

"La Promotion Immobilière En Algérie Lecture Critique Des Dispositions De La Loi N° 11-04 Du 17-02-2011 Fixant Les Règles Régissant L'activité De Promotion Immobilière"

Yahiaoui hakim

La Promotion Immobilière En Algérie Lecture Critique Des Dispositions De La Loi N° 11-04 Du 17-02-2011 Fixant Les Règles Régissant L'activité De Promotion Immobilière

Real Estate Promotion In Algeria Critical Reading Of The Provisions Of Law N° 11-04 Of 02-17-2011 Fixing The Rules Governing The Real Estate Promotion Activity



Yahiaoui hakim

Université de Batna 1, Algérie , abanour@gmail.com

Date de soumission: 29/01/2022 Date d'acceptation: 14/04/2022 Date de publication: 01/07/2022

Résumé :

Comme c'est le cas des différents secteurs économiques, la promotion immobilière étant une filiale du secteur de bâtiment, joue un rôle crucial dans la relance des économies des pays, en matière de création de richesse et de l'emploi. A partir de cette introduction, nous exposons la problématique de cette étude qui s'articule sur la timidité de contribution de la branche de promotion immobilière dans le développement de l'économie nationale. Pour répondre à cette problématique, nous recourons à la méthode analytico-descriptive, ainsi que la méthode comparative. En résultant à la fin que l'ambiguïté des textes, la lourdeur du système bancaire sont des facteurs déterminants de la nature du rôle de cette branche.

Mots-clés: Promotion immobilière; promoteur; logements; financement; projet immobilier.

Abstract:

As is the case with different economic sectors, real estate development being a subsidiary of the building sector, plays a crucial role in reviving the national economies of countries, in terms of creating wealth and employment. From this introduction, we expose the problem of this study which is articulated on the timidity of contribution of the real estate promotion's branch in the development of the national economy. To answer this problem, we use the analytical-descriptive method, as well as the comparative method. Resulting in the end that the ambiguity of the texts, the heaviness of the banking system are determining factors of the nature's role of this branch.

Keywords: Real estate promotion; developer; housing; financing; real estate project.

* Yahiaoui hakim , abanour@gmail.com

Introduction:

La promotion immobilière en Algérie représente une pierre angulaire dans la politique générale de l'habitat à travers laquelle les pouvoirs publics interviennent pour développer l'économie nationale par le lancement des mégaprojets dans les différents segments de la promotion immobilière.

Néanmoins, cette filiale d'activité économique qui génère des millions d'euro dans les pays occidentaux, ce qui représente un des moteurs de leurs économies, n'a en fait qu'une part insignifiante dans le déroulement de notre économie. Et ce, pour des anomalies et déséquilibres réparties sur des différents facteurs, à savoir la lourdeur du système bancaire, les pratiques bureaucratiques de l'administration algérienne, contradiction et ambiguïté des textes juridiques et réglementaires etc. (Loi n°67-3 du 3 janvier 1967) .

Problématique de l'étude :

D'après les différentes recherches effectuées et à partir de l'expérience relevant de la pratique sur le terrain, la problématique de cette étude s'est formulée comme suit :

Dans quelle mesure l'ambiguïté et la contradiction des dispositions des textes légaux et réglementaires qui régissent l'activité de promotion immobilière jouent-elles un rôle déterminant pour freiner le développement de cette importante branche économique ?

Hypothèse de l'étude :

Cette étape s'est axée sur une hypothèse principale qui se résume comme suit : l'ambiguïté des textes freine l'activité de la promotion immobilière en Algérie.

Méthodologie de recherche :

Cette étude s'est articulée sur deux méthodes de recherches, l'une est la méthode descriptive et analytique par laquelle nous avons essayé de décrire les différents volets relatifs à ce terme scientifique à caractère juridique en analysant à la fois les différentes contraintes rencontrées par les partenaires dans le domaine de la promotion immobilière afin d'arrêter un avis objectif sur la nécessité de soumettre cette texte à des amendements dans le future.

Nous avons aussi recouru à la méthode comparative pour tenter de mettre en évidence de manière générale la différence entre la localisation de l'activité de promotion immobilière entre l'Algérie et la France dans la sphère de l'économie nationale des deux pays, avec une brève exposition de certains aspects techniques et juridiques.

Le cadre conceptuel du terme « promotion immobilière » :

Cette partie consiste en exposition de la définition de l'acte de la promotion immobilière ainsi que la personne morale du promoteur immobilier lui-même, les grandes étapes par laquelle doit passer chaque projet de promotion immobilière, le cadre juridique et réglementaire régissant toutes les étapes d'une activité immobilière, le circuit de financement d'un projet, les différents intervenants dans une opération immobilière et enfin les facteurs clés et indispensables de la réussite d'un tel projet.

▪ **Définition de l'acte de promotion immobilière :**

La promotion immobilière est l'acte de réaliser des opérations immobilières relatives à la construction ou réhabilitation des produits immobiliers comme ceux-ci :

- des logements ;
- des bureaux ;
- des locaux commerciaux ;
- des résidences de tourisme ;

Ces produits immobiliers dans le cadre de la promotion immobilière sont destinés à être vendus à des acquéreurs qui utiliseront le bien ou qui le mettront en location. (Décret n° 78-621, 1978 , p. 3895)

Une autre définition qui lie l'acte de la promotion immobilière au promoteur à partir de l'article L.221-1 « la promotion immobilière est une obligation ou un engagement d'un promoteur envers d'un maitre d'ouvrage à faire procéder à la réalisation d'un programme de construction d'un ou de plusieurs édifices » ;

En ce qui concerne la loi sur la promotion immobilière en Algérie, elle l'a définie comme suit (Loi n° 11-04, 2011) « l'ensemble des opérations de mobilisation de ressources foncières et financières ainsi que le management de projets immobiliers ».

▪ **Le promoteur immobilier :**

Le promoteur selon toujours le même article de la loi ci-avant citée est « toute personne physique ou morale initiant la réalisation de nouveaux projets , la restauration, la réhabilitation, la rénovation, la restructuration, ou le confortement de constructions nécessitant l'une de sa interventions ou l'aménagement et l'habilitation, en vue de les vendre ou de les louer ».

Le centre national de ressources textuelles et lexicales a procédé à la définition du promoteur immobilier comme suit « toute personne qui met en œuvre un projet, qui assure la création de quelque chose et provoque son développement, son succès; personne qui est la première à lancer des idées ou des

techniques nouvelles. Synon. Animateur, créateur, initiateur, pionnier. Promoteur d'une idée, d'une révolution scientifique, d'un sport, d'une théorie ».

De ce qui est précède, le promoteur immobilier est un chef d'orchestre d'une opération immobilière à construire pour autrui (Bertrand & Bernard, 2001, p. 90) , il assume l'entière responsabilité de l'ensemble des risques encourus lors de la réalisation du projet promotionnel en gérant tous les aspects financiers, administratifs techniques et commerciaux de l'opération et il doit être doté par des compétences dans le domaine des finances, architecture, droit, publicité et remplir des missions extrêmes variées tout au long du processus de construction et de commercialisation du projet. Et ce, pour pallier toutes failles entraîne tout éventuel retard en matière de délais contractuels de réalisation.

▪ **Les grandes phases d'un projet immobilier:**

1. Le choix du terrain et le montage financier: (Guelton, S & Flore, 2020. P50)

La première étape de toute opération de promotion immobilière est la recherche du terrain approprié sur lequel le projet pourra être réalisé. Cette étape revête une importance capitale et pour le promoteur et pour le projet lui-même. Une assiette de terrain dont le prix est payée par le promoteur ou un bien appartenant aux domaines privés de l'Etat. Dans ce cas, l'assiette du terrain est affectée par un arrêté de wilaya après le choix de terrain procédé par une commission de la wilaya de choix de terrain.

Après avoir trouvé un terrain adéquat qui va être abrité le projet promotionnel, le promoteur s'assure que son projet est réalisable et procède aux études de faisabilité architecturale. Et ce, en respectant les instruments d'urbanisme à savoir le plan d'occupation de sol (POS) ainsi que le plan directeur d'urbanisme et d'aménagement (PDAU).

Cette étude concerne aussi l'estimation de cout global des travaux du projet et le prix de revient du projet par logement s'il concerne un projet promotionnel de construction de logement.

Après l'identification ou la localisation du terrain du projet et le calcul du cout ainsi le prix de vente de projet, le promoteur cherche par tous les moyens de combiner un montage financier idéal afin de s'assurer de la rentabilité du projet. (Francois, 2020.p 212)

D'habitude, le montage financier d'un projet promotionnel consiste, généralement en quatre parties, le crédit bancaire, les fonds propres, la participation des souscripteurs et l'aide de l'Etat en cas de projets de logements promotionnel aidé (LPA) en s'appuyant sur les banques (publique et privés) et pour les promoteurs et pour les souscripteurs. Et ce, vu la chute du pouvoir d'achat des

citoyen algériens et le cout très élevé des logement d'une part, et la faiblesse des promoteurs algériens en Algérie qui souffre de manque flagrant des promoteurs ou bien des entreprises réalisatrices de grande envergure comme COSIDER , EX-DNC...etc.

2. Marketing du projet :(Reny,B & Patrice,N, 1983. 312)

L'opération de commercialisation ou de marketing d'un projet de promotionnel est une étape cruciale, notamment pour les projets de construction de logements. En France, le promoteur doit obtenir un nombre suffisant de réservations (généralement entre 30 % et 40 %) afin de prouver la viabilité de son opération quant il déposera le dossier de la ligne de crédit auprès d'une banque. C'est une condition nécessaire à l'obtenir du prêt qui lui permettra de financer le projet.

En Algérie, la condition en question n'est pas exigé pour un éventuel financement de projet promotionnel quelques soit sa nature, la banque est satisfaite uniquement de l'étude et l'analyse du dossier de prêt déposé par le promoteur, notamment l'étude technico-économique du projet et le titre de propriété du terrain d'assiette qui va être un acte d'un hypothèque afin d'assurer le montant du crédit en cas faillite du promoteur, l'incapacité de payement ou remboursement des tranches du crédit.

Pour ce faire, le promoteur lance une campagne de communication et de publicité de son opération afin d'attirer un maximum de souscripteurs .Et ce, via des prospectus, panneaux publicitaires, ou encore pages face book ou autres réseaux sociaux, le but est de faire connaitre le projet au plus grand nombre des citoyens. Les nouvelles technologies telles que la modélisation en 3D offrent, par ailleurs, une approche novatrice et permettent aux potentiels acquéreurs de se projeter plus facilement dans leur futur logement.

Ainsi, la vente en état futur d'achèvement (VEFA) en France (Anne-Laure, 2017. P10) , également appelée vente sur plan (VSP) en Algérie représente environ 50 % des ventes du parc immobilier de logements. Le promoteur est l'interlocuteur principal de ses clients dès la phase de réservation, jusqu'à la remise des clés. Il assurera ensuite le suivi jusqu'à l'échéance des diverses garanties, à savoir la garantie décanale (10) et la garantie de bonne exécution (01 année après la réception provisoire du projet (cas de la réglementation algérienne).

3. La construction du projet immobilier : (Marianne faure, 2020. P27).

Après avoir validé le projet promotionnel au niveau du comité technique de la wilaya, acquisition du permis de construire et la mobilisation des fonds nécessaires par le promoteur immobilier pour financer le projet, il peut commencer la phase « construction ». Le promoteur lance des appels d'offres afin de trouver

des entreprises réalisatrices disponibles qui se chargera de la réalisation des travaux de bâtiment (cas de projet de réalisation de logements) pour gérer la totalité ou une partie du chantier en contrepartie des paiements effectués par le promoteur au profit de l'entreprise concerné sur présentation des situation des travaux mensuelles.

Lors de cette phase, le rôle du promoteur immobilier est d'assurer le suivi de trois éléments essentiels, la qualité des travaux réalisés, le délai contractuel de réalisation en palliant tout imprévu qui va être retardé la réception du projet et bien entendu, le respect rigoureux du budget affecté à la base.

4. Réception, livraison et suivi des différentes garanties du projet :

Après que le chantier du projet s'est terminé, le promoteur vérifie la qualité des travaux réalisés. Il s'assure de la correspondance des travaux réalisés avec ce qui avait été commandé ou demandé par lui de l'entreprise réalisatrice. Après la réception des travaux, le promoteur peut recourir la livraison partielle du projet aux acquéreurs.

La date de réception des travaux marque la date de départ des garanties obligatoires à savoir, la garantie de parfait achèvement, la garantie de bon fonctionnement et la garantie décennale (réglementation française).

▪ Cadre juridique et réglementaire régissant une opération « promotion immobilière » :

En France, l'activité de la promotion immobilière est une activité encadrée très étroitement, notamment dans le secteur du logement. On compte notamment trois textes majeurs régissant la promotion immobilière: (Décret législatif n°93-03)

- la loi du 3 janvier 1967 qui réglemente la vente d'immeubles à construire ;
- la loi du 16 juillet 1971 qui réglemente les opérations effectuées par les sociétés de construction ;
- la loi du 4 janvier 1978 sur la responsabilité et l'assurance dans le domaine de la construction. (Ordonnance n° 75/58 du 26-09-1975).

En Algérie, l'activité de la promotion immobilière n'a connu sa place réelle sur la géographie de la jurisprudence qu'en 2011, à travers la loi 11-04 du 06-03-2011, une loi qui a fait face à de beaucoup difficultés sur le terrain en exigeant d'une révision rapide afin de pallier de toutes les contradictions y portent afin de s'adapter avec le changement accéléré de la société algérienne et l'évolution ambitieuse du marché de la promotion immobilière dans la sphère économique.

Les promoteurs immobiliers sont liés à leurs clients (futurs bénéficiaires de logements) par un de ces contrats :

- un contrat de promotion immobilière (cas de France) ;
- un contrat de construction de maisons individuelles (en France) ;

- un contrat de vente en l'état futur d'achèvement (VEFA) (en France), ce qui correspond à la vente sur plans (VSP notarié) (en Algérie) ;
- contrat de réservation n'est pas notarié (en Algérie).

▪ **Circuit de financement d'un projet immobilier :**

L'activité de promotion immobilière implique la disponibilité des fonds de financements conséquents. En effet, le promoteur doit honorer ses premiers engagements, relatifs à l'achat du terrain, mais aussi il doit estimer correctement le cout global du projet, en tenant compte aux éléments suivants :

- Le prix d'achat en cas du promotionnel libre ou de cession du terrain domaniale en cas du promotionnel aidé (LPA) ou bien le LSP ;
- Toutes les dépenses afférentes au projet et l'évaluation du projet ;
- Evaluation de budget du projet ;
- calculer la marge prévisionnelle de bénéfice du projet ;
- anticipation du prix de vente des logements ou tout autre bien immobilier réalisé, dans deux ou trois ans.

Après l'estimation des besoins du financement, le promoteur fait appel aux différentes sources de financement qui sont les suivantes :

1. Le financement bancaire : (Julie, P, 2018.p 245)

Le premier partenaire et acteur du financement des projets de promotion immobilière est le secteur bancaire qui est le partenaire incontournable dans le financement de n'importe quelle filiale d'activités économiques. Elles misent aux dispositions du promoteur des crédits à moyen terme allant de 2 à 7 ans en couvrant 80% du cout de projets, cas de la banque nationale de développement (BNA) et des crédits à long terme de 7ans destinés au financements des investissements lourds. Et ce, après le traitement de la faisabilité, la fiabilité ainsi que la rentabilité du projet en déposant le dossier complet porte bien sure la pièce maitresse relative au titre de propriété.

En France, les banques fournissent une avance de trésorerie sous forme de prêt, à moyen terme. Ces fonds permettent de financer l'achat du foncier ainsi que les premières dépenses (études, architecture, début des travaux...).

Ledit crédit couvre au maximum 40 % des besoins en financement de l'opération. Il n'est accordé que si le promoteur immobilier peut financer 20 % de l'opération en fonds propres. Enfin, le financement bancaire ne peut intervenir que si le permis de construire a déjà été obtenu.

2. Les ventes en l'état futur d'achèvement (VEFA) et en (VSP) :

Les ventes en l'état futur d'achèvement (VEFA) en France ou le VSP en Algérie sont des contrats de ventes préliminaires ou de réservation de logement ou de biens immobiliers réalisées sur plan. Dans ce cas les acquéreurs paient leur bien

"La Promotion Immobilière En Algérie Lecture Critique Des Dispositions De La Loi N° 11-04 Du 17-02-2011 Fixant Les Règles Régissant L'activité De Promotion Immobilière"

Yahiaoui hakim

immobilier au prorata du taux d'avancement de sa construction. Ces fonds sont réinjectées, pour le promoteur, dans le financement de l'opération pour réaliser le projet.

L'échelonnement des paiements se répartit comme ci-après cité:

❖ **En France :**

- ✓ Un dépôt de garantie qui représente moins de 5 % pour une réalisation dans les 24 mois et moins de 2 % si l'opération durera plus de 24 mois.
- ✓ Un versement à l'achèvement des fondations pour atteindre 35 % maximum du montant du bien.
- ✓ Un versement au moment de la pose de la charpente et du toit, pour atteindre 70 % maximum.
- ✓ Un versement au moment de la pose des menuiseries extérieures, pour atteindre 80 % maximum.
- ✓ Un versement lors de la constatation des finitions pour atteindre 95 % minimum.
- ✓ Le versement des 5 % restants au moment de la livraison du bien conformément au contrat de vente.

❖ **En Algérie :**

Le paiement en cas de logement promotionnel aidé nouvelle formule LPA II s'est effectué par tranche en fonction de l'avancement des travaux du projet :

- ✓ 20 % : à la signature du contrat VSP entre les souscripteurs et le promoteur en charge de la réalisation du projet ;
- ✓ 15 % : à l'achèvement des fondations du site de projet ;
- ✓ 35 % : à l'achèvement de la structure des bâtiments du projet ;
- ✓ 25 % : à l'achèvement des aménagements extérieurs et les VRD (voirie et réseaux divers) ;
- ✓ 5 % : à la remise des clés du logement.

Pour pouvoir vendre ses lots (logements) en VEFA ou en VSP, le promoteur doit obtenir une garantie financière d'achèvement des travaux (GFA) auprès d'une banque en France. (Notaires Paris ile de France, 2016).

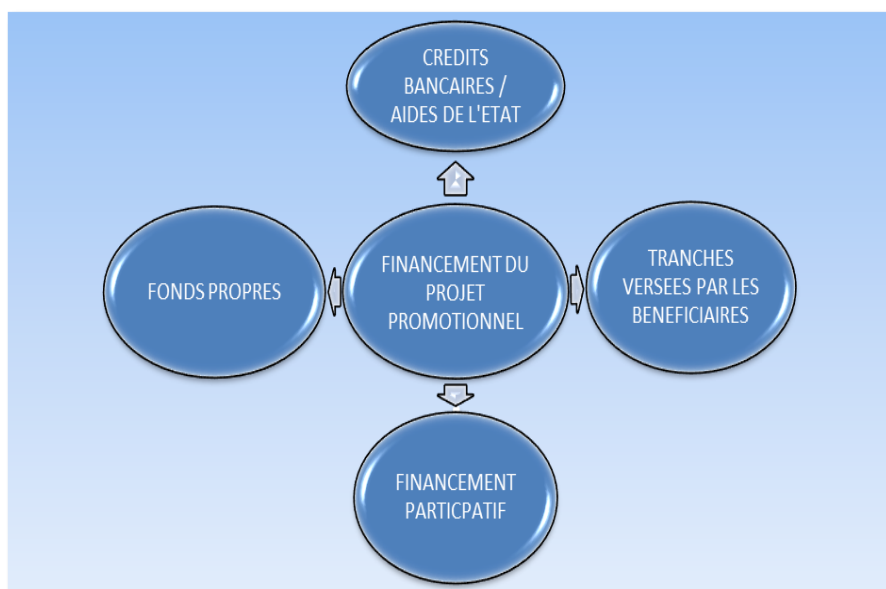
En Algérie, Le promoteur immobilier qui entreprend la réalisation d'un projet immobilier en vue de sa vente avant son achèvement, est tenu de souscrire à une garantie réglementaire de promotion immobilière auprès du Fonds de Garantie et de Caution Mutuelle de la Promotion Immobilière (FGCMPI).

La banque et le fonds assurent aux acquéreurs la livraison de l'immeuble, même en cas de défaillance ou de décès du promoteur.

3. Les fonds propres :

Les fonds propres sont le troisième pilier du financement de la promotion immobilière. Il s'agit de la partie financé par le promoteur lui-même.

Le promoteur immobilier cherche à réduire au maximum la part de fonds propres qu'il investit dans un projet car celle-ci reste immobilisée tout au long de l'opération, ce qui peut le freiner au moment de se lancer dans d'autres projets en parallèle. Aussi, en réduisant sa part de fonds propres dans l'opération, il minimise son exposition au risque. Mais, pour obtenir un prêt bancaire, il doit financer au moins 20 % de l'opération en fonds propres.



Le montage financier d'une opération de promotion immobilière

Critique du texte régissant la promotion immobilière en Algérie :

Le texte régissant l'activité de la promotion immobilière a été promulgué dans un contexte caractérisé par l'anarchie totale dans le domaine de la promotion immobilière, notamment celle concernée par la réalisation des projets de logement. Une anarchie résultant des pratiques arnaquées, manquement d'éthique et le manque de professionnalisme dans l'exercice de la profession par des affairistes non professionnels en coutant beaucoup d'argent et de temps aux épargnants qui ont toujours attendu d'avoir un logement.

"La Promotion Immobilière En Algérie Lecture Critique Des Dispositions De La Loi N° 11-04 Du 17-02-2011 Fixant Les Règles Régissant L'activité De Promotion Immobilière"

Yahiaoui hakim

Conséquemment, ce texte permettra de réguler l'activité de la promotion immobilière, d'en sortir de l'anarchie et de la clandestinité et de mettre fin à l'escroquerie.

Aperçu historique :(Loi n° 86-07 du 04-03-1986)

▪ **1986 : (le promoteur est un souscripteur)** Devant les difficultés rencontrées par les pouvoirs publics en matière de concrétisation du deuxième plan quinquennal de développement (1985 – 1989) notamment les projets de logement, suite à la contraction des ressources du trésor public à cause de la baisse des prix du pétrole. Le gouvernement algérien a promulgué le premier texte législatif en 1986 (Loi n° 86-07 du 04-03-1986, 1986, p. 350) pour faire face à la crise aigue en matière de logement en favorisant la construction d'immeuble ou d'ensemble d'immeuble à usage principal d'habitation. C'est pourquoi le législateur favorise l'habitat de type collectif et semi collectif en milieu urbain « Art .05 ».

L'objectif de l'Etat était d'impliquer fortement le secteur privé et de lui confié un rôle majeur dans le domaine de la promotion immobilière orientée vers le logement afin de réduire la charge dont subi le secteur public.

▪ **1993 : (le promoteur est un opérateur immobilier)** En cette année, en tenant compte des nouvelles tendances de l'Etat algérien, marquées par le libéralisme, l'économie du marché, un nouveau texte promulgué (Décret n° 78-621 du 31-05-1978. P04) portant sur l'activité immobilière en définissant la nouvelle approche initiée par le gouvernement dans laquelle s'inscrit l'activité de la promotion immobilière.

Le gouvernement algérien essaye d'atténuer le concept de la promotion immobilière et de le faire élargir à d'autre activité hors le secteur du logement. Et ce, à travers l'article n° 2 qui stipule que « l'activité immobilière regroupe l'ensemble des actions concourant à la réalisation ou à la rénovation des biens immobiliers destinés à la vente, la location ou la satisfaction de besoins propre. Les biens concernés peuvent être des locaux à usage d'habitation ou des locaux destinés à abriter une activité professionnelle, industrielle ou commerciale». En introduisant pour la première fois la notion de « la vente sur plan » dans le souci de mettre un terme aux opérations d'escroquerie effectuées au milieu des années 80.

▪ **2011 : (le promoteur est un promoteur immobilier) :**Après avoir promulgué la loi n° 11-04 du 17-02-2011, fixant les règles régissant de l'activité de promotion immobilière (JORA n° 14 du 06-03-2011), il paraît à travers les dispositions de cette loi que l'Etat algérien s'est retiré de l'ancien concept de la promotion immobilière en accordant une plus grande importance aux projets destinés aux locaux à usage d'habitation et professionnelle au détriment à ceux à usage artisanale et commerciale. Et ce, après avoir inclut le terme «

accessoirement » au lieu de « **principalement** » dans l'article 14 alinéa 2, en excluant définitivement les locaux à usage industrielle.

Cette tendance est motivée par la volonté des pouvoirs publics d'orienter la promotion immobilière vers le logement pour accélérer le rythme de réalisation des programmes de logement et définir le rôle du secteur privé pour qu'il puisse participer en force dans la concrétisation des différents programmes quinquennaux initiés par le gouvernement.

Généralités sur les dispositions de la loi :

- Considérant que le promoteur immobilier est un commerçant et non un investisseur, lui priver des avantages de l'agence nationale de développement de l'investissement dans le cadre de loi sur l'investissement.

- L'inscription des promoteurs dans le tableau national des promoteurs immobiliers est une condition excluant des promoteurs étrangers d'accéder au marché national (question de concurrence et de la qualité de réalisation).

- La loi se présente comme une loi pénale et non une loi dont le souci est la facilitation du travail des promoteurs immobiliers.

Sur un total de 81 articles, il y en a 10 articles relatifs aux sanctions pénales, chose qui en font des règles d'ordre publics en utilisant, par le législateur, des termes tels que : ne peut être, soumise, interdit, exclus, doit être, doit prendre, sanctions, infractions, pénale, en plus de création des organes de contrôle (conseil supérieur de la profession de promotion immobilière et la police urbaine et de la protection d'environnement) ;

- Les dispositions de cette loi imposent des garanties en faveur des souscripteurs (mieux protégés) et des sanctions pénales et administratives contre les promoteurs contrevenants à travers la souscription à une assurance et l'adhésion à un fonds de garantie en protégeant le souscripteur en cas de faillite ;

- Limitation du montant versé à raison de 20 % du montant globale du logement (Art.52);

- Le législateur et à travers cette loi a bien défini le terme de son objet qui est « activité de promotion immobilière » au lieu de « activité immobilière » dans le texte précédent ;

- Elargissement du champ d'intervention en matière des actions de la promotion immobilière (construction, aménagement, réfection, restauration immobilière, rénovation urbaine, réhabilitation, restructuration, confortement – Art : 3) ;

"La Promotion Immobilière En Algérie Lecture Critique Des Dispositions De La Loi N° 11-04 Du 17-02-2011 Fixant Les Règles Régissant L'activité De Promotion Immobilière"

Yahiaoui hakim

- L'application des dispositions de cette loi nécessite la publication des textes réglementaires d'application d'au moins de 9 articles : 16 , 21, 23 , 41, 43, 57,59, 61 et 65 , ce qui limite ce texte dans un cadre purement théorique en créant un climat d'ambigüité entre les différents intervenants dans cette activité.

Lecture critique de certains articles :

Article 12 : Bien que cet article prévoit le professionnalisme (savoir faire) et les capacités financières suffisantes, étant conditions principales pour initier des projets immobiliers, cependant, certains comités techniques des wilaya continuer toujours d'attribuer des projets à des promoteurs défaillants pénalisant les souscripteurs, entacher la déontologie de la profession et l'incapacité d'honorer en toutes circonstances ses engagements.

Article 14 : l'analyse de cet article montre que toutes les opérations de promotion immobilière destinées à la location des locaux à usage d'habitation sont très faibles voire inexistant, or que le marché locatif en Algérie est très dynamique et prometteur, notamment avec la nouvelle approche du gouvernement portant sur le lancement d'une nouvelle formule « le logement locatif public » ;

Article 15 : la plupart des promoteurs n'établi pas les contrats d'entreprise (entreprise – promoteur) à cause de la faiblesse **de la formule de l'obligation** dans cet article et de ne pas la soutenir par des mesures dissuasives.

Article 17 : la faiblesse des capacités de gestion et de coordination de toutes les opérations se rapportant aux études, à la recherche et la mobilisation de financement ainsi que l'exécution des travaux de réalisation du projet immobilier, s'exige le rattachement de cet article à des conditions très strictes notamment en matière de la disponibilité des moyens humains.

Article 20 : dans son deuxième alinéa, le législateur algérien via cet article n'a pas inclus le retard exagéré hors les délais contractuels dépassant dans certains cas (10 ans) étant une infraction conduisant à la radiation définitive du tableau national et le retrait de l'agrément.

Article 27 : l'expérience sur terrain a montrée que la quasi-totalité des promoteurs au niveau national n'optent pas pour le contrat de réservation et en cas d'établissement, le model défini par la réglementation n'est pas respecté (DE n° 13/431).

Article 28 : cet article porte une contradiction avec le model du VSP en matière de la définition du contrat du VSP. Il est selon cet article le VSP est un contrat qui emporte et consacre le transfert, au souscripteur, des droits sur **le sol et de la propriété des constructions** au fur et à mesure de leur réalisation par le promoteur immobilier. Néanmoins, le model du VSP et par le paragraphe « DECLARATION DU VENDEUR » ne cite que l'immeuble (ou fraction d'immeuble)

"La Promotion Immobilière En Algérie Lecture Critique Des Dispositions De La Loi N°
11-04 Du 17-02-2011 Fixant Les Règles Régissant L'activité De Promotion Immobilière"

Yahiaoui hakim

étant objet vendu du VSP sans pour autant inclure le sol du projet. Sur ce, le promoteur vend pratiquement l'immeuble et pas le sol.

Article 30 : l'exigence par les notaires, le certificat d'aménagement et de viabilité pour publier les actes VSP, alors que ces derniers concernent les projets de la vente sur plan (Article à revoir) ;

Article 42 : cet article n'est appliquée strictement qu'avec la nouvelle formule LPA II (après 9 ans de promulgation de la loi) ce qui a plongé la plupart des projets dans une gestion anarchique.

Article 43 : cet article ne prévoit pas les modalités de paiement des pénalités de retards, l'échéance de pénalité de retard ni le montant de la pénalité ainsi que le service responsable de suivre les incidences financière et physiques du retards constaté.

Article 46 : cette article précise que l'assurance décennale est de la responsabilité des maitres d'œuvres et les entreprises réalisatrices sans avoir citer la responsabilité du promoteur qui est considéré au titre de cet article étant « maitre d'ouvrage : bénéficiaire » sans être responsable de l'assurance décennale des ouvrages réalisés.

Par contre, l'alinéa 3 de l'article 26 stipule que la prise de possession et le certificat de conformité ne constitués pas un effet exonératoire de la responsabilité décennale encouru par le promoteur ni la garantie de parfait achèvement des travaux de réalisation, cette article faisait, explicitement, référence à la responsabilité décennale or qu'il lui reprochait sa formulation de probabilité en version arabe du texte « peut être encourue par le promoteur..... » au contraire de la version française ; ce qui est compris de cette formulation que le promoteur est dispensé de l'assurance décennale dans certains cas. (Loïc, Bonneva & Julie, Pollard, 2017)

L'article 42, n'a pas cité la date de début de délais d'assurance décennale, or que l'article n° 554/2 du code civil (ordonnance n° 75/58 du 26-09-1975 portant code civil JORA n° 78 du 30-09-1975, modifié et complété) et l'article n° 178 de la loi d'assurance (Ordonnance n° 95/07 du 25-01-1995 relatif aux assurances modifié et complété par la loi n° 06-04 du 20-02-2006) l'ont défini à compter de la date de réception définitive du projet.

Article 61 : le non publication du texte réglementaire portant modalités d'application de cet article entraine l'absence d'inclure des locaux de gestion des biens et le logement du concierge dans les locaux réalisé et destinés à usage d'habitation.

"La Promotion Immobilière En Algérie Lecture Critique Des Dispositions De La Loi N° 11-04 Du 17-02-2011 Fixant Les Règles Régissant L'activité De Promotion Immobilière"

Yahiaoui hakim

Article 62 : cet article n'est pas appliqué sur la quasi-totalité des projets livrés au bénéficiaires notamment ceux du logement aide (LSP, LPA, LPA II et LPP) et les promoteurs n'assurent aucune administration des bien pendant la période de 2 ans ni procédé à son transfert aux organes issus des acquéreurs. Par contre, les promoteurs livrent les projets et les acquéreurs à eux-mêmes sans gestion aucune.

Conclusion :

Pour conclure, le résultat le plus important de cette étude est que l'ambiguïté des textes réglementaires régissant l'activité immobilière et le paradoxe entre des autres textes rendre l'accès à cette branche d'activité économique plus que difficile en créant une gabegie entre la théorie et le terrain. Le deuxième résultat qui est lié directement au premier est la timidité et la non attractivité de cette branche d'activité ce qui a conduit au freinage de la promotion immobilière en Algérie dont les produits de cette activité restent parmi les plus chère au monde d'entier.

Outre à ce qui précède, la communication par tous les moyens d'une culture juridique est plus qu'important afin d'élever le niveau de compréhension des textes juridiques et réglementaires régissant cette activité. Et ce, pour tous les intervenants dans le domaine de la promotion immobilière à savoir, les promoteurs, les banques, les wilayates, les communes, les direction de l'urbanisme, les directions des domaines, les postulants eux-mêmes, aux logements ou tout autres bien immobiliers produits etc....

Bibliographie :

- Marianne, A.F.(2020). *l'essentiel du droit de la construction*. France : goulino.
- Décret n° 78-621 du 31-05-1978, JORA n° 133 du 08-06-1978 portant codification des textes concernant la construction et l'habitation.
- Décret législatif n°93-03 du 01-03-1993, JORA n° 14 du 03-03-1993.
- Anne-Laure,J.(2017). *Le logement social produit par les promoteurs immobiliers privés. L'émergence d'une coopération déséquilibrée entre bailleurs sociaux et promoteurs*. Métropoles, (20), 45-46.
- Julie, P.(2018). *L'Etat, le promoteur et le maire : la fabrication des politiques publiques du logement*. France :Press de sciences politiques.
- Loi n° 86-07 du .1986-03-04 relative à la promotion immobilière . JORAP n°10 du 03-05-1986.
- Loi n° 86-07 du 1986-03-04 relative à la promotion immobilière – JORAP n°10 du 03-05-1986.
- Loi n°67-3 du 3 janvier 1967 relative aux vente d'immeubles à construire ou en cours de construction et à l'obligation de garantie à raison des vices de construction, JORF du 4 janvier 1967.

"La Promotion Immobilière En Algérie Lecture Critique Des Dispositions De La Loi N° 11-04 Du 17-02-2011 Fixant Les Règles Régissant L'activité De Promotion Immobilière"

Yahiaoui hakim

- Loïc,B et Pollard ,J. (2017) .*Promoteurs immobiliers, bailleurs sociaux, collectivité locales : Des acteurs aux frontières des marchés du logement* .Métropoles (20), 22-26.
- Dupont,F (2016) .les modalités de la vente en état future d'achèvement –VEFA .France : Notaires-Paris-Ile-de-France.
- Ordonnance n° 75/58 du 26-09-1975 portant code civil JORA n° 78 du 30-09-1975, modifié et complété.
- Francois,P .(2020) .*promotion immobilière : guide pratique en 9 phases* .France ; EFE.
- Reny,B et Patrice,N .(1983) .*Le logement social en France (1815-1981) : de la cité ouvrière au grands ensemble* .France : la Découverte.
- Sonia Guelton,S et Flore,R .(2020) .*Les enjeux fonciers vus d'en bas : Quand les mobilisations des propriétaires fonciers se font citoyenne* Métropoles, (27) ,p17.