épilateurs, les pèse-personnes, etc.
  - **Les PEM de préparation du café**: tel que les machine à café, l'expresso, les moulins, ...etc.
- ❖ **Le Gros Electroménager (GEM)** : les appareils électroménagers de grandes tailles se caractérisent par l'utilisation stationnaire et par la difficulté à déplacer à cause du volume qu'ils occupent dans la maison. Le GEM se divise en trois parties à savoir :
  - **Le lavage**: comme les machines à laver, avec sèche-linges, les laves linges et sèche-linges combinés, les laves vaisselle, etc. ;

# Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers

---

- **La cuisson:** comme les cuisinières, les cuisinières à gaz, les cuisinières électriques, les fours, les hottes pour cuisinière, les chauffages, les micro-ondes, etc. ;
- **Le froid:** comme les appareils de réfrigération, avec un réfrigérateur, les réfrigérateurs et congélateurs combinés, les congélateurs coffre et vertical, les caves à vin, etc.

Une autre classification subsiste et, est globalement adoptée en Amérique du Nord. Il s'agit de la classification SCIAN (Système de Classification des Industries de l'Amérique du Nord) et TIGIE (la Table Tarifaire sur les Impôts Généraux de l'Importation et Exportation) .Cette classification présente ainsi dans l'industrie de l'électroménager<sup>6</sup> :

- **Les petits appareils:** tels que les aspirateurs, les blendes, les fours électriques, les mixeurs et mélangeurs et les ventilateurs.
- **Les gros appareils :** tels que les chauffages, les fours conventionnels, les fours à micro-ondes, les machines à laver, les machines à vaisselle, les réfrigérateurs, et les sèche-linges.

## 4. Histoire des appareils électroménagers dans le monde

Dans ce point, nous avons pour objectif de présenter la genèse des appareils électroménagers ainsi que l'histoire de leur évolution dans le monde.

### 4.1. Naissance des appareils électroménagers

L'électroménager prend ses sources aux États-Unis au début du 20e siècle. En une centaine d'années, la cuisine est devenue le domaine où l'on a pu retrouver les innovations les plus importantes, qui ont révolutionné les Arts ménagers<sup>7</sup>. En effet :

- Dans les années 1930, l'on a pu assister à l'apparition des premières machines à laver, réfrigérateurs et autres gazinières.

---

<sup>6</sup>SCIAN et TIGIE (2013), Cité dans le rapport de ProMéxico. 2014, diagnosticosectorial : Electrodomesticos. Unidad de Inteligencia de Negocios, Mexique, p.06. En ligne sous l'adresse URL suivante:<http://www.promexico.gob.mx/documentos/diagnosticosectoriales/electrodomesticos.pdf>, consulté le 27/11/2019.

<sup>7</sup> Histoire de l'électroménager. In : [www.lepetitlivrevert.fr](http://www.lepetitlivrevert.fr), mise en ligne 2015, consulté le 28/11/2019.

# Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers

---

- Les années 1960-70 ont vu une organisation plus avancée des cuisines avec l'arrivée des premiers plans de travail dans lesquels l'on a pu encastrer les premiers appareils électroménagers tels que le lave-linge.
- Dans les années 1980-90, on a noté de nombreux progrès techniques dans le domaine de l'électroménager comme la maîtrise des buées ainsi que des odeurs. C'est aussi à partir de ces années que l'on a commencé à personnaliser les appareils, notamment pour ce qui est de leurs formes et leurs couleurs.
- Les années 2010 signent l'apparition de l'électroménager dans le domaine des objets connectés à l'ère des technologies de l'information et de la communication.

## 4.2. Evolution de l'industrie de l'électroménager dans le monde

Dans l'évolution de l'industrie de l'électroménager, quatre grandes phases sont à distinguer<sup>8</sup>:

- **La pré-industrialisation du secteur de l'électroménager**

La phase de pré industrialisation se prolonge, approximativement, jusqu'au lendemain de la première guerre mondiale. Elle était caractérisée par la dominance des campagnes et l'essor de la vente par correspondance des objets domestiques. Ces derniers se caractérisaient par un système technique rudimentaire. Ils fonctionnaient à l'énergie humaine (mécanique/manuel) ou avec la vapeur. Toutefois, les produits étaient de qualités diverses du fait de la présence d'un nombre important de petits entrepreneurs dans ce domaine.

- **La phase de mise en place du secteur de l'électroménager**

La deuxième phase avait commençait au lendemain de la première guerre mondiale (1919) et s'était terminée avec la seconde (1945). Elle était marquée par une intense activité de recherche et d'innovation grâce à la diffusion des connaissances scientifiques du XIXe siècle et leur application à l'industrie. Le système technique est fondé sur la mécanique et l'électricité ainsi que sur l'utilisation de nouveaux matériaux tels que l'acier inoxydable et l'aluminium.

---

<sup>8</sup>Delaunay Q. : « Société industrielle et travail domestique : L'électroménager en France (XIXe -XXe siècle) », L'Harmattan. 2003. In Dahmoune F. : « L'impact de l'ouverture économique et de la concurrence sur l'industrie de l'électroménager en Algérie. (Cas de l'ENIEM) », Mémoire de magister en sciences économiques, Université de Tizi-Ouzou, 2011.

# **Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers**

---

Cependant, cette avancée technologique excluait une part importante de la population, surtout celle de la campagne et ce pour de multiples raisons : prix élevés des produits et revenus insuffisants, manque d'infrastructure pour l'électricité et l'eau courante, etc.

Les entreprises de ce secteur demeuraient de petite taille, mais des grandes entreprises cherchaient également à tirer parti de leur savoir-faire dans les produits métalliques ou électriques, en se diversifiant dans la production d'appareils électroménagers.

- **La phase de consommation de masse des appareils électroménagers**

Sur le plan technique, cette période dite trente glorieuses (1945-1975) était caractérisée par le plein épanouissement de la production et de la consommation de l'électricité ainsi que celle du gaz, énergies indispensables à toute expansion de l'équipement ménager. Alors que dans les phases précédentes la dominance des Etats-Unis d'Amérique étaient incontestable, durant cette phase les marques européennes et japonaises se faisaient une place de plus en plus dominante.

Sur le plan de l'organisation de la production et de la vente, cette phase est connue comme celle ayant installé la production fordienne et la consommation de masse. C'est la phase de constitution des grandes entreprises, d'où de nombreuses fusions et absorptions dans l'industrie de l'électroménager.

- **La phase de la nouvelle révolution technologique**

Cette phase commence au cours des années 1973-1985. Elle est caractérisée par la restructuration de la production (réduction des effectifs, redéfinition des produits, etc.) car les entreprises trouvaient des difficultés à écouler leurs appareils. Pendant cette période le marché n'était plus un marché de nouveauté puisque les taux d'équipement des ménages étaient élevés notamment pour les laves linge, les réfrigérateurs et les cuisinières.

De nos jours, les appareils électroménagers à la pointe de la technologie deviennent plus intelligents, à connectivité wifi, ce qui permet aux utilisateurs finaux de les contrôler par l'intermédiaire d'un Smartphone, voire de les intégrer dans leur système intelligent à domicile. Ces appareils connectés offrent des possibilités totalement inédites – par exemple, des caméras offrent un aperçu de ce qui se trouve dans le frigo à la maison alors que l'utilisateur se trouve au supermarché.

# **Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers**

---

Il existe de nombreuses autres caractéristiques lorsqu'il s'agit d'appareils intelligents qui requièrent tous une technologie intégrée supplémentaire, ce qui crée quasiment à coup sûr un défi technique pour les fabricants des appareils. Ce n'est pas seulement que les appareils sont munis d'écrans tactiles, par exemple, mais c'est aussi la question de savoir comment les intégrer de manière parfaite, fiable et efficiente, surtout parce que les appareils sont censés avoir des cycles de vie plus longs que d'autres appareils électroniques de consommation malgré des circonstances extrêmement difficiles (vibration, température, produits chimiques de nettoyage, etc.). C'est là que le ruban adhésif entre en jeu. Il existe déjà de nombreuses solutions établies pour des applications exigeantes parfaites pour la fixation de composants électriques sur des appareils.

## **II. L'offre mondiale d'appareils électroménagers**

Au niveau mondial, l'industrie de l'électroménager ne cesse d'évoluer. Aujourd'hui, elle est marquée par un mouvement d'internationalisation et de concentration, mais aussi par la montée en puissance des pays émergents.

Dans ce point, il sera question de faire un aperçu sur les compagnies qui occupent les premières parts du marché de l'électroménager au niveau mondial. Nous y verrons également les marques leaders du marché électroménager dans le monde ainsi que les types d'appareils ménagers les plus vendus dans le monde.

### **1. Les principaux pays producteurs et exportateurs d'appareils électroménagers au niveau mondial**

En termes d'importance de la production, nous pouvons distinguer les pôles<sup>9</sup>, suivants:

- **Le pôle asiatique** : Composé principalement de la Chine, du Japon, de la Corée du Sud, de la Malaisie, du Vietnam et des Philippines qui produisent à la fois pour le marché local et surtout pour l'exportation.

---

<sup>9</sup>Rapport CNUCCED sur le commerce mondial (septembre 2004). Cité par Hadjout. M « Stratégies de développement à l'international: Etude de la capacité exportatrice des entreprises publiques algériennes hors hydrocarbures ». Thèse de doctorat. UMMTO. 2006. P 318 et 319. In Dahmoune F. : « L'impact de l'ouverture économique et de la concurrence sur l'industrie de l'électroménager en Algérie. (Cas de l'ENIEM) », Mémoire de magister en sciences économiques, Université de Tizi-Ouzou, 2011.

## **Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers**

---

- **Le pôle de l'Europe Occidentale** : Composé notamment de l'Allemagne, l'Italie, la Suède, la France, le Royaume Uni et l'Espagne. Ces pays ont prolongé leur production dans les pays de l'Europe de l'Est tel que la Pologne, la Hongrie, etc. et se dirigent aussi de plus en plus vers le pôle asiatique.
- **Le pôle des Etats Unies d'Amérique et du Mexique** : Les groupes américains délocalisent la production des appareils électroménagers ordinaires au Mexique et gardent aux Etats Unies d'Amérique celle des appareils haut de gamme et ceux de haute technicité.
- **Le pôle de l'Amérique latine** : avec principale localisation le Brésil.
- **Le Reste du Monde** : la particularité de ce pôle est son hétérogénéité. Les entreprises le constituant sont de différentes tailles et activent sur la base de licences attribuées par leurs principaux fournisseurs. Certaines d'entre elles demeurent leader sur leurs marchés domestiques.

En effet, les producteurs visent la demande mondiale et ils sont présents dans plusieurs pays. Le mouvement de délocalisation a pris de l'ampleur ces dernières années et le but étant la réduction des coûts et le rapprochement de la demande. Ainsi :

- ✓ Les entreprises des pays de l'Europe occidentale sont attirées par les bas coûts salariaux de certains pays (Chine, Corée du Sud, Pologne, etc.), mais aussi par la croissance de la demande dans ces derniers. Par exemple, une bonne partie de la production de l'entreprise Electrolux est faite hors pays natale.
- ✓ Les pays asiatiques s'implantent de plus en plus à l'étranger notamment dans les pays européens. Ils sont attirés par le fort pouvoir d'achat des populations et le développement technologique de ces pays. Le meilleur exemple à donner dans ce sens est les FMN chinoises qui investissent par tout dans le monde.
- ✓ Les entreprises américaines sont présentes au Mexique, au Brésil, à la recherche des coûts les plus réduits. En Europe et au Canada notamment pour se rapprocher de la clientèle solvable de ces pays.

# Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers

---

## 2. Les marques leaders des appareils électroménagers

Fabriquer un appareil électroménager, c'est comme une voiture. Il faut assembler un moteur et mettre autour une carcasse de métal et de plastique. Le problème, c'est que le prix de ces matières qui sont utilisées pour la production de ses appareils électroménagers double chaque année. Que ce soit pour un projet d'aménagement ou de rénovation d'une maison, l'achat des appareils électroménagers de cuisine représente le plus gros investissement. Pour s'assurer de la qualité du produit, il est important de bien choisir la marque et de tenir compte de sa fiabilité.

Les marques leaders des appareils électroménagers dans le monde sont :

### 2.1. La marque Midea

Midea est une marque d'électroménager chinoise fondée en 1968 par He Xinagjian. Elle est l'une des plus réputées en Chine, et est également l'un des 5 plus grands fabricants d'électroménager au monde.

En 1968, He Xiangjian lance une petite société de 23 employés dans le domaine des bouchons de bouteilles en plastique avec 5000 yuans (environ 500 euros). En une quarantaine d'années, la société n'a cessé de croître passant du petit atelier local à un conglomérat de nombreuses entreprises. C'est en 1980 que Midea<sup>10</sup> est entré dans le secteur de l'électroménager. Midea a réussi à atteindre un taux de croissance moyen de 60% et 50% dans les années 80 et 90 respectivement.

Depuis l'arrivée du nouveau millénaire, la marque Midea maintient un taux de croissance de 35% par an.

Les produits fabriqués et vendus par la marque Midea comprennent : climatiseur, machine à laver, réfrigérateur, distributeur d'eau, four micro-ondes, lave-vaisselle, cuisinière et plaque électriques, cuisinière et plaques à induction, cave à vin électrique, ventilateur électrique, chauffe-eau électrique, hotte aspirante, aspirateur, armoire de stérilisation, réchaud électrique, four électrique, aspirateur, etc., ainsi que des petits électroménagers comprenant : grille-pain, éclairage, ventilateur, mixeur, cuiseur vapeur, friteuse, etc.

---

<sup>10</sup>Midea group in : [www.companieshistory.com](http://www.companieshistory.com), mise en ligne 2015, consulté le 27/12/2019

# **Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers**

---

## **2.2. La marque Gree Electric**

Gree<sup>11</sup> est une entreprise chinoise spécialisée dans la production d'électroménager et de climatiseurs. Son siège social est situé à Zhuhai dans le Guangdong, fondée en 1991. Les appareils de marque Gree sont largement vendus dans plus de 160 pays et régions.

Gree continuera à diriger le développement technologique de l'industrie internationale de la réfrigération, à créer davantage de technologies de pointe dans les domaines des équipements intelligents, des équipements de communication et des moules. Gree satisfera en permanence les besoins et les désirs des consommateurs du monde entier pour un avenir meilleur et écrira un nouveau chapitre à l'ère de l'intelligence.

Gree est devenue la première entreprise d'appareils électriques cotée en Chine avec un chiffre d'affaires de plus de 100 milliards de yuans (environ 16 milliards USD).

## **2.3. La marque Haier**

Haier<sup>12</sup> est un conglomérat chinois, fondé en 1984, à partir d'une petite entreprise collective de fabrication de réfrigérateurs de Qingdao dans la province du Shandong, au nord-est de la Chine, par le directeur général Zhang Ruimin. Haier est un premier fabricant mondial de réfrigérateurs et de machines à laver et rare marque chinoise à avoir une notoriété internationale. Ses produits phares sont dans l'univers des appareils électroménagers de type blancs: les réfrigérateurs, les conditionneurs d'air, les machines à laver, les congélateurs et les aspirateurs.

Haier produit aussi toute la gamme des équipements nécessaires à la maison, par exemple des Chauffe-eau, lave-vaisselle, gazinières, fours à micro-ondes jusqu'aux cuisines intégrées.

---

<sup>11</sup> Technologie et innovation avec un souffle d'air frais In : <https://greeproducts.fr/>, mise en ligne 2013, consulté 27/12/2019.

<sup>12</sup> Haier en quelque mot. In : [www.haier-europe.com/](http://www.haier-europe.com/), mise en ligne 2007, consulté le 27/12/2019

# **Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers**

---

## **2.4. La marque Whirlpool**

La marque Whirlpool<sup>13</sup> est née en 1911 aux États-Unis et progresse petit à petit dans le monde de l'électroménager tout au long du vingtième siècle.

Depuis les années 2000, le groupe rachète successivement les marques Philips (la partie électroménager uniquement), la marque LADEN, la marque INDESIT, la marque SCHOLTES, et enfin la marque KITCHENAID.

Le fait que le groupe Whirlpool propose plusieurs marques lui permet d'offrir une gamme plus large de produits, à des prix pouvant satisfaire tous les budgets et ainsi séduire un maximum d'acheteurs. La marque Whirlpool offre, quant à elle, une large gamme d'appareils ménagers innovants et de qualité dans les domaines du lavage, du froid, mais aussi de l'équipement de la cuisine encastrable dont elle a fait un axe stratégique.

Aujourd'hui, Whirlpool est une référence dans le domaine de l'électroménager. La marque est en recongne par ses clients pour la qualité de ses produits et justifie sa position de leader mondial. Elle est une marque spécialisée dans le gros électroménager : lave-linge, réfrigérateur, four encastrable, etc. Elle fabrique en effet, une des plus larges gammes du marché situées entre le milieu et le haut de gamme, et sont distribuées dans le monde entier par la plupart des distributeurs.

## **2.5. La marque Electrolux**

Electrolux a été créée en 1919, localisée en Suède<sup>14</sup>. Elle est au premier rang dans le classement des meilleurs fabricants d'appareils électroménagers dans le monde, et vend également beaucoup d'appareils sous différentes marques. Elle est spécialisée dans la production de gros appareils comme les aspirateurs, les machines à laver, les réfrigérateurs, les lave-vaisselles, les climatiseurs, les cuisinières, etc. Elle produit également de nombreux petits appareils.

Electrolux emploie 58 000 personnes dans 22 sites de production en Europe et occupe 28 % du marché mondial des équipements ménagers. Son principal concurrent est

---

<sup>13</sup> Les 15 meilleures marques d'électroménagers. In : [www.electroguide.com](http://www.electroguide.com), mise en ligne 2016, consulté le 28/12/2019

<sup>14</sup> Les meilleures marques d'électroménagers. In : [www.lacocotte.net/](http://www.lacocotte.net/), mise en ligne 2013, consulté le 28/12/2019.

# **Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers**

---

l'Américain Whirlpool. Electrolux produit et distribue aussi des matériels de cuisine et de blanchisserie pour les professionnels.

## **2.6. La marque LG**

Anciennement « Lucky-Goldstar », LG<sup>15</sup> est fondée en 1947 et est à ce jour l'une des plus grandes entreprises sud-coréennes du monde. A l'époque, elle faisait partie des grandes industries chimiques et électroniques de la Corée du Sud. L'électroménager et l'électronique sont maintenant ses marchés de prédilection. Son slogan « Life's good » rappelle l'utilité et l'apport positif qu'ont les produits électroménagers et électroniques dans notre quotidien.

Il s'agit d'une marque de confiance. En effet, présente sur le marché depuis longtemps, les produits ont tous de bonnes fonctionnalités. Dans l'électroménager, l'entreprise fait partie des leaders.

La marque LG fabrique principalement des produits venant de marchés bien différents. Le premier est l'électroménager. Sur ce dernier, l'entreprise vend de nombreuses gammes de produits différents. Les plus connues sont les réfrigérateurs, les aspirateurs et les lave-linges. Dans chacune d'entre elles, la marque fait partie des leaders. Les produits de la marque LG se trouvent au niveau du milieu et haut de gamme et disposent de fonctionnalités à la pointe de la technologie. Au niveau des réfrigérateurs, vous pouvez par exemple trouver des produits haut de gamme. Alors que du côté des téléphones, ces derniers se trouvent généralement dans le milieu de gamme.

Les téléphones mobiles sont encore un marché où LG doit s'affirmer. Avec à son service client performant, LG accompagnent ses clients tout au long de l'utilisation de leur appareil. La garantie de 2 ans apparaît également comme l'un des points forts de la marque.

## **2.7. La marque SEB**

Le groupe SEB est une société française, numéro un mondial dans le domaine du petit électroménager<sup>16</sup>. SEB est le sigle de Société d'emboutissage de Bourgogne. En 2018, le groupe SEB a réalisé un chiffre d'affaires de 6,81 milliards d'euros. Il emploie près de

---

<sup>15</sup> Quelles marques choisir ? In : [www.optare.fr](http://www.optare.fr) mise en ligne 2005, consulté le 29/12/2019.

<sup>16</sup> Que vaut la marque SEB d'électroménager ?, In : [www.electroguide.com/](http://www.electroguide.com/), mise en ligne 2016, consulté le 27/12/2019.

# Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers

33 974 personnes dans 63 pays, en croissance de 4,3 % par rapport à 2017. Le résultat net pour la même année est de 419 millions. SEB lance plus de 250 nouveaux produits par an et emploie quelque 1 300 personnes en innovation incluant notamment des designers.

Le groupe SEB est présent dans plus de 150 pays dans le monde et réalise plus de 44% de ses ventes dans les pays émergents. En 2018, 41% des ventes sont réalisées en Europe occidentale, 24% en Chine, 12% en autres pays EMEA, 10% en Amérique du Nord, 9% en autres pays Asie-Pacifique, et 5% Amérique du Sud. Le groupe SEB dispose de 41 sites industriels dans le monde.

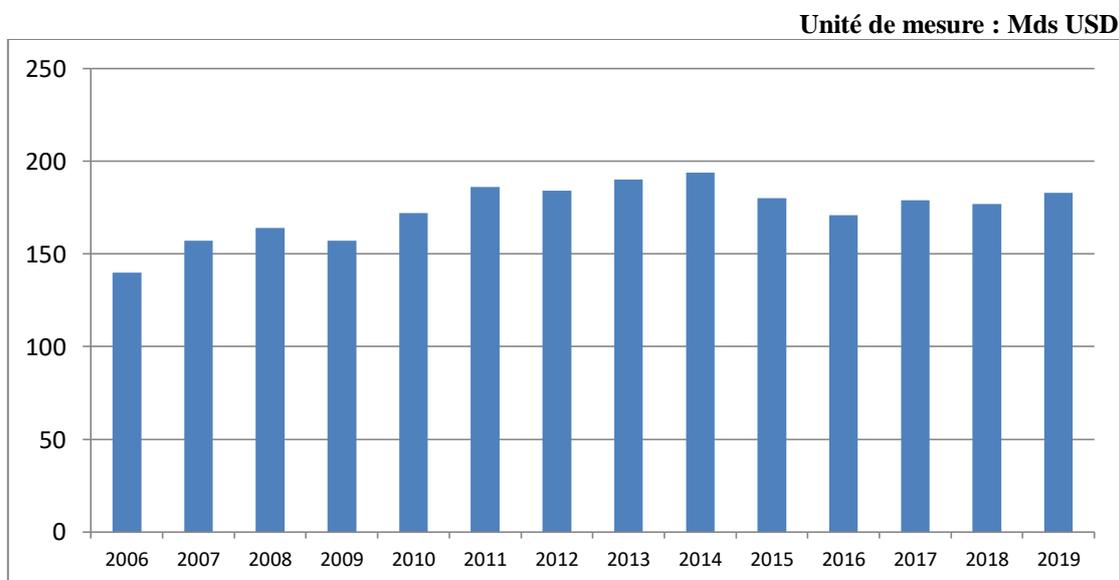
### 3. Les type d'appareils électroménagers les plus vendus dans le monde

Dans ce point, nous allons présenter le volume des ventes des appareils électroménagers au niveau mondial, tenant compte de la classification SCIAN et TIGIE.

#### 3.1. Volume des ventes du gros électroménager au niveau mondial

Le volume des ventes du gros électroménager au niveau mondial sont présentées dans la figure ci-après.

**Figure 01 : Volume des ventes du gros électroménager au niveau mondial (2005- 2019)**



**Source :** statista.com en ligne sur l'adresse URL : <http://www.statista.com/statistics/1040313/technical-consumer-goods-sales-by-category/> et <https://www.statista.com/statistics/461288/major-domestic-appliances-sales-worldwide>, consulté le 26/12/2019.

# Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers

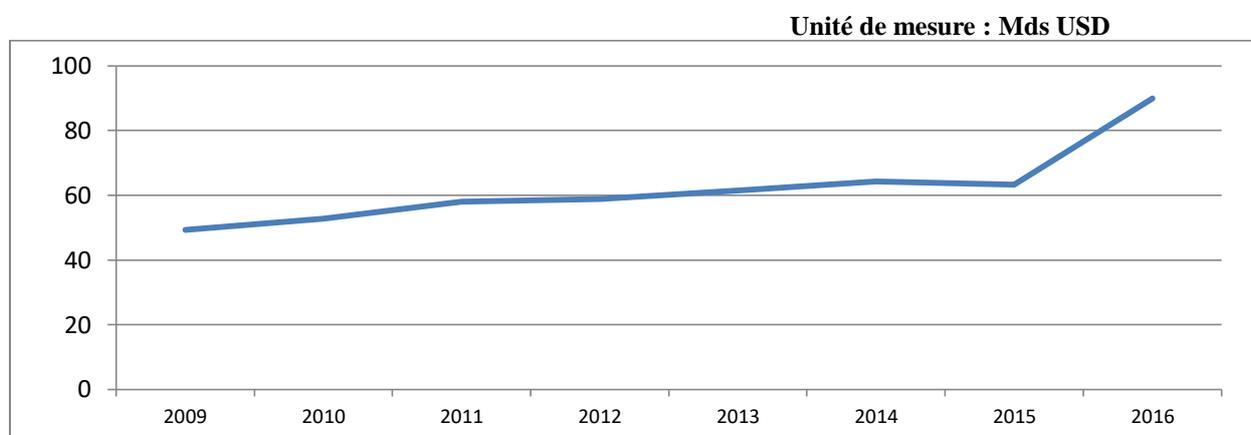
Au niveau mondial, le marché de gros électroménagers est très juteux. Les chiffres sont colossaux. En effet, l'évolution des ventes du gros électroménager entre 2005 et 2019 dépassent dans presque toutes les années les 150 milliards de dollars (Cf. Figure 1).

En effet, le gros électroménager reste le principal segment qui se vend le plus, du fait notamment des appareils indispensables qu'il renferme (réfrigérateur, machine à laver, etc.).

## 3.2. Volume des ventes du petit électroménager au niveau mondial

Le volume des ventes du petit électroménager au niveau mondial se présentent dans la figure 02 ci-dessous.

**Figure 02 : Volume des ventes du petit électroménager au niveau mondial (2009-2016)**



Source: GfK, cité dans [www.Statista.com](http://www.Statista.com), Dossier « Home /Household appliances », En ligne sous l'adresse URL: <https://www.statista.com/study/33751/home-household-appliances-statista-dossier/>.consulté le 26/12/2019

Selon la figure 2, nous remarquons que le petit électroménager ne connaît pas la même fulgurance que les gros électroménagers. Il enregistre deux à trois fois moins de ventes que ce dernier. Toujours dans la figure 02, nous remarquons que les chiffres du petit électroménager ne dépassent pas les 100 milliards de dollars entre 2009 et 2016, contrairement au gros électroménager qui, sur la même période, dépasse les 150 milliards de dollars par année.

Depuis 2013, les ventes du petit électroménager sont passées au-delà des 60 milliards de dollars, et cela tend à augmenter de plus en plus du fait de l'importance et du terrain que gagnent chaque année ce type d'appareils, en raison notamment des diversifications de plus

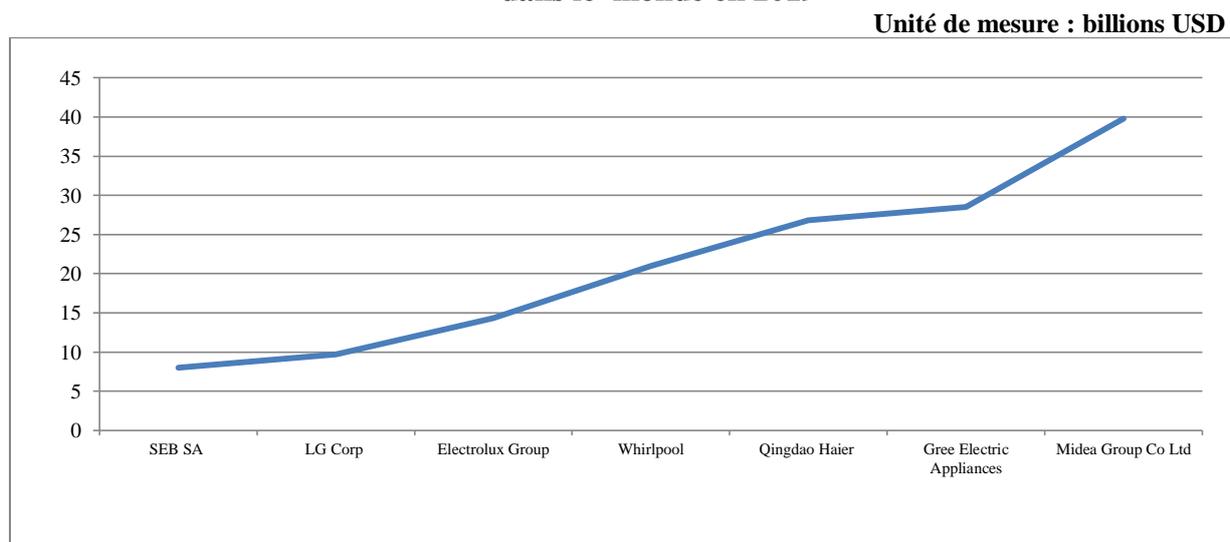
## Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers

en plus innovantes qui sont faites d'année en année, mais aussi de la pénétration de nouveaux marchés dans des régions ayant une économie stable.<sup>17</sup>

### 4. Les entreprises dominantes dans le marché mondial de l'électroménager

Les plus grosses performances en matière de vente dans le marché de l'électroménager en 2019 se présentent dans la figure 03 ci-dessous.

**Figure 03 : Volume des ventes des principales sociétés mondiales d'appareils électroménagers dans le monde en 2019**



Source: <https://www.statista.com/statistics/257968/sales-of-the-leading-household-appliance-companiesworldwide/>. Consulté le 26/12/2019

Il est quasiment sans surprise de trouver parmi les leaders de l'industrie électroménager des chinois. En effet, la représentation en dessus prouve l'excellence et la dominance des entreprises chinoises dans ce secteur. Trois compagnies de ce pays se classent dans le top cinq mondiaux en matière de ventes en 2019.<sup>18</sup>

Nous trouvons l'entreprise Midea Group Co Ltd qui parade en haut de ce classement avec des ventes touchant les 40 milliards de dollars sur une année 2019. Vient ensuite l'entreprise Gree Electric Appliance qui s'octroie la deuxième meilleure place dans ce marché en matière de

<sup>17</sup>Akkoul J. : « Analyse du comportement des consommateurs algériens vis-à-vis des produits locaux : cas des appareils électroménagers », Thèse de doctorat en sciences commerciales, Université de Tizi-Ouzou, 2019.

<sup>18</sup>Akkoul J., Op.Cit, P.84.

## **Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers**

---

ventes sur l'année 2019. Enfin, nous trouvons une autre entreprise chinoise assimilable aux deux précédentes, Qingdao Haier, occupant la troisième place en matière de ventes au niveau mondial sur l'année 2019. Pour ce qui est des entreprises non chinoises et asiatiques, réalisant des chiffres d'affaires non négligeables, nous trouvons l'entreprise américaine Whirlpool avec un volume des ventes de 21 milliards de dollars en 2019. Elle dispose de 59 sites industriels implantés dans le monde et présente le plus grand potentiel de recherche et développement du secteur. L'entreprise suédoise Electrolux arrive en cinquième position avec des ventes totale de 14,3 milliards de dollars, elle essaie de proposer plusieurs gammes dans chaque catégorie. Du milieu de gamme au haut de gamme, son point fort étant le rapport qualité/prix. L'entreprise Sud-Coréenne LG Corp distingue par ses ventes en 2019 et s'est attribuée plus de 9.5 milliards de dollars et y est classé sixième au niveau mondial, et enfin le groupe français SEB SA, numéro un mondial dans le domaine du petit électroménager avec des ventes de 8 milliards de dollars. SEB SA est présent dans plus de 150 pays dans le monde.

### **5. La distribution des appareils électroménagers**

Les appareils électroménagers sont distribués à travers plusieurs canaux<sup>19</sup> :

- **Les Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)** : Elles achètent leurs appareils directement auprès du constructeur.
- **Les Grandes Surfaces Spécialisées (GSS)** : elles constituent le premier circuit de distribution de l'électroménager et de l'électronique grand public. Elles se fournissent directement auprès des groupes. Ainsi, elles ont le poids le plus important auprès des constructeurs, et ont la réputation de "faire le marché".
- **Les grossistes** : C'est celui qui possède un stock d'appareils, il peut donc avoir plusieurs clients. Il s'approvisionne également directement auprès du constructeur. Il peut parfois faire de la vente sans intermédiaires auprès des consommateurs.
- **Les indépendants** : Désormais peu nombreux, les indépendants n'affichent aucune enseigne. Ils peuvent s'approvisionner directement auprès des constructeurs, ou auprès des grossistes.

---

<sup>19</sup>SaidiL. « Le comportement du consommateur face aux marque locales et étrangères de l'électroménager : enquête auprès des consommateurs de la ville de Bejaia », master, université Abderrahmane mira de Bejaia, 2016/2017.

## **Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers**

---

- **L'achat sur internet (le e-commerce) :** Il s'agit généralement de magasins ayant pignon sur rue et désirant développer leur activité. Ces revendeurs peuvent donc être, GSS, GSA, grossistes, adhérer à un groupement d'achat, ou être indépendant.

### **Conclusion**

Au terme de ce chapitre, nous avons constaté que le marché mondial de l'électroménager a suscité un intérêt particulier, en raison des nombreuses opportunités et potentialités qui caractérisent son développement. Ce dernier a toujours connu des périodes de croissance fulgurantes, cela a été renforcé par l'avènement des nouvelles technologies et de l'internet. En effet, la technologie et la connectivité sont devenues aujourd'hui des déterminants incontournables dans l'achat d'appareils électroménagers. Les entreprises de l'électroménager veillent à ce que les appareils qui sortent de leurs usines soient équipés des dernières technologies de pointe, et ce afin de concurrencer les nombreux concurrents qui gravitent autour de ce marché.

L'analyse du marché mondial de l'électroménager a mis en évidence la grandeur de ce marché. Deux principales classifications des appareils électroménagers, à savoir : le GEM et le PEM, avaient été identifiés. La comparaison de volume des ventes réalisées par ces deux types d'appareils au niveau mondial a démontré que les consommateurs achètent beaucoup plus les appareils du GEM que ceux du PEM. Ainsi, durant l'année 2016, les ventes des appareils du GEM avaient fini par dépasser ceux du PEM de 81 milliards de dollars.

Les grandes marques leaders dominantes le marché des ventes des appareils électroménagers sont majoritairement asiatiques. Comme est démontré dans notre analyse, si bien que sur les premières entreprises ayant réalisé le plus important volume des ventes d'appareils électroménagers en 2019, trois d'entre-elles sont chinoises (Midea Group CoLtd, Gree Electric Appliances, et Qingdao Haier).

## **CHAPITRE II**

# **L'INDUSTRIE DE L'ELECTROMENAGER EN ALGERIE**

# L'INDUSTRIE DE L'ELECTROMENAGER EN ALGERIE

### **Introduction :**

Depuis quelques décennies maintenant, le paysage industriel Algérien a connu une métamorphose dans plusieurs secteurs, Le nouvel environnement institutionnel opté par l'Etat a contribué à l'émergence d'une nouvelle configuration. Cette dernière est passée d'une structure monopolistique à une structure qui regroupe un ensemble important d'opérateurs. Pour le secteur de l'électroménager, plusieurs acteurs et entreprises se sont lancés dans la production, le montage et la commercialisation des appareils ménagers.

Depuis ses dernières années, l'Algérie connaît une ascension de son marché de l'électroménager. Cette industrie fait partie des douze filières stratégiques du secteur « industrie » de l'économie Algériennes au côté d'autres industries telles que : l'industrie des textiles et habillement, des liants hydrauliques, de la chimie industrielles pharmaceutique, de l'aéronautique, des technologies avancées, de l'agroalimentaire, des cuirs et produits dérivés, du bois et du meuble, et enfin de la sidérurgie et métallurgie<sup>20</sup>.

Dans ce chapitre, nous avons pour objectif de présenter l'industrie de l'électroménager en Algérie, ça genèse, définition, réglementation, avantages fiscaux ainsi que les types d'entreprise activant dans ce domaine et présenter quelque 'une. Nous allons, par la suite, analyser la dynamique des importations faite aux seins de cette industrie et en fin donner un exemple sur les procédures d'importation.

---

<sup>20</sup>« Secteur de l'industrie ». In : <http://www.andi.dz/index.php/fr/secteur-de-l-industrie> consulté le 20/1/2020

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

---

### I. Présentation de l'industrie de l'électroménager en Algérie

Dans cette section, nous allons présenter la genèse de l'industrie de l'électroménager en Algérie ainsi que sa définition selon la comptabilité algérienne et présenter quelques entreprises activant dans ce domaine.

#### 1. Genèse de l'industrie de l'électroménager en Algérie

La genèse de l'industrie de l'électroménager a débuté en Algérie dans les années 70 avec la création de la société nationale de la fabrication et de montage du matériel électrique (SONLEC)<sup>21</sup>. Elle était l'unique opérateur et était chargée de contrôler d'autres domaines tel que la production du matériel électrique, des composants électroniques, etc.

En 1983, la restructuration organique de la SONELEC a donné naissance à plusieurs autres entreprises publiques telles que L'ENAPAT, PROMOTAL, EDIMAL, ...

Beaucoup de ces entreprises ont disparu aujourd'hui et il ne reste que trois entreprises publiques opérant dans le domaine de l'électroménager, à savoir :

- L'Entreprise National des Industries de l'Electroménager (ENIEM) ;
- La Société Nationale de Réalisation des Industries Connexes (SONARIC) ;
- EST Equipements Professionnels(ESTEP) qui est spécialisée principalement dans l'équipement professionnel (fours pour boulangers par exemples).

Aujourd'hui, le capitale sociale de ces trois entreprises est en totalité détenu par le groupe ELEC EL DJAZAIR ex SGP INDELEC qui est une société par action, créée le 23 février 2015. Suite à la restructuration du secteur public marchand, elle est érigée en  **Holding<sup>22</sup> industriel** , composé de 26 entreprises dont 19 filiales détenues à 100% par l'Etat, 06 entreprises en participation minoritaire et une entreprise en participation majoritaire spécialisées dans la production et la commercialisation de produits électroniques, électrodomestiques, électriques et de télécommunication Doté d'un réseau commercial couvrant une large partie du territoire national<sup>23</sup>, le rôle de ce holding est le développement.

---

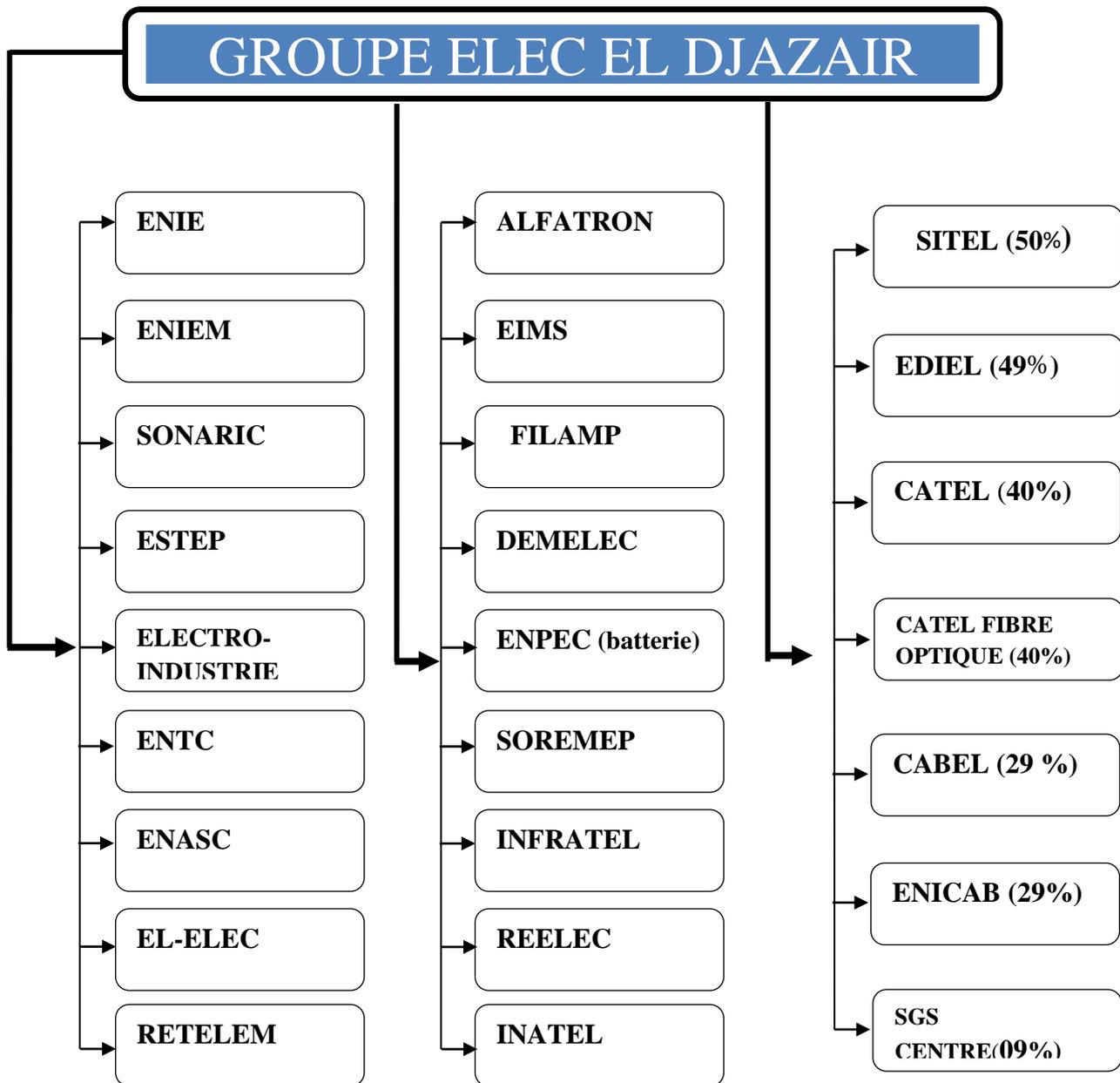
<sup>21</sup>« Algérie industrie, industrie de l'électronique et de l'électroménager, une filière en plein essor ». In : [http://www.industrie.gov.dz/IMG/pdf/REVUE\\_ALGERIE\\_INDUSTRIE\\_V-FR-2.pdf](http://www.industrie.gov.dz/IMG/pdf/REVUE_ALGERIE_INDUSTRIE_V-FR-2.pdf)

<sup>22</sup>Une société holding est par définition, une société dépourvue d'activité industrielle ou commerciale propre, détenant des participations dans d'autres sociétés en un nombre suffisamment important, pour pouvoir se réserver le droit d'exercer un contrôle politique sur elles.

<sup>23</sup> « Le holding ELEC EL DJAZAIR, au service du développement national ». In : <http://elec.dz.com/> consulté le 15/02/2020

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

Shéma n° 01 : Les filiales détenues par le groupe ELEC EL DJAZAIR



Source : <http://www.industrie.gov.dz/>

### 2. Définition de l'électroménager en Algérie

Dans la comptabilité nationale algérienne, l'industrie de l'électroménager concerne la fabrication des appareils domestiques suivants :

- ✓ Les réfrigérateurs, congélateurs, conservateurs, les machines à laver et à sécher le linge, les machines à laver la vaisselle;

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

---

- ✓ Les appareils de cuisson électriques et à gaz : fours à micro-ondes, cuisinières, tables de cuisson, grilles pain, etc.;
- ✓ Chauffe-eau électrique et à gaz, appareils électriques et à gaz pour le chauffage, ventilateurs, etc.;
- ✓ Les appareils électriques d'hygiène et besoin.

### 3. Réglementation algérienne spécifique à l'industrie de l'électroménager

Toute industrie peut faire l'objet d'une réglementation spécifique et qui peut influencer son fonctionnement. Pour l'industrie de l'électroménager en Algérie, nous pouvons citer notamment la loi sur la classification énergétiques des appareils et les lois rentrant dans le cadre de la protection de l'environnement.

#### 3.1 . La loi sur la classification énergétique des appareils électroménagers

Les appareils à usage domestique et fonctionnant à l'énergie électrique, notamment les réfrigérateurs, congélateurs, climatiseurs et lampes domestiques, sont classés selon leur efficacité énergétique. Les indicateurs de classement sont définis par la loi.<sup>24</sup>

Aussi, ces appareils ne peuvent être proposés à la vente, à la location ou à la location-vente tant qu'ils ne sont pas munis d'une étiquette indiquant leur consommation en énergie et d'une fiche précisant les informations portées sur l'étiquette. Les producteurs ou toute personne proposant au consommateur ces appareils sont soumis au contrôle visant à s'assurer de la réalité des consommations annoncées. Cette réglementation vise la réduction de la consommation de l'énergie, surtout que les ménages par leur utilisation des équipements ménagers en sont les premiers consommateurs.

#### 3.2 . L'interdiction de l'utilisation de substances appauvrissant la couche d'ozone

Dans le domaine de l'électroménager, c'est le CFC (Chloro Fluoro Carbone) utilisé dans la fabrication des appareils de réfrigération et de conditionnement de l'air qui est concerné par l'interdiction et qui touche :

- ✓ l'utilisation de cette substance pour la fabrication des produits ;

---

<sup>24</sup>Arrêté interministériel du 29 novembre 2008 définissant la classification d'efficacité énergétique des appareils à usage domestique in : [www.energy.gov.dz](http://www.energy.gov.dz)

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

---

- ✓ la construction d'installations destinées à la production du CFC ;
- ✓ la production, l'importation et l'exportation des produits fonctionnant à base du CFC
- ✓ l'importation et l'exportation des équipements industriels destinés à la Fabrication du CFC.

#### 4. Avantages fiscaux accordés aux importateurs d'appareils électroménagers : une politique d'incitation à l'intégration

Selon le ministère de l'industrie, les avantages fiscaux accordés par les pouvoirs publics aux importateurs d'appareils électroménagers sont résumés dans les points suivants :

- ✓ Une collection dite CKD, destinée aux industries d'assemblage (intrants unitaires et matières premières) : taux à 5% basé sur la valeur facturée du produit importé ;
- ✓ Une collection dite SKD destinée aux industriels de montage : taux à 15% basé sur la valeur facturée du produit importé ;
- ✓ Une importation de produits finis (assemblés et montés) : taux à 30% basé sur la valeur facturée du produit importé +DAP »<sup>25</sup>.

Ces dispositions ont permis à des importateurs privés du secteur de l'électroménager de faire entrer des appareils ménagers semi-finis et totalement montés (finis) avec une moyenne de 1,2 milliards de dollars/an. Un montant qui a amené le Ministère de l'Industrie et des Mines, en 2019, à limiter l'importation de collections destinées aux industries de montage et aux collections dites CKD qu'aux composants essentiels du produit, en intégrant la sous-traitance et en déterminant la durée pour bénéficier des différentes mesures incitatives. La politique de limitation des importations doit cibler les produits dont les importateurs n'ont pas réalisé des taux d'intégration conséquents.<sup>26</sup> Ainsi, annoncer un nouveau cahier de charge en régulant le montage dans l'industrie de l'électroménager et devant être soumis incessamment au gouvernement pour examen, obligera les opérateurs de la filière d'atteindre un taux

---

<sup>25</sup>MIR, 2003, cité dans AIMEL et EDPme, 2004, p.30.

<sup>26</sup> La rédaction : « Pour encadrer l'industrie de l'électroménager en Algérie / Un nouveau décret et un cahier des charges sont en cours de finalisation » in. <http://transactiondalgerie.com/index.php/actualite/10682-pour-encadrer-l-industrie-de-l-electromenager-en-algerie-un-nouveau-decret-et-un-cahier-des-charges-sont-en-cours-de-finalisation>

## **Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie**

---

d'intégration de 20%<sup>27</sup>. La politique de limitation des importations doit cibler les produits dont les importateurs n'ont pas réalisé des taux d'intégration conséquents.<sup>28</sup>

### **5. Types d'entreprises activant dans l'électroménager en Algérie**

En Algérie, trois grandes spécificités caractérisent principalement les entreprises qui activent sur le marché de l'électroménager<sup>29</sup> :

- nous avons des entreprises de production industrielle ;
- puis des entreprises chargées de l'installation des appareils ménagers ;
- et, enfin nous trouvons des entreprises de montage
- 

Dans ce point, nous allons présenter ces trois types d'entreprises qui activent sur le marché de l'électroménager en Algérie.

#### **5.1 Entreprises de production d'appareils électroménagers**

Les entreprises de production industrielle d'appareils électroménagers sont chargées de mettre en œuvre la conception du produit jusqu'à sa vente auprès des consommateurs, Leur particularité est que le taux d'intégration<sup>30</sup> des activités de fabrication est important et le degré de transformation que subissent les matières premières et composants du produit au niveau des ateliers de fabrication de l'usine est aussi important.

#### **5.2 Entreprises d'installation d'appareils électroménagers**

Les entreprises d'installation d'appareils électroménagers sont un des maillons du marché de l'électroménager puisqu'elles interviennent pour soutenir et accompagner les consommateurs

---

<sup>27</sup>La rédaction : « industrie/électroménager: un taux d'intégration de 20% dès la 3<sup>e</sup> année » in :<https://www.algerie-eco.com/2019/10/17/industrie-electromenager-taux-dintegration-20-3e-annee/>, consulté le 15/08/2020

<sup>28</sup>La rédaction : « Pour encadrer l'industrie de l'électroménager en Algérie / Un nouveau décret et un cahier des charges sont en cours de finalisation » in. <http://transactiondalgerie.com/index.php/actualite/10682-pour-encadrer-l-industrie-de-l-electromenager-en-algerie-un-nouveau-decret-et-un-cahier-des-charges-sont-en-cours-de-finalisation>

<sup>29</sup>Akkoul.J : « Analyse du comportement des consommateurs Algériens vis-à-vis des produits locaux : cas des produits électroménagers », Thèse doctorat en sciences Commerciales, UMMTO 2019.

<sup>30</sup>Le concept d'intégration renvoie au degré de transformation que subissent les composants du produit au niveau de l'usine de l'entreprise. L'intégration locale signifie que les composants du produit sont fabriqués localement soit par l'entreprise (intégration directe), soit par la sous-traitante (intégration indirecte).

## **Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie**

---

dans la mise en fonction de leurs appareils ménagers et les aide à se prévenir d'éventuels problèmes de sécurité, tout en fabriquant des outils et accessoires pour les appareils ménagers.

### **5.3 Entreprises de montage d'appareils électroménagers**

Les entreprises de montage d'appareils électroménagers travaillent souvent en partenariat industriel avec des entreprises étrangères. Elles sont dotées de produits CKD<sup>31</sup> et SKD<sup>32</sup> nécessitant seulement des tâches d'assemblage et de montage industriel, sans aucun taux d'intégration. Ces entreprises assurent la commercialisation des produits de ces sociétés.

### **6. Présentation de quelque entreprise de l'électroménager en Algérie**

Le marché algérien de l'électroménager compte trois entreprises publiques et plusieurs entreprises privées. Les entreprises publiques sont : l'Entreprise National des Industries de l'Electroménager (ENIEM) ; la Société Nationale de Réalisation des Industries Connexes (SONARIC) ; et, EST Equipements Professionnels(ESTEP).

Cependant, il ya lieu de citer que ces entreprises malgré leur taille qui demeure importante et leurs mission stratégique de fabrication, elles incluent dans leurs processus de fabrication aussi bien les produits semi-finis destinés à l'industrie de montage (collections dites CKD et les collections dites SKD), qui représente un taux de valeur ajoutée très réduit (réfrigérateurs no-Frost, climatiseurs).

Les entreprises privées de l'électroménager peuvent être représentées par Condor Electronics, Brandt Algérie Spa, Cristor, Samha (Samsung Home Appliance), Iris Sat et autres.

---

<sup>31</sup> Il s'agit d'une abréviation de CompletelyKnocked Down et signifie le système "d'assemblage à partir de pièces complètement démontées".

<sup>32</sup> C'est une abréviation ou une phrase pour Semi Knocked Down, et cela signifie le système d'installation de pièces à moitié démontées, ce qui signifie que le pourcentage de désintégration est inférieur au système (ckd).

## **Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie**

---

### **6.1. Entreprise Nationale des Industries de l'Electroménager (ENIEM)**

L'entreprise Nationale des Industries de l'Électroménager (ENIEM) a été créée en janvier 1983. Elle est en effet, issue de la restructuration de l'ex-société nationale de fabrication et du montage du matériel électrique et électronique SONELEC existante en Algérie depuis 1974.

Érigée en société par actions en octobre 1989, elle a pour principale mission d'assurer la production, le montage, le développement et la recherche dans le domaine de l'électroménager. L'ENIEM a une gamme de produits très large. Elle produit tous types de réfrigérateurs, des congélateurs, des cuisinières et des climatiseurs, des appareils de cuisson, de lavage, ainsi que les lampes à incandescence. Elle a aussi une autre activité qui consiste dans le montage du petit appareil électroménager domestique : robots de cuisine, moulins à café, hachoirs, mixeurs, sèche-cheveux, etc.

### **6.2. Société Nationale de Réalisation des Industries de l'Electroménager (SONARIC)**

La Société Nationale de Réalisation & Gestion des Industries Connexes SONARIC est une SPA qui fabrique et commercialise des produits électroménagers. Sa gamme de produit comprend notamment des cuisinières, des climatiseurs et des appareils de chauffage. Son chiffre d'affaires s'est maintenu autour de 800 MDA entre 2005 et 2010. Elle dispose de deux usines principales, l'une à Ferdjioua (Mila) pour la fabrication d'appareils de chauffage, l'autre à Si Mustapha (Boumerdes) pour la fabrication de cuisinières.

Les principaux métiers de la société sont : la transformation métallique, le traitement et le revêtement de surfaces, la plasturgie et l'isolation thermique. Les produits SONARIC sont reconnus pour leur qualité car fabriqués à partir de matériaux et de composants répondant aux normes CE. Le contrôle de qualité est assuré à tous les stades du cycle de production.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'investissement, Direction Générale de l'Intelligence Economique, des Etudes et de la Prospective, bulletin de vie. In : <http://www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/Bulletin-N25.pdf> consulté le 15/05/2020

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

---

### 6.3. EST Equipements Professionnel

Les principales activités de l'ESTEP sont la production et la commercialisation d'équipements de boulangerie, de pâtisserie, de grande cuisine ainsi que le Froid commercial et industriel.

Au niveau de l'usine d'Annaba et à partir de kits à plat, l'ESTEP produit :

- ✓ des équipements de boulangerie dont le four et l'ensemble de ses accessoires (pétrin, façonneuse, diviseuse, etc.) ;
- ✓ des équipements d'entrepôts frigorifiques.

Au niveau de l'Usine de Tébessa, l'ESTEP produit :

- ✓ des machines à café.
- ✓ des équipements frigorifiques (vitrines réfrigérées, présentoirs, chambres froides...)
- ✓ des équipements des grandes cuisines.

### 6.4. Condor Electronics

Condor Electronics est une des entreprises constituant le groupe Benhamadi, groupe qui s'est affirmé sur la scène économique nationale. Le groupe est le résultat des mutations d'une entreprise familiale créée par Mohamad Tahar Benhamadi.

L'entreprise familiale fut créée sous l'autorité coloniale, durant les années 1950. Elle opérait dans le commerce des produits alimentaires et le transport. A l'indépendance, l'entreprise s'est confronté à plusieurs difficultés, causées par la pénurie des produits, ce qui l'a poussé à s'orienter vers le commerce des matériaux de construction.

A partir de 1997, l'entreprise s'est lancée dans l'électroménager et l'électronique grand public. En premier lieu, elle était une entreprise d'importation et de distribution, puis elle a mis en place des unités d'assemblage et de production. Aujourd'hui, le groupe Benhamadi est constitué de dix entreprises, présentes sur des différents secteurs d'activité.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup>Rechman.L : « Partenariat industriel et transfert de technologie : Cas de l'entreprise Condor Electronics » mémoire de Magister, Sciences économiques, UMMTO, 2015 p. 165.

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

---

### 6.5 Brandt Algérie SPA

Brandt Algérie est une entreprise au statut juridique SPA. Elle est créée en avril 2014 avec un capital de 100000000 dz. Sa direction générale se trouve à Alger, la capitale d'Algérie<sup>35</sup>.

La Spa Brandt Algérie est la filiale de Cevital chargée de gérer les activités de l'entreprise mère en Algérie. Ce qui caractérise aujourd'hui l'entreprise acquise par l'industriel algérien, c'est entre autres, la possession de quatre marques connus mondialement à savoir : DeDietrich, Brandt, Sauter et Vedette.

Le groupe algérien a lancé dès 2015 une grande usine dans la wilaya de Sétif pour la production d'appareils ménagers sous cette marque.

### 6.6 SAMHA (Samsung home Appliances)

Lancé en 2006, SAMHA Home Appliance<sup>36</sup>, est un représentant officiel et exclusif de la marque SAMSUNG ELECTRONICS sur les produits électroménagers en Algérie. Elle avait lancé un complexe de fabrication d'appareils électroménagers et audiovisuels en 2009 à Sétif, où elle emploie plus de 1800 travailleurs.

SAMHA a pour objectif de conquérir le marché national de l'électroménager. Son objectif est d'être notamment un leader et de couvrir une gamme de produits constituée, entre autres, de réfrigérateurs, climatiseurs, lave-linge, etc.

### 6.7 IRIS SAT

L'entreprise algérienne IRIS a été fondée en 2004<sup>37</sup>, spécialisée dans la fabrication des produits électroniques, électroménagers et téléphonies. Plus près de quinze ans, IRIS est devenue le précurseur dans l'industrie de l'électronique et de l'électroménager grand public.

---

<sup>35</sup>SPA Brandt Algérie. In : <https://www.dzentreprise.net/annuaire-professionnel/spa-brandt-algerie/> consulté le 12/04/2020

<sup>36</sup><https://www.depechedekabylie.com/> consulté le 08/01/2020

<sup>37</sup>Maghrebemergent.info consulté le 08/01/2020

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

---

Le pôle industriel que IRIS a bâti se classe le premier en Algérie et le troisième en Afrique. IRIS a diversifié ses activités et élargi son portefeuille, en passant par l'électro domestique au complexe électronique, arrivant jusqu'au complexe pneumatique.

### 6.8 Continental

Créé en 1965, Continental<sup>38</sup> a démarré dans l'activité de la fabrication en CKD téléviseurs noir et blanc. Elle est créée en Algérie depuis 1998 et implantée dans la zone industrielle El AmiretteBaraki (environs d'Alger), sur une superficie de 8000 m<sup>2</sup>. Continental a connu un important développement par l'acquisition d'une nouvelle chaîne d'assemblage de haute technologie composée de trois étages. Par cette acquisition, Continental vise à acquérir des parts du marché très importantes. Dans le cadre social, l'entreprise prévoit la création de 400 emplois à moyen terme. Sur le plan financier, pour une meilleure **garantie offerte dans ses** relations avec les tiers, il a été décidé une nouvelle augmentation du capital. Pour assurer une meilleure prestation de ses produits à sa clientèle, Continental a mis en place réseau de 420 distributeurs agréés répartis sur tout le territoire national.

### 6.9 Cristor

Cristo existe depuis 1998<sup>39</sup>. Bien qu'elle possède une production variée incluant le gros électroménager, Cristor est connue pour la production de récepteurs satellite. Elle dispose de quatre sites de production dont un pour les réfrigérateurs, d'une capacité de 800 000 appareils par an.

## II. Analyse de la dynamique des importations des produits électroménagers en Algérie

Les importations jouent un rôle important dans le développement de la consommation des produits électroménagers en Algérie. D'une part, ces produits sont importés en l'état et mis directement à la disposition du consommateur, d'autre part, les matières premières et les différents composants utilisés dans l'industrie sont assurés en majorité par le biais de l'importation.

---

<sup>38</sup><https://www.continental-dz.com/> consulté le 08/01/2020.

<sup>39</sup><https://b.way95.com/detail1030543123.html> consulté le 08/01/2020

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

Dans cette section, nous allons présenter les importations des appareils électroménagers en produits finis, en produits de collection destinées aux industries de montage et en produits de collection dits CKD et ce pour la période 2004-2008

### 1. Les importations globales des produits électroménagers en Algérie

Les importations représentées dans le tableau ci-dessous (Cf. Tableau n°01) sont globales car elles incluent aussi bien les produits finis que les produits semi-finis et les matières premières destinées à l'industrie (collections dites CKD et les collections dites SKD).

**Tableau n° 01** : Evolution des importations globales de quelques produits électroménagers

Valeur : USD

	Appareils de réfrigération	%*	Appareils de conditionnement de l'air	%	Appareils de cuisson et de chauffage	%	Machines à laver le linge	%
2004	91 739 110	/	82 053 895	/	26 963 290	/	14 636 417	/
2005	108 024 899	<b>+17.7</b>	82 203 912	<b>+0.18</b>	34 326 047	<b>+27.3</b>	16 527 561	<b>+12.9</b>
2006	83 417 890	<b>-22.7</b>	84 004 549	<b>+02.2</b>	29 997 419	<b>-12.6</b>	20 399 670	<b>+23.4</b>
2007	97 564 717	<b>+16.9</b>	82 800 741	<b>-01.4</b>	31 367 390	<b>+04.6</b>	32 064 313	<b>+57.2</b>
2008	142 125 440	<b>+45.7</b>	125 859 535	<b>+52.0</b>	37 896 247	<b>+20.8</b>	49 338 013	<b>+35.0</b>

**Source** : Source : CNIS, 2009. In : Bechekeur, S. 2012. Analyse du rôle des ressources et compétences dans le développement d'un nouveau produit (Cas de l'ENIEM). Mémoire de Magister, UMMTO E p. 138.

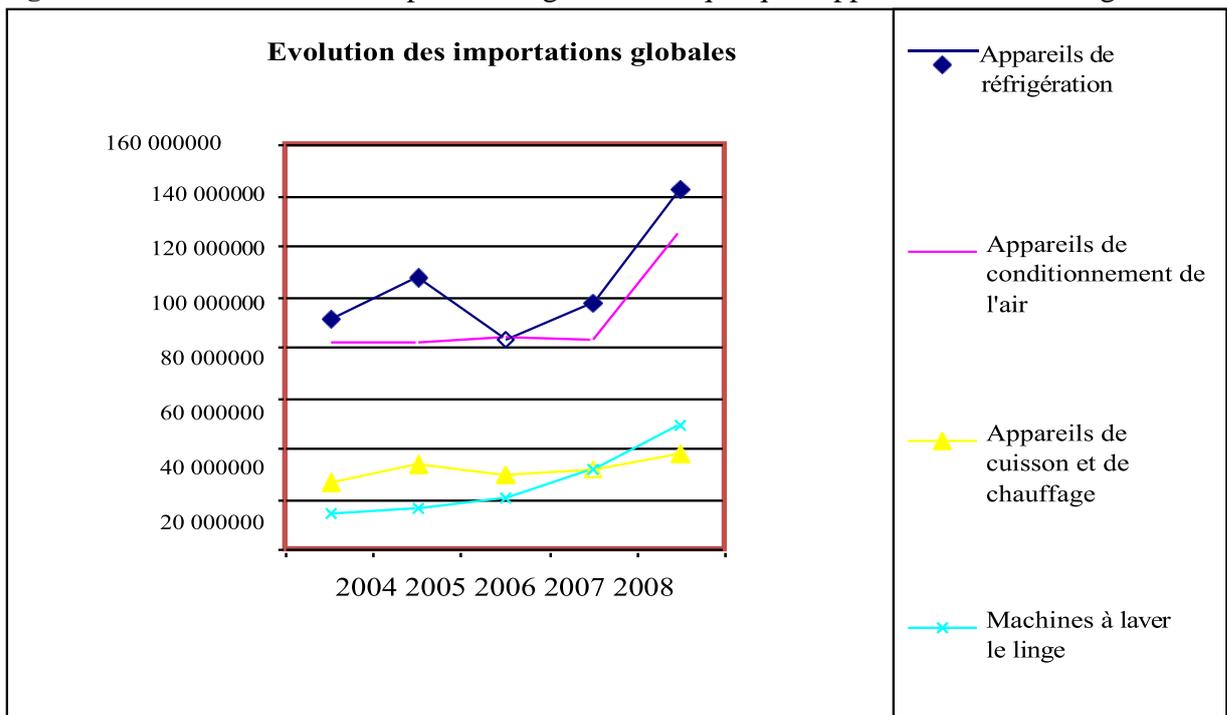
En effet, des données du tableau n°01, nous constatons que l'évolution des importations diffère en fonction du produit considéré :

- Pour les appareils de conditionnement de l'air et les machines à laver, la croissance des importations est positive pour toutes les années, sauf pour l'année 2007 où les importations des appareils de conditionnement de l'air avaient enregistré une faible baisse de 1,4%. Ceci peut s'expliquer par les taux d'équipement qui sont relativement faibles pour ces produits, ce qui joue en faveur de la croissance du marché.
- Pour les appareils de réfrigération, les appareils de cuisson et les appareils de chauffage la croissance des importations est positive entre 2004 et 2005, les taux sont successivement

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

17,7% et 27,3%. Ceci peut s'expliquer par l'augmentation du nombre d'opérateurs durant l'année 2005. Les importations ont diminué en 2006, mais elles ont renoué avec la croissance en 2007 et 2008 en enregistrant des taux considérables : 45,7% pour les appareils de réfrigération et 20,8% pour les appareils de cuisson et de chauffage. Il faut noter que les importations concernant les appareils de réfrigération sont les plus élevées pour toutes les années suivies des appareils de cuisson et de chauffage bien que les taux d'équipement pour ces produits sont relativement les plus élevés. Ceci s'explique par l'existence d'un marché important de renouvellement.

Figure n° 04 : Evolution des importations globales de quelques appareils électroménagers



Source : Elaborée à partir du tableau n°01.

### 2. Les importations de produits finis, de produits de collection destinées aux industries de montage et de produits de collection dits CKD

Nous allons prendre l'exemple de réfrigérateurs de type ménager pour illustrer la différence entre l'évolution des importations des produits finis et celle des collections dites CKD. Ces dernières incluent les matières premières et composants destinés à la production d'appareils électroménagers ainsi que des collections destinées aux industries de montage, incluant les parties des produits destinées à être montées directement au niveau local.

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

Tableau n° 02 : Evolution des importations des réfrigérateurs de type ménager.

Valeur : USD

Années	Produits finis	Collections CKD	Collections destinées aux industries de montage (SKD)
2004	1 315 647	45 038 397	984 645
2005	4 228 522	59 438 904	429 690
2006	*	*	*
2007	4 355 858	20 585 274	*
2008	7 796 841	27 776 485	109 115

Source : Dahmoune.F, op.cit., p 83

\* : Données non disponibles.

Nous constatons que les niveaux de répartition des importations se concentrent en majorité sur les produits de la collection dites CKD. Arrive ensuite en second lieu les produits finis, et enfin en dernière position les collections dites SKD. La valeur importée des produits électroménagers finis progresse mais à des niveaux moins importants que les importations sous la collection dites CKD.

Durant l'année 2008, par exemple, les produits finis ont représenté 21,85% des importations globales, celui des collections dites SKD atteignaient 0,31%, alors que les collections dites CKD 77,84%. Ce constat admet que les importateurs Algériens privilégient les importations de produits complètement assemblées, ce qui diminue leurs coûts de productions et tend à offrir de grandes quantités de produits sur le marché national.<sup>40</sup>

### 3. Procédures d'une opération d'importation au sein d'une entreprise d'électroménager

Dans ce point, nous allons essayer de vous présenter un exemple d'une procédure d'importation spécifique dans une entreprise d'électroménager (ENIEM), au niveau de l'Unité Froid, de la fonction d'achat jusqu'à la réception de la marchandise. La procédure susdite définit en effet, les règles et dispositions à respecter pour tout acte d'achat au niveau de cette entreprise, et délimite les responsabilités de chaque intervenant. Cela s'applique à tous les

<sup>40</sup> Akoul.J. Op.cit. p 110.

## **Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie**

---

entrants nécessaires à la fabrication des produits et au fonctionnement de l'entreprise. Il s'agit notamment des :

- ✓ Matières premières et auxiliaires ;
- ✓ Collections CKD et SKD (produits décortiqués destinés pour le montage et assemblages) ;
- ✓ Outillage et pièces de rechanges.

Les étapes d'une opération d'importation au niveau de l'entreprise ENIEM sont les suivantes :

### ➤ **Programme Général d'Approvisionnement (PGA)**

La direction générale établit chaque année un programme qui comporte les éléments suivants :

- ✓ La liste des différents produits ;
- ✓ Le nombre d'appareils à réaliser de chaque modèle et cela afin de déterminer le besoin net ou bien la demande d'achat interne DAI après avoir ajouté la SAV et déduire l'état des stocks.

### ➤ **Expression des besoins**

Le besoin est exprimé par un service d'utilisation. La fonction achat doit mettre en œuvre des modalités de collecte et de passage des besoins aux spécifications et ces besoins sont exprimés sous forme d'une DAI.

### ➤ **La Consultation**

C'est de consulter au moins trois (03) fournisseurs, donc une fois que le service achat reçoit la DAI, il lance des consultations auprès des fournisseurs.

### ➤ **La réception des offres**

Après la réception des offres, les fournisseurs envoient leur offre à la direction de l'unité sous des plis fermés.

## Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie

---

### ➤ Commission d'ouverture des plis

La commission d'ouverture des plis a pour fonction de :

- ✓ Constaté la régularité et l'enregistrement des offres sur un registre ad hoc ;
- ✓ Dresser la liste des soumissionnaires dans l'ordre d'arrivée des plis de leurs offres avec l'indication du contenu ;
- ✓ Dresser une description détaillée des pièces constitutives de chaque offre ;
- ✓ Préparer tous les documents des plis ouverts et dresser un PV à la commission d'évaluation des offres si le montant est supérieur à 40 millions DA. Quand il est inférieur, le service achat établit un bon de commande qui est signé par le chef de département. Dans le cas où le service réceptionne une seule offre, il va consulter une autre fois d'autres fournisseurs (cas infructueuse).

### ➤ Commission d'évaluation des offres

La qualification des membres de la commission d'évaluation des offres sont choisis en raison de leurs compétences. Cette commission doit être composée au moins de :

- ✓ Un représentant de contrôle de gestion ;
- ✓ Un représentant technique ;
- ✓ Un représentant financier ;
- ✓ Un représentant commercial.

La commission d'évaluation des offres a pour fonction :

- ✓ L'élimination des offres non conformes à l'objet du marché et au contenu du cahier des charges ;
- ✓ L'analyse de l'une ou des offres restantes le cas échéant ;
- ✓ L'établissement, dans une première phase, du classement technique des offres et l'élimination des offres qui n'ont pas obtenu la note minimale si prévue au cahier des charges ;
- ✓ L'analyse, dans une deuxième phase, les offres financières pré qualifiées techniquement pour retenir l'offre économique la plus avantageuse et établir un tableau comparatif des offres ;
- ✓ De dresser enfin, un PV à la commission des marchés (CMU).

## **Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie**

---

### ➤ **Commission des marchés**

La commission des marchés a pour mission de :

- ✓ Valider les cahiers des charges ;
- ✓ Donner son visa (ok) pour tous les marchés (dont les montants supérieurs à 500000DA et inférieurs à 400000DA).
- ✓ Dresser un PV au service achat pour établir un bon de commande (BC) au fournisseur choisi.

Dans cette commission, ils sont examinés les marchés selon les seuils minimums suivants :

- ✓ Si, inférieur à 40MDA, les marchés sont examinés par la commission des marchés de l'unité (CMU).
- ✓ Si supérieur ou égale à 40MDA, ils sont examinés par la commission centrale des marchés de la direction générale (CCM).

### ➤ **La gestion de la commande**

Après l'aval de la commission des marchés, l'acheteur établit un bon de commande (BC) et le bon doit être signé par:

- ✓ le Responsable Commercial si le montant est inférieur ou égal à 6 millions DA
- ✓ le Directeur de l'unité si le montant est supérieur à 6 millions DA et inférieur à 20 millions DA.
- ✓ le Directeur industriel si le montant est supérieur à 20 millions DA et inférieur à 40 millions DA.
- ✓ le Président Directeur Général industriel si le montant est supérieur à 40 millions DA.

Par la suite, pour la confirmation de la commande, il est exigé le pli cartable qui accompagne la marchandise après l'expédition. La dernière étape dans la gestion de la commande est la passation de la commande.

### ➤ **Domiciliation bancaire**

L'acheteur transmet la facture pro forma à sa banque, selon le mode de paiement pour une domiciliation bancaire.

## **Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie**

---

### **✓ La demande d'ouverture d'un crédit**

Dès que la banque extérieure (BEA) reçoit la facture pro forma domiciliée et la demande d'ouverture de crédit, la banque s'engage de payer le montant indiqué sur la facture pro forma pour le compte du fournisseur.

### **✓ L'expédition de la marchandise**

Avant l'embarquement de la marchandise, le fournisseur avise l'acheteur par un avis d'expédition qui comporte toutes les informations nécessaires pour que l'acheteur procède à l'assurance des marchandises. (Une fois que les documents originaux d'expéditions seront envoyés par le canal bancaire, la banque (BEA) saisie directement l'acheteur.

### **➤ L'assurance de la marchandise**

A la réception de l'avis d'embarquement, l'acheteur établit et transmet à la Société Nationale d'assurance (SAA) un avis d'aliment qui comporte toutes les informations nécessaires.

### **➤ Le dédouanement de la marchandise**

Une fois que les documents sont arrivés à la banque, cette dernière saisit par un IRD les documents. Le chargé des relations bancaires récupère les documents et les transmet au transitaire qui détermine les droits de douanes et procède au dédouanement de la marchandise pour la mise en consommation.

### **➤ La réception des marchandises**

Avant l'utilisation des marchandises, la gestion des stocks procède au contrôle des marchandises pour établir un bulletin de réception. Elle procède aussi au contrôle des marchandises quantitativement, et le service contrôle qualité inspectera les marchandises qui doivent être conformes à la fiche technique de l'acheteur.

### **➤ Le stockage de la marchandise**

## **Chapitre II: L'industrie de l'électroménager en Algérie**

---

Après la transmission du bulletin de réception à la structure commerciale (service achat), celle-ci procèdera à l'enlèvement et l'enregistrement de la marchandise pour stockage sur les fichiers casiers et à la signature de bulletin de la réception.

### **➤ Le paiement**

Après confirmation par le service gestion des stocks de la quantité et de la qualité de marchandise reçue, le service achat envoie une demande de remise au service finance et comptabilité pour le paiement de la remise portant le montant de la valeur de la marchandise achetée.

Après la vérification de la marchandise par la gestion des stocks et l'agent technique, le gestionnaire magasin emmagasine la marchandise et remplit les fiches casiers et la signature du bulletin de réception (BR).

### **Conclusion**

Le secteur de l'électroménager algérien connaît actuellement un sursaut de croissance important. Le nombre d'entreprises présentes dans ce secteur atteignent aujourd'hui un nombre considérable. De plus, de nombreuses entreprises étrangères ont également pénétré ce marché à travers des partenariats élaborés avec quelques entreprises algériennes.

L'importation des produits finis a connu une croissance continue. Ceci peut s'expliquer par l'arrivée sur le marché algérien de marques étrangères qui optent uniquement pour la présence commerciale.

La dépendance aux importations demeure cependant importante. Ces importations continuent en effet d'enregistrer des taux de croissance importants notamment pour les collections dites CKD.

# **CONCLUSION GENERALE**

## Conclusion générale

A travers notre travail, nous avons présenté le paysage de l'électroménager au niveau mondial et en Algérie.

Il ressort du premier chapitre que le secteur de l'électroménager, avant qu'il soit ce qu'il est aujourd'hui, il a dû passer par quatre grandes étapes :

- **La pré-industrialisation du secteur** : caractérisée par la dominance des compagnes et l'essor de la vente par correspondance des objets domestiques.
- **La phase de mise en place du secteur** : caractérisée par une intense activité de recherche et d'innovation grâce à la diffusion des connaissances scientifiques du XIXe siècle et leur application à l'industrie.
- **La phase de consommation de masse des appareils électroménagers** : caractérisée par le plein épanouissement de la production et de la consommation de l'électricité ainsi que celle du gaz, énergies indispensables à toute expansion de l'équipement ménager.
- **La phase de la nouvelle révolution technologique** : est caractérisée par la restructuration de la production (réduction des effectifs, redéfinition des produits, etc.) car les entreprises trouvaient des difficultés à écouler leurs appareils

Aujourd'hui le secteur de l'électroménager est en pleine recrudescence au niveau mondial et connaît, d'année en année, des innovations majeures. Par ailleurs, les entreprises de l'électroménager sont assez nombreuses sur le marché mondial ; celles-ci tentent de se faire une place malgré l'intensification de la concurrence dans ce secteur. Les ventes de certaines entreprises dominantes ne connaissent, cependant, pas de ralentissement et tendent à s'accroître à chaque saison, en particulier les entreprises asiatiques et chinoises plus précisément. D'ailleurs, la région d'Asie-pacifique culmine en haut du classement mondial des régions dominant la vente des produits électroménagers. Ces produits furent accaparés par les trois grandes entreprises chinoises du secteur, à savoir Midea Group Co Ltd, Qingdao

Haier et Gree Electric Appliances. Ces trois entreprises ont dominé pendant cette année-là le top 5 mondial de ventes de produits électroménagers.

Nous avons conclu du deuxième chapitre que l'ouverture du marché algérien à l'international a eu plusieurs effets sur l'économie nationale ainsi que sur le secteur de l'électroménager. Plusieurs entreprises étrangères sont entrées vierges sur le marché algérien et deviennent aujourd'hui des leaders du marché grâce aux partenariats élaborés avec quelques entreprises algériennes et par le biais de l'importation.

Le secteur de l'électroménager a notamment connu un développement sans précédent de la production nationale et ce depuis les années 2000, où le secteur privé joue un rôle très important en termes de production, d'investissement et de création d'emploi. En revanche, la majorité des producteurs se limite à l'activité de montage, qui malgré sa contribution à la satisfaction de la demande nationale, ne garantit pas la construction d'une industrie algérienne indépendante (notamment en matière de technologie) et compétitive.<sup>41</sup>

L'industrie de l'électroménager en Algérie peut être qualifiée de « fragmentée ». Elle est caractérisée non seulement par l'importance du nombre d'intervenants mais aussi par leur diversité : entreprises de fabrication, d'installation, d'importation et entreprise de montage. Toutefois, il faut rappeler que le taux de douane, instauré à 5% dans le cadre de la libéralisation du commerce extérieur, est institué pour encourager l'industrie de montage. Ceci a induit une augmentation considérable des entreprises faisant le montage des appareils électroménagers à partir de collections dites CKD importées.

Par ailleurs, le déroulement d'une opération d'importation des appareils électroménagers au sein de l'entreprise « ENIEM » nous a fait comprendre que :

- Chaque étape du processus d'une opération d'achat des appareils électroménagers à l'importation est primordiale ; aucune d'entre elles n'a plus d'importance par rapport à l'autre et elles sont complémentaires.

---

<sup>41</sup> Akkaren R. & Boukrif M. « Comportement du consommateur envers les marques nationales et les marques étrangères — Étude d'un échantillon de consommateurs de la wilaya de Béjaïa - Secteur de l'électroménager » 2017.

- Une mauvaise expression ou identification du besoin par le service achat d'un appareil électroménager peut causer des pertes importantes à l'entreprise.
- Un mauvais choix de fournisseur, de techniques de paiements, de mode de transport et d'assurance adéquat aux appareils importés, ainsi qu'un régime douanier non approprié peut constituer un danger pour la compétitivité de l'entreprise

# **BIBLIOGRAPHIE**

## Ouvrages:

- Ammi .C « Stratégie de la concurrence dans les télécoms, stratégies et perspectives». Ed Herms, Paris,1998.
- Angelier. J- P « Economie industrielle, éléments de méthode »Ed Les presses universitaires deGronoble.1991.
- Arena. R, Benzoni.L, Debandt. J « Traité d'économie industielle ». Ed Economica., 1991.
- Balabanis, G., Diamantopoulos, A., Mueller, R.D. & Melewar, T.C. « The impact of nationalism, patriotism and internationalism on consumer ethnocentric tendencies”. Journal of International Business Studies, 2001.
- Batey, M. Brand meaning. USA: Routledge Taylor & Francis Group,2008.
- Bienayme. A « Principes de la concurrence ». Ed Economica, Paris, 1998
- Boghossian P. La peur du savoir. Sur le relativisme et le constructivisme de
- Boudjnah. Y « Algérie décomposition d'une industrie. La restructuration des entreprises publiques (1980-2000) : L'Etat en question ». Ed l'Harmattan,2002.
- Bouras, D. (2008). Les contraintes d'intégration de l'économie algérienne à la mondialisation : crise du modèle de transition et prégnance des intérêts des auteurs.Dans Chennouf, T. (2008). L'Algérie face à la mondialisation. Dakar : CODESRIA,2008
- Bznissad. H « La réforme économique en Algérie ou l'indicible ajustement structurel ». Ed OPU, 1991.
- Charvin Rt, GUESMI Ammar « Algérie en mutation : Les instruments juridiques de passage à l'économie de marché ». Ed l'Harmattan,2001.
- Chebat. J-C., Filiatrault, P. & Laroche, M. (2003). Le comportement du consommateur (3émeédition) . Québec, Canada : Gaëtan Morin Editeur.
- Deboub. Y « Le nouveau mécanisme économique en Algérie ». Ed OPU,1995
- Delaunay. Q « Société industrielle et travail domestique : L'électroménager en France (XIXe –XXe siècle) ». Ed L'Harmattan, 2003.
- Douglas, M. & Isherwood, B. “ The world of goods: towards an anthropology
- Garibaldi. G « Stratégies concurrentielles. Choisir et gagner ».Ed d'Organisation,1994/1995.
- Lahrmann A. & Tschulena G. 2003. Sensors in household (sensors application volume 5). Weinhein,Germany: WILEY-VCH.
- Lepage. H « Nouvelle économie industrielle ». Ed Pluriel. Hachette.,1989.
- Mathe. J-C « Dynamique concurrentielle et valeur de l'entreprise». Ed EMS management de la société. 2004.

## Articles :

- Agrawal, J. & Kamakura, W.A. (1999) : “Country of origin : A competitive advantage” Intern. J. of Research in Marketing, Vol. 16, 1999.
- Akkaren.R, Boukrif.M (2017) : « Comportement du consommateur envers les marques

nationales et les marques étrangères — Étude d'un échantillon de consommateurs de la wilaya de Béjaia - Secteur de l'électroménager » 2017.

- Europe Economics (2015): "the economic impact of the domestic appliances industry in Europe" avril 2015.
- Laperche B. (2001) : « L'hérésie de JOAN ROBINSON ». revue Problèmes économiques N° 2.735. Novembre, 2001.

### **Mémoires et thèses**

- Akkoul J. : « Analyse du comportement des consommateurs algériens vis-à-vis des produits locaux : cas des appareils électroménagers », Thèse de doctorat en sciences commerciales, Université de Tizi-Ouzou, 2019.
- Bechekeur, S. : « Analyse du rôle des ressources et compétences dans le développement d'un nouveau produit (Cas de l'ENIEM) ». Mémoire de Magister, UMMTO, 2012.
- Dahmoune F. : « L'impact de l'ouverture économique et de la concurrence sur l'industrie de l'électroménager en Algérie. (Cas de l'ENIEM) », Mémoire de magister en sciences économiques, Université de Tizi-Ouzou, 2011.
- GHAROUT N. : « Etude sur les procédures d'une opération d'importation : Cas de l'ENIEM », Mémoire de master, Université de Tizi-Ouzou, 2017.
- Hadjout. M « Stratégies de développement à l'international: Etude de la capacité exportatrice des entreprises publiques algériennes hors hydrocarbures ». Thèse de doctorat. UMMTO, 2006.
- RECHMAN.L : « Partenariat industriel et transfert de technologie : Cas de l'entreprise Condor Electronics » mémoire magistère, science économie, UMMTO, 2015.
- Saidi L. « Le comportement du consommateur face aux marque locales et étrangères de l'électroménager : enquête auprès des consommateurs de la ville de Bejaia », Mémoire de master, université Abderrahmane mira de Bejaia, 2017.

### **Sites internet**

- <https://www.elwatan.com>
- [www.andi.dz](http://www.andi.dz)
- [www.b.way95.com](http://www.b.way95.com)
- [www.bosh.com](http://www.bosh.com)
- [www.brandt.com](http://www.brandt.com)
- [www.companieshistory.com](http://www.companieshistory.com)
- [www.continental-dz.com](http://www.continental-dz.com)
- [www.continental-dz.com](http://www.continental-dz.com)
- [www.depechedekabylie.com](http://www.depechedekabylie.com)
- [www.djazaierness.com](http://www.djazaierness.com)

- [www.dzentreprise.net](http://www.dzentreprise.net)
- [www.dzentrprise.com](http://www.dzentrprise.com)
- [www.elecdz.com](http://www.elecdz.com)
- [www.electroguide.com](http://www.electroguide.com)
- [www.energy.gov.dz](http://www.energy.gov.dz)
- [www.greeproducts.fr](http://www.greeproducts.fr)
- [www.haier-europe.com](http://www.haier-europe.com)
- [www.haier-europe.com](http://www.haier-europe.com)
- [www.industrie.gov.dz](http://www.industrie.gov.dz)
- [www.lacocotte.net](http://www.lacocotte.net)
- [www.latribune.com](http://www.latribune.com)
- [www.lepetitlivrevert.fr](http://www.lepetitlivrevert.fr)
- [www.optare.fr](http://www.optare.fr)
- [www.statita.com](http://www.statita.com)
- [www.tout-electromenager.fr](http://www.tout-electromenager.fr)

# **ANNEXES**

**Université Abderrahmane Mira de Bejaïa**  
**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion**  
**Département des Sciences Commerciales**  
**Option : Finance et Commerce International**

**THEME**

**« Contribution à l'étude de l'importation des appareils électroménagers en Algérie, cas de la wilaya de Bejaïa »**

Cette enquête est élaborée dans le but d'aider à la réalisation d'un mémoire de master en Finance et Commerce International. Elle s'adresse aux importateurs des appareils électroménagers.

Les informations que vous rapporterez dans ce questionnaire contribueront à caractériser les procédures d'importation des appareils électroménagers ainsi qu'à identifier les obstacles qui lui sont inhérents. Elles seront totalement confidentielles et traitées de façon anonyme. Elles ne seront utilisées qu'à des fins scientifiques.

Bien que votre participation soit volontaire, votre coopération est importante afin que les données recueillies puissent interpréter la réalité sur terrain. De votre esprit d'initiative dépendra alors le succès de notre travail. Nous vous remercions de votre collaboration et du temps que vous consacrez à remplir ce questionnaire.

Enquêteur : Khelfaoui Hanane & Zoutat Meriem

Date d'enquête : ...../...../.....

**I. INFORMATIONS GENERALES : IDENTIFICATION DE L'ENQUETE**

1- Etes-vous une entreprise :

-Publique  -Privée  -Etrangère  -Mixte (précisez)

2- Veuillez nous préciser la dénomination de votre entreprise ?

.....

3- La date de création de votre entreprise :

-< 3ans       - [3-5 ans [       - [5-10 ans [       -> à 10ans

4- La forme juridique de votre entreprise :

-EURL  -SARL  -SNC  -SPA

5- L'effectif de salariés de votre entreprise est :

De 1 à 9 de 10 à 49 de 50 à 249 250 et plus

## II. IMPORTATION D'APPAREILS ELECTROMENAGERS:

### GENERALITES

6- Dans quels types de produits importés êtes-vous spécialisé ?

-produit blanc (grand et petit électroménager)  - produit brun  - produit gris

-produit informatique

7- dans le type produit blanc, veuillez nous préciser les appareils électroménagers que vous importez ?

.....  
.....  
.....  
.....

8- Sur le marché international, vos fournisseurs d'appareils électroménagers sont :

-Africains  -Européens  - Asiatiques  - Américains

9- Quels sont les principaux pays auprès de qui vous importez les appareils électroménagers ?

- .....  
- .....  
- .....  
- .....  
- .....  
- .....

10- Quels sont les principaux appareils électroménagers (produit blanc) les plus demandés ?

- .....  
- .....  
- .....  
- .....

- .....
- .....

12- quelles sont les principales marques d'appareils électroménagers (produit blanc) que vous importez le plus ?

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

### **III. LES PROCEDURES ET LES OBSTACLES D'IMPORTATION D'APPAREIS ELECTROMENAGERS**

12- Quelle est la durée moyenne d'une opération d'importation d'un appareil électroménager de la demande jusqu'à l'arrivé du produit ?

..... (jours/mois)

13- Cette durée diffère-t-elle d'un type d'appareil à l'autre ? Expliquez et donnez un exemple ?

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

#### **A. La formulation du besoin.**

14- Veuillez nous expliquez comment cette étape se déroule-t-elle ? Veuillez préciser, s'il vous plaît, si des différences existent entre le secteur public et le secteur privé

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

#### **B. La recherche des fournisseurs**

15- Veuillez nous expliquer par quel biais effectuez-vous la recherche des fournisseurs (Internet, contrat, etc.)

- .....
- .....
- .....

.....  
.....  
.....

**C. La négociation et la conclusion de l'accord (la proforma)**

16- Quelles sont les éléments commerciaux, financiers, juridiques et culturels les plus couramment négociés entre vous et le fournisseur d'équipements médicaux importés ?

- **Commerciaux :**

.....

- **Financiers :**

.....

- **Juridiques :**

.....

- **Culturels :**

.....

- **Autres (précisez) :**

.....

**D. L'exécution des termes du contrat :**

17- Quels sont les obstacles inhérents aux procédures de domiciliation bancaire et d'ouverture de crédit documentaire que vous affrontez ?

- **Auprès des banques :**

.....

.....

.....

- **Auprès des clients :**

.....

.....

.....

18- Quels sont les facilités ou les avantages que les banques vous offrent-elles afin de faciliter le financement de l'importation des appareils électroménagers ?

.....

.....

.....

.....

19- Pour la conclusion du contrat d'assurance, selon quels critères le choix de la compagnie d'assurance est-il fait ?

.....  
.....  
.....  
.....

20- Quels sont les obstacles ou les contraintes que vous affrontez lors de la conclusion du contrat d'assurance ?

.....  
.....  
.....

21- Veuillez nous expliquer la nature des contraintes liées à chaque type de document envoyé à l'exportateur

- **La facture Proforma :**

.....

- **La facture commerciale originale :**

.....

- **Le certificat d'origine :**

.....

- **La liste de colisage :**

.....

- **Le connaissement :**

.....

- **Autres (précisez) :**

.....

**E. Le dédouanement et l'acheminement des marchandises :**

22- Le transitaire chargé de dédouaner vos appareils électroménagers importés est-il choisi par vous-même ?

- Oui                       - Non

23- Vous accuse-t-il des retards ?

- Oui                       - Non

24- Si oui, expliquez pour quelles raisons ?

.....  
.....  
.....

25- Quels sont les contraintes que vous affrontez avec votre transitaire lors de

- **La déclaration :**

.....

- **La vérification de marchandises :**

.....

- **Le paiement des droits et taxes :**

.....

- **Autres (précisez) :**

.....

26- Quelles sont les différents types de difficultés rencontrées lors d'une opération d'importation des appareils électroménagers :

- **Obstacles financiers :**

.....

.....

.....

.....

- **Obstacles juridiques :**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- **Obstacles administratifs :**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- **Autres (précisez) :**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# **LISTE DES TABLEAUX ET DES FIGURES**

## **Listes des tableaux et figures**

**Schéma n°01** : Les filiales détenues par le groupe ELEC EL DJAZAIR

**Tableau n°01** : Evolution des importations des réfrigérateurs de type ménager.

**Tableau n°02** : Programme prévisionnel d'approvisionnement.

**Figure n°01** : Volume des ventes du gros électroménager au niveau mondial (2005- 2019).

**Figure n°02** : Volume des ventes du gros électroménager au niveau mondial (2005- 2019).

**Figure n°03** : Volume des ventes des principales sociétés mondiales d'appareils électroménagers dans le monde en 2019.

# TABLES DES MATIERES

PLAN	PAGE
<b>DEDICACES</b>	
<b>REMERCIEMENT</b>	
<b>LISTE DES ABREVIATIONS</b>	
<b>SOMMAIRE</b>	
<b>INTRODUCTION GENERAL.....</b>	<b>01</b>
<b>Chapitre I : Le marché mondial des appareils électroménagers.....</b>	<b>05</b>
Introduction .....	05
<b>I. Généralités sur les appareils électroménagers.....</b>	<b>05</b>
1. Définition des appareils électroménagers.....	06
2. Les secteurs attenants des appareils électroménagers.....	06
3. Classification des appareils électroménagers dans le monde.....	07
4. Histoire des appareils électroménagers dans le monde.....	08
4.1. Naissance des appareils électroménagers.....	08
4.2. Evolution de l'industrie de l'électroménager dans le monde.....	09
<b>II. L'offre mondiale d'appareils électroménagers.....</b>	<b>11</b>
1. Les principaux pays producteurs et exportateurs d'appareils électroménagers au niveau mondial.....	11
2. Les marques leaders des appareils électroménagers.....	13
2.1. La marque Midea.....	13
2.2. La marque GreeElectric.....	14
2.3. La marque Haier.....	14
2.4. La marque Whirlpool.....	15
2.5. La marque Electrolux.....	15
2.6. La marque LG.....	16
2.7. La marque SEB.....	16
3. Les type d'appareils électroménagers les plus vendus dans le monde.....	17
3.1. Volume des ventes du gros électroménager au niveau mondial.....	17
3.2. Volume des ventes du petit électroménager au niveau mondial.....	18
4. Les entreprises dominantes dans le marché mondial de l'électroménager .....	19
5. La distribution des appareils électroménagers.....	20
Conclusion.....	21
<b>Chapitre II : l'industrie de l'électroménager en Algérie .....</b>	<b>22</b>
Introduction .....	22
<b>I. Présentation de l'industrie de l'électroménager en Algérie .....</b>	<b>23</b>
1. Genèse de l'industrie de l'électroménager en Algérie .....	23
2. Définition de l'électroménager en Algérie.....	24
3. Réglementation algérienne spécifique à l'industrie de l'électroménager.....	25
3.1. La loi sur la classification énergétique des appareils électroménagers.....	25
3.2. L'interdiction de l'utilisation de substances appauvrissant la couche d'ozone.....	25
4. Avantages fiscaux accordés aux importateurs d'appareils électroménagers : une politique d'incitation à l'intégration.....	26

5. Types d'entreprises activant dans l'électroménager en Algérie.....	27
5.1. Entreprises de production d'appareils électroménagers.....	27
5.2. Entreprises d'installation d'appareils électroménagers.....	27
5.3. Entreprises de montage d'appareils électroménagers.....	28
6. Présentation de quelques entreprises de l'électroménager en Algérie .....	28
6.1. Entreprise Nationale des Industries de l'Electroménager(ENIEM) .....	29
6.2. Société Nationale de Réalisation des Industries de l'Electroménager(SONARIC).	29
6.3. EST Equipements Professionnel.....	30
6.4. Entreprise Condor Electronics.....	30
6.5. Entreprise Brandt Algérie SPA.....	31
6.6. Entreprise SAMHA (Samsung home Appliances) .....	31
6.7. Entreprise IRIS SAT .....	31
6.8. Entreprise Continental .....	32
6.9. Entreprise Cristor .....	32
<b>II. Analyse de la dynamique des importations des produits</b>	
<b>électroménagers en Algérie .....</b>	<b>32</b>
1. Les importations globales des appareils électroménagers en Algérie .....	33
2. Les importations de produits finis, de produits de collection destinées aux industries de montage et de produits de collection dits CKD .....	34
3. Procédures d'une opération d'importation au sein d'une entreprise d'électroménager .....	35
Conclusion.....	40
<b>CONCLUSION GENERALE.....</b>	<b>41</b>

## **Bibliographie**

### **Annexe**

#### **Liste des tableaux et des figures**

#### **Table des matières**

## Résumé

Cette recherche a pour objectif d'étudier la problématique de l'importation des appareils électroménagers en Algérie ; il s'agit d'étudier, entre autre, les procédures ainsi que les obstacles d'importation des appareils électroménagers et de distinguer les facteurs qui influencent la demande des appareils électroménagers en Algérie.

Au terme de notre travail, nous avons constaté que le marché de l'électroménager est en pleine recrudescence au niveau mondial et connaît, d'année en année, des innovations majeures (la technologie et la connectivité) et une concurrence ardue. Les grandes marques leaders dominantes le marché mondial des ventes des appareils électroménagers sont majoritairement asiatiques. En Algérie, le secteur de l'électroménager connaît un sursaut de croissance important et le nombre d'entreprises nationales et étrangères atteignent un nombre considérable. Ce secteur a notamment connu un développement sans précédent de la production nationale et ce depuis les années 2000, où le secteur privé joue un rôle très important en termes de production, d'investissement et de création d'emploi. La dépendance aux importations demeure cependant importante car la majorité des producteurs se limite à l'activité de montage, qui malgré sa contribution à la satisfaction de la demande nationale, ne garantit pas la construction d'une industrie algérienne indépendante (notamment en matière de technologie) et compétitive.

**Mots clés :** Appareils électroménagers, importation, secteur, Algérie.

## Abstract

The objective of this research is to study the issue of imports of household appliances in Algeria. Among other things, the procedures as well as the obstacles to the importation of household appliances and to distinguish the factors that influence the demand for household appliances in Algeria.

At the end of our work, we found that the household appliance market is booming worldwide and is experiencing, year after year, major innovations (technology and connectivity) and tough competition. The major leading brands dominating the global appliance sales market are predominantly Asian. In Algeria, the household appliances sector is experiencing a significant growth spurt and the number of national and foreign companies is reaching a considerable number. This sector has notably experienced an unprecedented development of national production and this since the 2000s, where the private sector plays a very important role in terms of production, investment and job creation. However, the dependence on imports remains important because the majority of producers is limiting themselves to the activity of assembly, which despite its contribution to the satisfaction of national demand, does not guarantee the construction of an independent (especially in terms of technology) and competitive Algerian industry.

**Keywords:** Household appliances, import, sector, Algeria.

## ملخص

الهدف من هذا البحث هو دراسة موضوع واردات الأجهزة المنزلية في الجزائر. من بين أمور أخرى ، الإجراءات بالإضافة إلى العوائق التي تحول دون استيراد الأجهزة المنزلية وتمييز العوامل التي تؤثر على الطلب على الأجهزة المنزلية في الجزائر.

في نهاية عملنا، وجدنا أن سوق الأجهزة المنزلية يزدهر في جميع أنحاء العالم ويشهد، عامًا بعد عام، ابتكارات رئيسية (التكنولوجيا والاتصال) ومناقسة شديدة. العلامات التجارية الرائدة التي تهيمن على سوق مبيعات الأجهزة العالمية هي في الغالب آسيوية. في الجزائر، يشهد قطاع الأجهزة المنزلية طفرة نمو كبيرة ويصل عدد الشركات الوطنية والأجنبية إلى عدد كبير. شهد هذا القطاع تطوراً غير مسبوق في الإنتاج الوطني منذ العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، حيث يلعب القطاع الخاص دوراً مهماً للغاية من حيث الإنتاج والاستثمار وخلق فرص العمل. ومع ذلك ، لا يزال الاعتماد على الواردات مهماً لأن غالبية المنتجين يقصرون أنفسهم على نشاط التجميع ، والذي على الرغم من مساهمته في تلبية الطلب الوطني ، إلا أنه لا يضمن بناء مستقل (خاصة من حيث التكنولوجيا) وتنافسي صناعة جزائرية.

**الكلمات الرمزية :** أجهزة منزلية ، استيراد ، قطاع ، الجزائر.