

UNIVERSITÉ MOULOD MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUES, COMMERCIALES ET
DES SCIENCES DE GESTION
DÉPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION



Mémoire de fin du cycle
En vue de l'obtention du diplôme de master
En gestion
Spécialité : Management stratégique

THÈME

Le financement des projets immobiliers
CNEP banque Tizi-Ouzou

Encadré par :

BEN MAKHLOUF Kenza
DJEBRANI Thanina

Présenter par :

M^{me}.DAHLAB Ania

Devant le jury composé de :

Président : M^{me} AISSAT Née LEGHIMA AMINA, PROFESSEUR UMMTO

Rapporteur : M^{me} ANIA DAHLAB MCB, UMMTO

Examineur : M^f Akkoul jugurta MCB, UMMTO

Promotion 2022

Remerciement

Nous remercions vivement notre promotrice Mme DAHLAB Ania de l'aide et du soutien qu'elle nous apporté pour la réalisation de ce travail nous saluons sa disponibilité son écoute, ces conseils à la fois éveilleurs et formateurs

Nous tenons à remercier Mlle DJADOUNE chargée de clientèle de la banque CNEP agence 201 pour son aide et sa disponibilité

Nous remercions toute l'équipe de la promotion immobilière BALOUL pour son investissement et ses différents services, pour leur encouragement et leurs conseils

Thanina & Kenza

Dédicaces

À ma très chère mère À mon très cher père
Qu'ils trouvent en moi la source de leur fierté A qui je dois tout. Quoique je
fasse ou que je dise, je ne vous remercierai jamais comme il se doit.

À mes chères sœurs adorées, Sarah; Yasmine ; TASSADIT, à tous les moments
d'enfance passés avec vous, en gage de ma profonde estime pour l'aide que vous
m'avez apporté.

À mon cher mari Amokrane BENAHMED, ta présence à mes côtés a été et sera
toujours ma source de force pour affronter tous les moments de ma vie. Merci
d'être la personne que tu es.

A ma binôme et amie Kenza Ben Makhoulouf merci pour ta présence et ta
réactivité.

Ma grand-mère, je te remercie pour tout.

A toute ma belle-famille BENAHMED

Thanina

Dédicaces

À ma très chère mère À mon très cher père
Qu'ils trouvent en moi la source de leur fierté A qui je dois tout. Quoique je
fasse ou que je dise, je ne vous remercierai jamais comme il se doit.

À mes chers frères adorés, Gaya et Bilal, à tous les moments d'enfance passés
avec vous, en gage de ma profonde estime pour l'aide que vous m'avez apporté.

A mon cher oncle Ahcen qui a été de main forte avec moi

A ma chère copine Lissia

A ma binôme et amie DJEBRANI Thanina merci pour ta présence et ta
réactivité.

Kenza

LISTE DES ABRÉVIATIONS

Liste des abréviations

AAP: Aide à l'Accession à la Propriété.

ADE : Algérienne Des Eaux

AP : Agence Principale.

APC : Assemblée Populaire Communale.

BADR : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural.

BNA: Banque Nationale d'Algérie.

CATNAT : Catastrophes Naturelles.

CCP : Comptes Courants Postaux.

CMT : Crédit à Moyen Terme.

CNAS : Caisse Nationale des Assurances Sociales.

CNEP: Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance.

CNL : Caisse Nationale du Logement.

CNT : Caisse Nationale du Logement.

CREM : Central des Risques Entreprises et Ménages

DCPS : Direction des Crédits Particuliers et Spécifiques.

DEJC : Direction des Etudes Juridiques et du Contentieux.

DRE : Direction de la Réglementation et des Etudes.

DSERC : Direction du Suivi des Engagements et du Recouvrement des Créances.

EPIC : Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial

EPIC: Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial.

FGCMPI: Fonds de Garantie et de Caution Mutuelle de Promotion Immobilière.

FR : Fond de Roulement.

IAD : Invalidité Absolue et Définitive.

LSP : Logement Social Participatif.

PME: Petites Moyens Entreprises.

PMI: Petites Moyens Industries.

RMN : Revenu Mensuel Net.

SARL : Société A Responsabilité Limite.

SATIM: Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique.

SGCI : Société de Garantie du Crédit Immobilier.

SIG: Système Interbancaire de Gestion.

SMIG : Salaire Minimum Interprofessionnel Garanti.

SRH: Société de Refinancement Hypothécaire.

TTC : Toute Taxe Comprise.

VEFA : Vent en Etat Future Achèvement

VSP : Vent Sur Plan

LISTE DES TABLEAUX

Liste des tableaux

Tableau N°1 : Les intervenants sur le marché immobilier.

Tableau N°2 : Normes internationales d'occupation.

Tableau N°3 : évaluation de quelques indicateurs du parc de logement.

Tableau N°4 : mode de calcul de la prime d'assurance.

Tableau N°5 : déblocage de crédit par tranche.

Tableau N°6 : logements vendus par crédit et tranches débloqués.

Tableau N°7 : lots vendus sans crédits bancaires.

LISTE DES FIGURES

LISTE DES FIGURE

Figure N°1: Évolution de la livraison des logements urbains et ruraux (hors auto construction) (1990-2015)

Figure N°2 : Évolution de la livraison des logements urbains par programme (1990-2015)

Figure N°3 : Évolution du rattachement au réseau eau, électricité, égout et gaz naturel (1966-2008)

Figure N°4 : Évolution de l'accroissement annuel de parc du logement et des nouveaux mariages enregistrés (1990-2015)

Figure N° 5:Évolution de la population algérienne résidente (1966-2016).En milliers

Figure N°6:Évolutions de la structure par âge de la population résidente

Figure N°7: Évolution de la densité selon les espaces de programmation territoriale

Figure N°8: Évolution de la population urbaine et rurale (1977-2008)

Figure N°9 : dispositif de financement de l'immobilier en Algérie

Sommaire

Introduction générale.....	01
Chapitre 1 : marche du logement et promotion immobilière	
Introduction au chapitre 1.....	07
Section 1 : l'immobilier en Algérie.....	07
Section 2 : l'activité de la promotion immobilière.....	23
Conclusion du chapitre 1	40
Chapitre 2 : le financement de l'offre immobilière crédit a la promotion	
Introduction au chapitre 2.....	42
Section 1 : le crédit immobilier aspect conceptuel.....	42
Section 2 : les différents intervenants et garanties du crédit et leurs dispositifs de financement	
Conclusion du chapitre 2.....	49
Chapitre 3 : le financent de la promotion immobilière par la CNEP banque	
Introduction au chapitre 3	59
Section 1 : le dispositif du financement de la banque CNEP agence 201	59
Section 2 : la constitution du projet en cours et son analyse financière.....	65
Conclusion du chapitre 3.....	72
Conclusion générale	74
bibliographie	

INTRODUCTION GÉNÉRALE

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Après une crise Covid-19 sans précédent dans l'histoire ; l'économie mondiale a été bouleversée les activités économiques dans le monde se sont vues à l'arrêt et le secteur immobilier n'y a pas échappé car effectivement le secteur immobilier dépend directement de la dynamique des autres secteurs.

Le marché immobilier algérien n'a pas fait exception l'activité de beaucoup de secteurs s'est vue ralenti voir gelée et l'activité dans le secteur immobilier algérien a connu un ralentissement considérable car effectivement après la hausse du niveau de chômage car oui la réalisation des projets immobiliers en Algérie repose essentiellement sur les crédits bancaires contractés par les particuliers auprès des banques commerciales Algériennes. Après ces deux dernières années le secteur commence à retrouver sa dynamique et sa principale caractéristique une très forte demande qui dépasse l'offre face à ce dilemme ce secteur a connu plusieurs réformes mises en place par l'Etat visant à se désengager vis-à-vis du financement de projets répondant à cette forte demande et à renforcer et développer le marché de l'hypothèque en responsabilisant les banques plus spécifiquement les banques commerciales et en créant plusieurs institutions financières et formules telles que L'Institution Chargée du Refinancement Hypothécaire (SRH), Société de Garantie de Crédit Immobiliers (SGCI), Fonds de Garantie et de caution Mutuelle de la Promotion Immobilière (FGCMPI), ainsi de l'acquisition de logements, sous plusieurs formes Logement Social Participatifs (LSP), Vente Sur Plan (VSP), l'auto construction.

Malgré les réformes et ses différentes formules, le gouvernement algérien peine toujours à satisfaire la demande qui est en perpétuelle croissance. Ceci nous pousse à nous douter de ces différentes formules de gestion et financement des projets immobiliers en l'occurrence une en particulier celle du financement des projets immobiliers par CNEP banque et nous ne sommes posés une problématique

Problématique

« Comment s'effectue le financement des projets immobiliers en Algérie par la CNEP banque et quels sont les risques qui y sont liés et comment ces derniers sont-ils gérés ? ».

Pour une analyse plus approfondie de notre thématique nous avons posé d'autres questions secondaires :

-Comment se porte le marché de l'immobilier Algérien ?

INTRODUCTION GÉNÉRALE

-Quels sont les principaux intervenants dans un marché immobilier. Et quel est le rôle de chacun d'entre eux ?

-En quoi consiste le nouveau dispositif de financement actuel ?

-Comment les risques sont-ils gérés et quelle méthode pour les prévenir ?

-Comment les crédits sont-ils traités au niveau de la CNEP banque ?

-Hypothèses

Pour parvenir à répondre à notre problématique nous avons émis les hypothèses suivantes :

H1 : la **CNEP** banque verse la totalité du crédit au profit de la promotion immobilière puis la promotion immobilière entame la réalisation du projet.

H2 : les crédits destinés au lot à usage d'habitation se virent directement au profit de la promotion à fin de réaliser sa construction.

-Les raisons du choix du thème

-L'ampleur de la crise du logement en Algérie.

-Elargir nos connaissances dans le domaine de l'immobilier.

-Acquérir une expérience professionnelle.

-mettre en pratique les informations recueillies durant notre formation universitaire.

-Objectifs du travail

-Etudier le marché de l'immobilier en Algérie.

-Connaitre les différents intervenants et le processus du financement des logements en Algérie.

-mettre en avant le rôle des institutions financières dans notre cas CNEP banque dans le marché de l'immobilier.

INTRODUCTION GÉNÉRALE

-la méthode et technique utilisé¹

Pour entamer le travail sur notre thème une méthodologie de travail doit être mise en place, car la valeur d'un travail de recherche dépend essentiellement de méthodes qui y sont utilisés.

Chaque thème a une méthode et un processus de travail à suivre en l'occurrence afin de réaliser notre thème et de comprendre le financement des projets immobiliers nous avons opté pour la méthode (quantitative et qualitative) .qui est la plus adéquaté pour la nature de notre thème.

L'étude qualitative : est descriptive et se concentre sur des interprétations. Les résultats sont exprimés avec des mots.

L'étude quantitative : permet de prouver ou démontrer des faits. Les résultats sont exprimés en chiffres (statistiques).

L'entretien directif : L'entretien directif (ou "entretien normalisé") est une méthode de collecte de données à mi-chemin entre l'étude qualitative et l'étude quantitative. Le chercheur dirige les individus interrogés tout au long de l'échange et pose des questions à réponses courtes ou fermées. Elles prennent souvent la forme d'un questionnaire.

Recherche documentaire : La recherche documentaire est une méthode de collecte de données que vous utilisez dès que vous avez à rédiger un mémoire ou une thèse. Pour la recherche documentaire, seules des données antérieures sont utilisées, c'est-à-dire les données déjà collectées par d'autres chercheurs.

Recherche d'observation : Pour la recherche d'observation, vous collectez des données en observant le comportement réel de votre échantillon. Observer signifie regarder, écouter et juger. La recherche observatoire est donc une méthode d'observation pour collecter des données. Avec ces observations, vous pouvez, par exemple, enquêter sur un sujet peu connu ou étudier une personne / un phénomène dans son environnement naturel.

¹<https://www.scribbr.fr/methodologie/differentes-methodes-de-recherche/>

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Structuration du travail

1^{er} chapitre : Dans le premier chapitre nous allons aborder les généralités et les notions de base à connaître sur l'immobilier, en l'occurrence le bien immobilier et le marché de l'immobilier mais aussi nous la politique de logement algérienne et le marché du logement algérien et son évolution .Nous parlerons aussi dans la deuxième section de la promotion immobilière qui est l'un des intervenants principaux dans la marche immobilier Algérien. En effet elle sera présentée et défini selon la constitution algérienne on parlera aussi de son rôle et les différents intervenants au sein de cette promotion.

2eme chapitre : chapitre nous allons traiter le financement des projets immobiliers, nous parlerons de l'organisme de financement en L'occurrence la banque le .nous aborderons aussi les démarches à suivre pour financer un projet immobilier et la création du dossier, les risques qui y sont liés et la gestion de ces derniers.

3eme chapitre : qui fera office de synthèse de notre stage au sein de la CNEP banque nous présenterons l'organisme et nous parlerons de notre expérience lors de ce stage tout cela accompagne bien sûr d'un bon nombre de documents afin d'illustrer les informations avancées.

CHAPITRE 1
MARCHE DU
LOGEMENT ET
PROMOTION
IMMOBILIERE

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Introduction au chapitre I

L'immobilier étant un domaine qui intègre un grand nombre d'indicateurs politiques ; économiques ; socioculturelle et techniques, occupe une place très pertinente dans l'économie d'une nation. sa place a été très tôt reconnu, c'est le premier indice de prospérité .c'est devenu par la suite la préoccupation des gouvernements soucieux d'assurer un logement pour tous

Le secteur de l'immobilier contient plusieurs actifs qu'il est nécessaire de connaître et nécessaire d'en connaître les caractéristiques afin de mener une analyse approfondie d'un secteur aussi porteur que l'immobilier dans le monde mais aussi en Algérie.

Dans ce chapitre nous allons présenter le marché immobilier et ses composantes et caractéristiques mais aussi parler du marché immobilier algérien et de la promotion immobilière dans son contexte ses caractéristiques et activités.

Section1 : immobilier en Algérie

Dans cette section nous parlerons essentiellement du marché du logement d'un point de vue global mais aussi du marché Algérien

1. Généralités sur l'immobilier²

Nous nous devons avant tout de parler du marché immobilier et ses principales caractéristiques

1.1. Définition du bien immobilier³

Un bien immobilier est un bien physique ayant une assiette fixe et immobile qui ne peut être déplacé sans détérioration et une longue durée de vie économique, cela peut concerner les terrains, les appartements, les maisons...etc.

1.2. Types de biens immobiliers

On peut classer ces biens immobiliers en 3 catégories différentes deux catégories principales et une hybride :

- L'immobilier résidentiel;

² Jean François selaudoux jean rioufoul « Le marché de l'immobilier » édition "QUE SAIS JE"2005 de la page 23 a 28

³<https://achat-immobilier.ooreka.fr/astuce/voir/462645/biens-immobiliers>

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

- L'immobilier professionnel;
- -Autres types de biens immobiliers.

1.2.1. L'immobilier résidentiel

Il s'agit de biens construits dans l'intention de loger des personnes, on y trouve :

- Le logement : c'est d'une façon général un local destiné à l'habitation des ménages.
- Les résidences avec services : ces résidences offrent des services spécifiques à une catégorie précise.
- Les résidences de tourisme : pour accueillir les touristes comme les hôtels et les auberges.

1.2.2. L'immobilier professionnel

Ce sont tous les biens à usage professionnel, on y trouve essentiellement:

L'immobilier de bureau: ce type d'immobilier abrite des activités relatives à la direction sans aucune manipulation de marchandises ;

L'immobilier industriel: ces immeubles abritent les activités industrielles, de la fabrication, même le stockage des marchandises. Par exemples: les usines ;

L'immobilier commercial: ces immeubles abritent l'activité commerciale telle que les centres commerciaux.

1.2.3. Autres types de biens immobiliers

On trouve dans cette catégorie d'autres biens qui sont destinés à autres différents usages et exploitations. On cite par exemple les mosquées, les écoles, les hôpitaux.

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

2. Le marché de l'immobilier

Étant l'un des éléments essentiels de notre recherche nous nous devons de parler de :

2.1. Définition du marché immobilier⁴

Le marché immobilier est défini comme étant le résultat des transactions réalisées sur les biens immobiliers et en particulier sur les logements qui en constituent la part la plus importante. La demande dépend essentiellement des facteurs liés à la démographie, les revenus les taux d'intérêt et la fiscalité, auxquels s'ajoutent quelques facteurs subjectifs difficilement quantifiables, propres à la détention des biens de longue durée. L'offre quant à elle évolue en fonction de l'abondance ou de la rareté des terrains, des capacités de production et du volume des capitaux disponibles. La majorité de ces éléments sont influencés par les décisions prises par le pouvoir politique pour lequel l'immobilier est un secteur particulièrement attrayant

2.2. Segmentation du marché de l'immobilier

Le marché de l'immobilier se subdivise en deux catégories; le marché primaire et le marché secondaire.

2.2.1-Le marché primaire

Est considéré comme primaire le marché sur lequel sont proposés à la cession ou à la location des biens immeubles neufs.

2.2.2-Le marché secondaire

C'est le marché de l'occasion, au sein duquel les opérations d'achat, revente ou de location s'articulent autour d'immeubles déjà utilisés dans le marché primaire.

2.3-Les intervenants sur les marchés immobiliers

Ci-dessous nous allons illustrer les intervenants du marché immobilier sous forme de tableau :

⁴ Jean François selaudoux jean rioufoul « Le marché de l'immobilier » édition "QUE SAIS JE"2005 de la page 23 a 28

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Tableau N°1 : les intervenants du marché immobilier

Intervenant	Définition et rôle
Le notaire	Son rôle principal consiste -Rédaction de promesses de vente, d'actes de vente et d'actes d'hypothèque ; - vérifier le titre ; - Faire signer les parties ; - Enregistrer la garantie, tout répond aux conditions requises par le prêteur. -Fournir un rapport final attestant une bonne et valable hypothèque du rang exigée.
L'Assemblée populaire communale APC	Le rôle de cet intervenant est de délivrer les certificats de conformité et les permis de construire. Elle est responsable de vérifier la conformité aux règlements du code du bâtiment.
La conservation foncière	Sa fonction principale est de déterminer et de faire connaître les droits de propriété et autres droits réels existant sur les immeubles par le biais de la publicité foncière.

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

L'arpenteur géomètre	L'intervention du géomètre comprend l'établissement d'un document officiel donnant les coordonnées exactes du terrain en question
Le maître de l'ouvrage	Le maître de l'ouvrage est : « toute personne physique ou morale qui prend la responsabilité pour elle-même de réaliser ou transformer une construction sur un terrain dont elle est propriétaire ou dont elle a acquis les droits à construire.»
Le maître d'œuvre	Toute personne physique ou morale ayant la qualification et les compétences nécessaires, désignée par le maître de l'ouvrage pour la réalisation, l'étude et/ou le suivi des travaux ; il peut être un architecte ou un bureau d'études.
Promoteur immobilier	« 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 ces interventions ou l'aménagement et l'habilitation de réseaux, en vue de les vendre ou de les louer»

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Les organismes prêteurs	Se sont les institutions financières les banques qui jouent un rôle primordial dans le financement du projet immobilier a travers les crédits accordés.
Les organismes de control	L'Etat a mis en place des organismes de contrôle, leurs missions principales est de vérifier la conformité des travaux avec la législation en vigueur et les normes de l'urbanisme, et le principal organisme de contrôle est le CTC (contrôle technique de constructions) qui est un établissement public à caractère industriel et commercial créée par l'ordonnance n° 71-85 bis du 29 Décembre 1971. La mission principale des organismes de contrôle technique est la normalisation des risques par la réduction de la fréquence des sinistres garantis par l'assurance au titre de la responsabilité décennale, de telle sorte que, sur l'ensemble des chantiers contrôlés, la garantie reste économiquement satisfaisante pour l'assureur, tout en procurant au maître d'ouvrage et à l'exploitant une sécurité suffisante

Source : réalise a l'issus de nos efforts personnels

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

3. l'immobilier en Algérie

Le logement est sans conteste l'élément le plus sensible pour la croissance du niveau de vie des populations.

3.1 politique du logement en Algérie ⁵

L'examen de la politique du logement en Algérie permet de distinguer deux périodes la période avant 1987 et la période post 1987 la première période a connu une grande prédominance de l'Etat qui était le gestionnaire et promoteur dominant. Le secteur de l'habitat n'était pas prioritaire et la production du logement restait en retrait par rapport au secteur de l'industrie.

Puis le gouvernement a adopté certain nombre de mesures afin de prendre en charge la crise dans le secteur. Ces dernières étaient caractérisées à partir de 1967 par des plans nationaux de développement où les ressources étaient principalement budgétaires et où l'encadrement et le financement concernait les logements sociaux cependant les limites de ce système ont été démontrées par la crise des années 80.

Dans les premières politiques mises en œuvre après l'indépendance, le secteur de l'habitat n'était pas prioritaire et la production du logement restait en retrait par rapport au secteur de l'industrie (BENMATTI.N, 1982)⁶. Jusqu'au milieu des années quatre-vingt, l'Etat était le seul gestionnaire de la problématique du logement, puis après le gouvernement a adopté un certain nombre de mesures afin de prendre en charge la crise dans le secteur. Ces politiques étaient caractérisées à partir de 1967 par les plans nationaux de développement où les ressources étaient principalement budgétaires et l'encadrement de ce financement concernait le logement social. Cependant, La crise mondiale des années 80, a montré les limites de ce système et le désengagement de l'Etat du financement total du secteur était nécessaire.

Durant la période du programme d'ajustement structurel, des mesures spécifiques relatives au secteur du logement, notamment en matière de financement ont été entreprises. Les procédures envisagées n'étaient pas sans doute sans effets. Les contractions budgétaires se sont accompagnées d'une liquidation des unités publiques économiques et une compression des effectifs, notamment celles du secteur du Bâtiment et des Travaux Publics (BTP) .La

⁵ lasla Yamina oukaci Kamel L'ouvrage le marché du logement en Algérie qu'elle état des lieux, université de Béjaïa 2017

⁶ Nadir benmatti L'habitat au tiers monde (cas Algérie), SNED ,1982 page 132 /133

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

restructuration des entreprises publiques s'est imposée suite aux difficultés que vivaient les entreprises publiques, à savoir le désinvestissement prolongé depuis 1986.

Dans le domaine de la construction, l'adoption d'une nouvelle stratégie avait pour conséquence la promulgation de la loi sur la promotion immobilière (1986) (La loi n°86-07) en tant que premier élément de changement. Cette loi a donné la possibilité à toute personne morale ou physique, ayant la capacité technique et financière pour les orienter vers la construction.

Le mode d'intervention de l'Etat dans le domaine du logement s'est progressivement diversifié et les programmes sociaux se sont appuyés par diverses formules d'offre destinées à l'accession à la propriété. En plus du logement promotionnel et du logement social locatif qui a constitué pendant long temps le référentiel des politiques du secteur en Algérie, de nouveaux programmes ont été mis en place. Il s'agit du Logement Social Participatif (LSP); La location vente (LV) ; Le programme d'aide à l'habitat rural ; Le Logement Promotionnel Aidé (LPA), venant en remplacement aux formule (LV) et(LSP) et enfin le Logement Public Promotionnel(LPP). L'Etat a entrepris également des reformes visant à dynamiser l'offre de logements ; La violence affichée étant d'accéder a un marché immobilier plus ouvert a l'initiative privée nationale et étrangère. Il s'agit des entreprises publiques, à savoir : Les Office de promotion et gestion immobilière (OPGI), L'agence pour l'Amélioration et le Développement du Logement (AADL), des opérateurs privés nationaux et des entreprises étrangères.

Les autorités constataient que le financement du logement ne pouvait être assuré par le seul moyen des dotations budgétaires annuelles et des subventions. Par conséquent, la mise en place de moyens favorisant la mobilisation des capacités financières et une collecte des ressources était nécessaire. Dans cette mesure, des réformes dans le domaine du financement du logement ont été engagées, dans le but d'assurer un passage vers la bancarisation du financement du logement. L'objectif étant de réduire la charge sur le trésor public, par une implication des banques dans le processus de financement et la participation des ménages dans l'effort de financement de leurs logements.

A partir de 1997, le système de financement du logement connaissait une évolution caractérisée au niveau des ressources de financement par une implication des banques dans le processus de financement du logement et une transformation de la CNEP, et au niveau

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

institutionnel par la mise en place d'institutions nouvelles chargées du refinancement et de la solvabilité de la demande.

Le rôle de ces institutions financières spécialisées vient compléter celui des banques publiques et privée intervenants dans l'octroi des crédits immobiliers, ainsi que celui de la Caisse Nationale du Logement (CNL), en tant que principal canal de distribution des aides aux acquéreurs d'un logement neuf ou bien pour la réalisation d'un logement rural. Ce dispositif était destiné à solvabiliser les ménages à revenu intermédiaires à travers l'octroi d'aides modulées en fonction de leur revenus et une bonification des taux d'intérêt.

Paradoxalement, le secteur du logement n'arrive pas à atteindre les objectifs qui lui ont été assignés. Un examen de la situation de l'offre et de la demande de logement dans le secteur, nous permettra d'apprécier les logiques qui le sous-tendent.

3.2. Le marché de l'immobilier Algérien ⁷

Le logement est un bien répondant à un besoin social et un investissement qui stimule l'économie nationale et contribue à la formation du PIB, à la création d'emploi, ainsi qu'au dynamisme des autres secteurs. La valeur ajoutée du secteur Bâtiment et Travaux Publics (BTP) est estimée à 1 908,2 milliards de dinars, représentant 11,5 % du PIB et 15,4 % de la valeur ajoutée de la sphère réelle (BA, 2015). La construction en Algérie mobilise également une main d'œuvre importante, estimée à environ 1,78 millions de travailleurs (BA, 2015), représentant 16,8% de la population totale occupée.

3.2.1 L'examen de l'offre de logement

La situation de l'offre sera appréhendée principalement à travers un examen de l'évolution de la livraison des logements et de la situation du parc existant, en terme quantitatif et qualitatif.

L'examen du bilan physique en matière de production de logements au titre de la période 1990-2015 (Figure n°1), indique que la livraison des logements était irrégulière. Le volume annuel moyen de livraison est passé de 39121 logements au cours de la période 1990-1993, à plus de 113208 logements entre 1994 et 2012. Tout en enregistrant une chute pour les années 2003 et 2004. L'accroissement de la cadence de livraison a caractérisé la période 2012-2014, où une plus forte croissance est enregistrée, pour atteindre 310267 logements livrés en 2015.

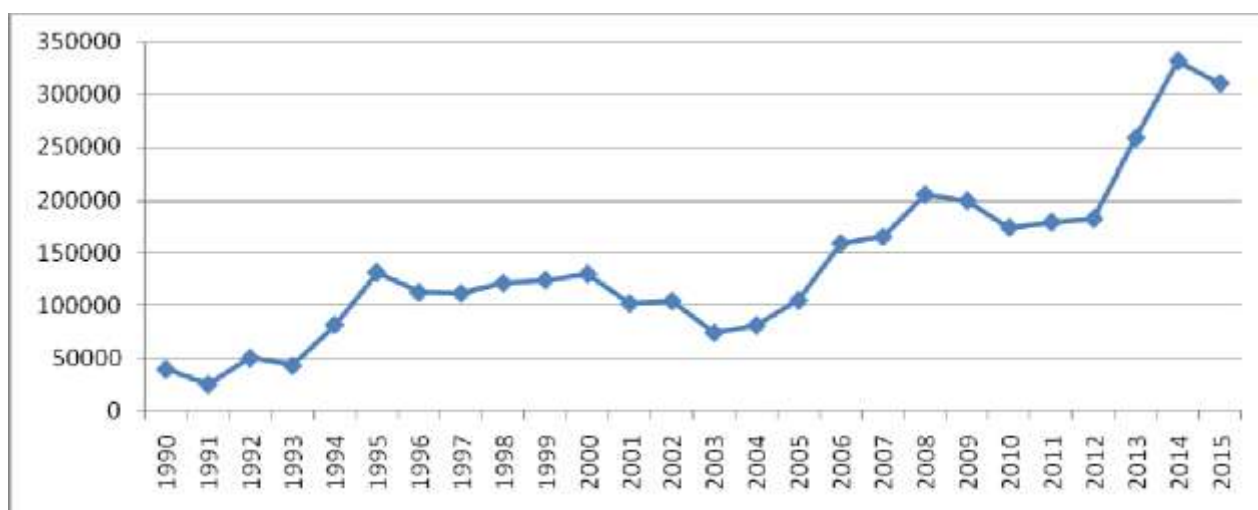
⁷ lasla Yamina oukaci Kamel « le marché du logement en Algérie qu'elle état des lieux », université de Béjaïa 2017

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Le début de la décennie 90 était marqué par l'introduction de nouvelles formules d'accès à un logement, dont les premières livraisons ont concerné celles du logement social participatif et la location, vente, respectivement en 1995 et 2004.

Au cours de la période 2013 - 2015, 299469 logements en moyenne ont été livrés, dont plus de 48% de logements aidés urbains et 32,4% de sociaux locatifs. De ce fait, on enregistre une forte présence du logement aidé, dont la livraison se compense souvent avec celle du social. Quant aux logements promotionnels, pendant 26 ans le total livré était de 250203 unités, soit moins de 20% de celui enregistré pour le logement social (Figure n°2). Ces données donnent l'idée de l'ampleur du financement public du logement en Algérie.

Figure N°1: Évolution de la livraison des logements urbains et ruraux (hors auto construction) (1990-2015)⁸



Source : Réalisé à partir des données du Ministère de l'Habitat et de l'Urbanisme (MHU).

L'objectif des autorités en matière de désengagement de la production du logement social lancé depuis le début des années 90 n'a jamais été atteint ; Le programme du logement aidé et social domine toujours. Une situation qui implique davantage l'Etat dans le processus de production, où son intervention reste toujours significative.

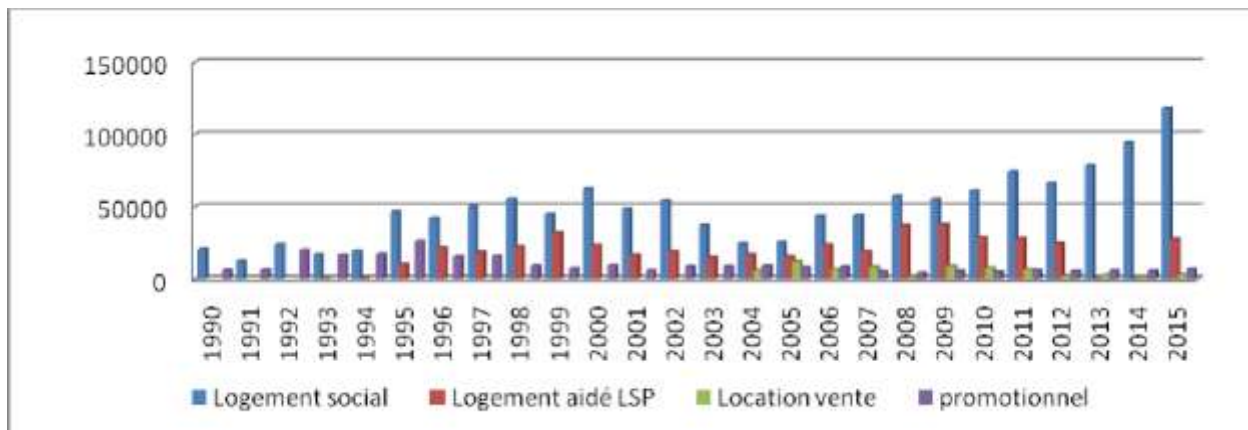
L'activité de réalisation étant dominée par les entreprises publiques avant les restructurations des années 80 et 90 et la dissolution de plusieurs d'entre elles. Les mesures de libéralisation ont permis l'élargissement du champ d'intervention des opérateurs privés

⁸ Iasla Yamina oukaci Kamel L'ouvrage le marché du logement en Algérie qu'elle état des lieux, université de Béjaïa 2017

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

nationaux. Actuellement la présence d'entreprises étrangères sur le marché de la construction reste importante.

Figure N°2 : Évolution de la livraison des logements urbains par programme (1990-2015)



Source : Réalisé par nos soins à partir des données du Ministère de l'Habitat et de l'Urbanisme (MHU)

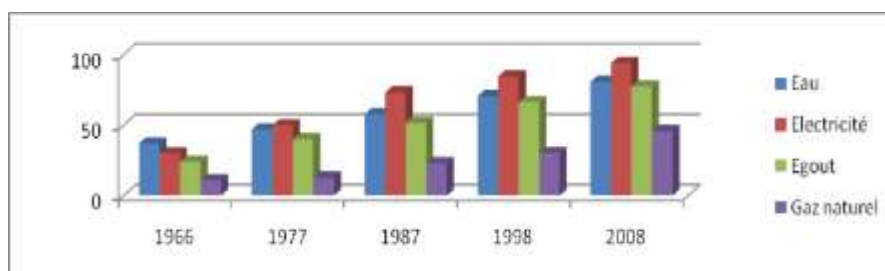
Le parc immobilier a été estimé en 2016 à 8787843 unités (MHU), dont 85000 logements ont été construits avant 1945, 950000 unités durant la période (1945-1954), et 148000 autres unités pendant (1954-1962) (CNES, 1995). Dans beaucoup de cas, ce parc ne répondait pas aux normes admises en matière d'habitat :

- 19,2% des logements non raccordés aux canalisations d'eau.
- 11,7% Sans cuisine.
- 34,8% Sans salle de bain.
- 8,6% Sans toilette
- 22,5% Sans système d'égout.
- 54,2% Sans gaz naturel.

Un nombre important de logements ne présentent pas les conditions minimales de confort, malgré l'amélioration enregistrée au niveau de certains indicateurs sur les logements depuis l'indépendance (Figure n°3). Cependant, les données relatives au rattachement au gaz naturel, montrent toujours des taux relativement faibles même en 2008, notamment en milieux ruraux qui enregistrent toujours des retards en matière de commodités par rapport aux milieux urbains.

CHAPITRE 1 MARCHÉ DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Figure N°3 : Évolution du rattachement au réseau eau, électricité, égout et gaz naturel (1966-2008)



Source : Réalisé à partir des données des différents RGHP.

La vacance est considérée comme un indicateur de tension sur le marché ; L'existence de forte vacance en matière de logements peut démontrer une détente du marché ou indiquer une importante demande insatisfaite.

Le parc de logement en Algérie présente des taux de vacance relativement importants. Selon le RGHP de 2008, 932610 logements seraient vacants en Algérie, soit 13,95% du parc logement. Un taux qui est inférieur à celui enregistré avant 10 ans et qui était de 18,77%.

Cependant, des difficultés d'interprétation pouvaient être survenues lors du recensement. Celui de 1998 s'est également déroulé fin juin, début juillet, qui a été une période de vacances. L'instauration d'un système de taxation peut inciter les propriétaires des logements vides à vendre leur bien ou à le mettre en location, contribuant ainsi à accroître l'offre globale de logement.

La croissance rapide de la population présente des conséquences sur tous les secteurs, notamment celui du logement et conduit à l'accroissement des besoins en matière d'habitation et un surpeuplement des logements. Ce dernier peut être apprécié principalement par le Taux d'Occupation moyen par Logement (TOL) et le taux d'occupation par pièce (TOP). L'allure qu'a connu le parc logement a permis une légère amélioration en 2008 au niveau du taux d'occupation par logement qui enregistrait 6,4 contre 7,13 et 7,54 respectivement en 1998 et 1987, des chiffres qui ne répondent pas à la norme admise qui est de l'ordre de 5 personnes (CNES, 1995), cette évolution peut être expliquée également par l'importance des logements inoccupés.

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Le TOP quant à lui s'est nettement amélioré en passant de 2,78 en 1966 à 2,2 en 2008, mais qui reste loin des normes internationales, comme il est indiqué dans le tableau ci-dessous :

Tableau N°2 : Les normes internationales d'occupation des pièces

En moyenne dans une pièce	0,1à0,7	0,8à1,1	1,2à2,0	2,1à3,3	3,4etplus
Normes de peuplement	Sous-peuplement	normal	acceptable	Critique	Intolérable

Source : réalisée à l'issus de nos efforts personnels

Le nombre de ménage est passé de 2031167 en 1966 à 5814236 en 2008, une évolution qui devrait s'accompagner d'un accroissement proportionnel du nombre de logements. Cependant, la formation de ménages progresse plus rapidement que l'offre de logement au moment où la taille moyenne n'enregistre pas une évolution similaire. Ce qui est expliqué par le comportement de cohabitation.

Tableau N°3 : Évolution de quelques indicateurs du parc des logements

	1966	1977	1987	1998	2008
Nombre de ménages	2031167	2349518	3183137	4425521	5814236
Taille moyenne des ménages	5,91	6,65	7,10	6,58	5,86
Taux d'occupation par logement (TOL)	6,10	6,83	7,54	7,13	6,4
Taux d'occupation par pièces(TOP)	2,78	3,17	2,65	2,64	2,2

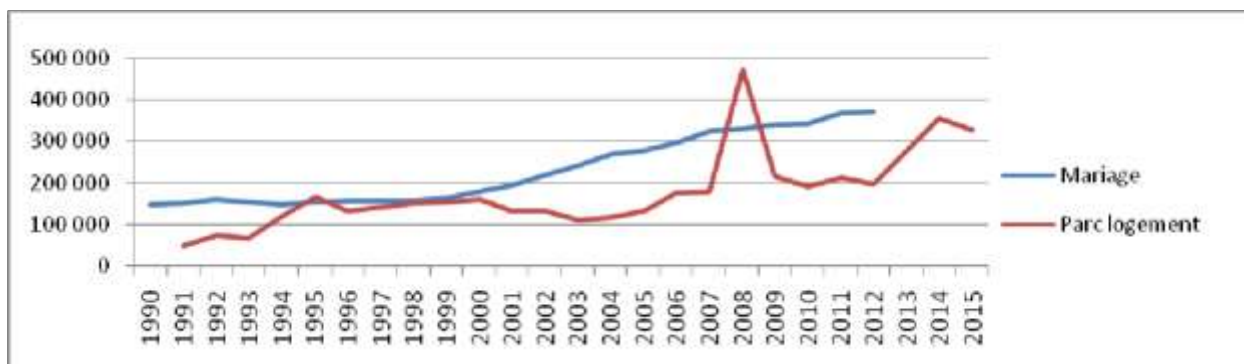
Source : réalisée à l'issus de nos efforts personnels

Le nombre de mariages enregistrés ou bien de nouveaux couples cherchant à s'installer dans des maisons indépendantes, augmente plus vite que les logements

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

disponibles, qui restent au deçà des besoins exprimés (Figure n°4). Ce décalage ne représente qu'un élément du besoin total en logements et le déficit reste plus important.

Figure N°4 : Évolution de l'accroissement annuel de parc du logement et des nouveaux mariages enregistrés (1990-2015)

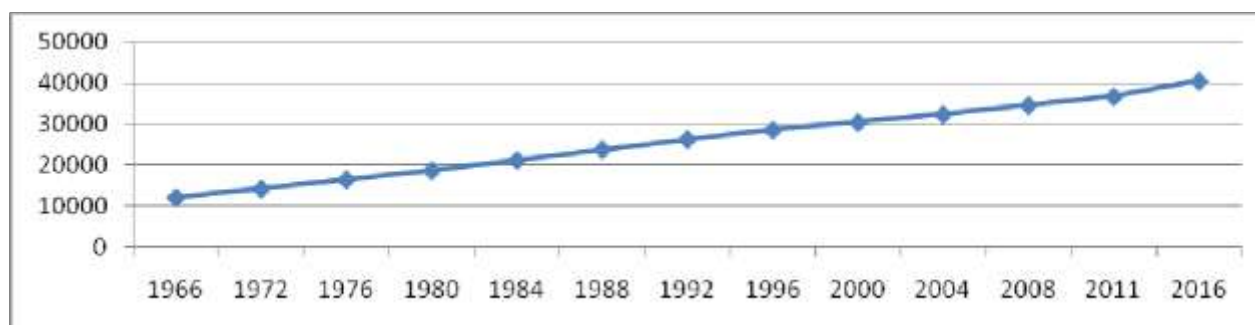


Réalisé partir des données du MHU et ONS (2014). Annuaire statistique de l'Algérie, volume n°30

3.2.2- La situation de la demande

L'examen de l'évolution de la population et du phénomène d'urbanisation est important du faite de son importance dans l'estimation des besoins de la population, notamment en matière de logement. L'Algérie compte le 1janvier 2016 environ 40,4 millions d'habitants (ONS), et selon les projections sa population totale atteindra 55 millions d'habitants entre 2050 et 210033. La population ne cesse pas de progresser depuis l'indépendance, en suivant un rythme accéléré, en passant de 12,09 millions en 1966 à 40,5 millions en 2016.

Figure N°5:Évolution de la population algérienne résidente (1966-2016).En milliers



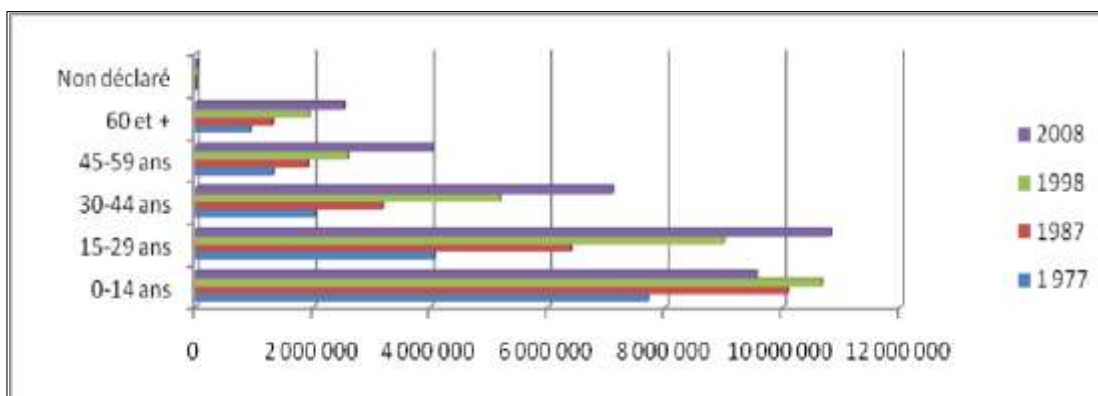
Source : ONS (2013). Rétrospective statistique 1962-2011

La répartition de la population par tranche d'âge fait ressortir clairement sa relative jeunesse. En effet, en 2008 les personnes âgées moins de 40ans représentent 25456894

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

habitants, soit 74,70% de la population totale, avec une dominance des jeunes ayant de 20 ans à 24 ans. La population des moins de 15 ans représente 28,03% en 2008 contre 36,16% en 1998 et 44% et 48% successivement pour 1987 et 1977 (Figure n°6). Ce recule était dû à la baisse de la natalité et par conséquent du rythme de la croissance démographique. La proportion de la population ayant 65 ans et plus a enregistré un accroissement en passant de 3,99% en 1977 à 5,44% en 2008 tout en enregistrant une légère diminution en 1987. Cette évolution est la conséquence de l'augmentation de l'espérance de vie conjugué à une diminution du taux de croissance démographique.

Figure N°6: Évolutions de la structure par âge de la population résidente

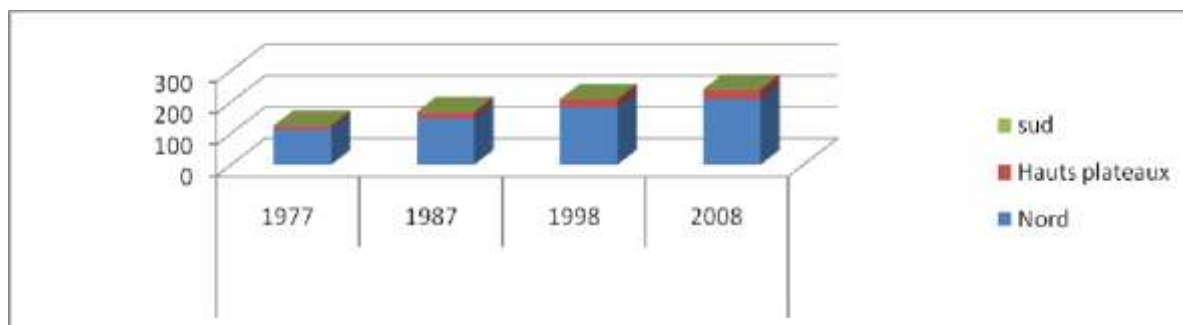


Source: Réalisé par nos soins à partir des données des différents RGPH.

L'accroissement de la population s'est accompagné d'une accélération du rythme d'urbanisation avec une densité de peuplement fortement contrastée. La population ne se répartit pas de manière égale sur l'ensemble du territoire du pays. La répartition spéciale de la population en Algérie montre leur concentration au niveau du nord. La densité est contrastée également à l'intérieur de chacun des trois grands ensembles de l'espace physique Algérien (Figure n°7).

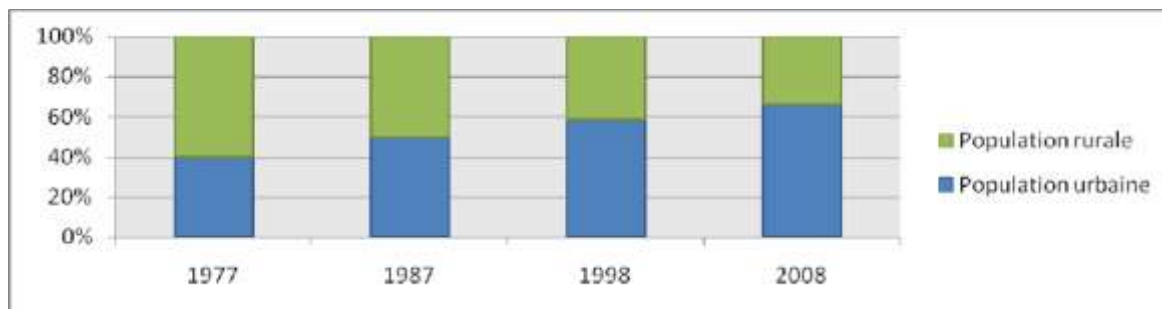
CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Figure N°7: Évolution de la densité selon les espaces de programmation territoriale⁹



Après l'indépendance, le pays a enregistré une forte croissance de la population urbaine qui est passée de 6 686 785 millions d'habitants en 1977 à 22 471 179 millions en 2008. Ainsi, la part de la population urbaine par rapport à la population totale a considérablement augmentée en passant de 39,45% en 1977 à 69,94% en 2008(Figure n° 8) .Les conséquences de cette croissance urbaine sont plus ressenties dans les grandes villes. Parmi les causes expliquant cette évolution on citera : La forte croissance démographique ; Les migrations vers les zones urbaines ; Les agglomérations élues et/ou déchues de leur statut urbain et le passage d'un certain nombre de ruraux dans la catégorie des citadins (ONS, 2001).

Figure N°8: Évolution de la population urbaine et rurale (1977-2008)



Source : Réalisé par nos soins à partir de : ONS (2013). Rétrospective statistique 1962-2011 , Juin 2013.

⁹ : Réalisé par nos soins à partir de : ONS (2011). Armature urbaine-RGPH 2008, Collection statistique n° 163 , Septembre 2011 et RGPH

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Section 2 : l'activité de la promotion immobilière

Dans cette section nous allons présenter l'activité de la promotion immobilière en citons ces différentes formes et types et les intervenant dans ces différentes opérations

1. la promotion immobilière en Algérie

Dans ce qui suit nous allons présenter la promotion immobilière.

1.1. Définition de la promotion immobilière¹⁰

En 1993, la définition est légèrement atténuée puisque « l'activité de promotion immobilière regroupe l'ensemble des actions concourant à la réalisation ou à la rénovation de biens immobiliers destinés à la vente, la location ou la satisfaction de besoins propres ». (Article 2 du décret législatif du 1er mars 1993 relatif à l'activité immobilière).

Récemment, un conseil interministériel s'est penché sur la question de la promotion immobilière (Novembre 2006) et le Président de la République a donné des orientations précises sur l'évolution de la législation dans ce domaine afin d'assouplir les procédures. Ce qui devrait intervenir probablement au courant de l'année 2007, quoique les élections législatives prévues en Algérie pourraient retarder la promulgation de textes nouveaux régissant la matière. De nombreux observateurs étrangers estiment que l'Algérie traverse certes une période faste avec pour l'année 2006 une croissance s'élevant d'après le Fonds Monétaire International (FMI) à 3 % et une inflation sous contrôle, mais avec des retards importants et un taux de chômage important (15,3 % fin 2005). Dans le domaine de la construction par des entités étrangères, depuis quelques années des entreprises étrangères ont réalisées en Algérie des immeubles de bureaux et d'habitation. Il s'agit de sociétés du Moyen Orient. En 2005, les Saoudiens, les Koweïtiens et les Egyptiens ont accaparé près de la moitié des investissements directs étrangers (IDE) attirés par l'Algérie. L'Arabie saoudite, le Koweït et l'Egypte ont investi à eux seuls 1,622 milliard d'euros en Algérie en 2005, soit plus de 46 % du total. Dans l'ordre, ces trois pays ont investi 214, 805 et 603 millions d'euros, soit des parts de 6, 23 et 17,2 % respectivement. Les Emirats Arabes Unies ont également investi dans ce domaine. Il y a donc de nouvelles données dans ce secteur et de nouveaux textes viendront encadrer l'activité de promotion immobilière. Par contre, les textes sur la construction et

¹⁰La loi n°11-04 du 17 Février 2011 fixant les règles régissant l'activité immobilière.

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

l'urbanisme sont assez complets. Ce sera l'objet de la seconde partie de ce document, après avoir examiné la législation relative à la promotion immobilière proprement dite (1ère partie). En troisième partie, j'évoquerais la question foncière avant de me pencher sur les questions d'ordre fiscal et sur le rapatriement des dividendes. Je donnerais quelques notions sur le droit à l'enregistrement.

La promotion immobilière est « modulée en fonction des besoins sociaux en matière d'habitat, elle consiste en la construction d'immeubles ou d'ensembles d'immeubles à usage principal d'habitation.... »¹¹.

Du fait de la crise aiguë en matière de logements, le législateur favorise « l'habitat de type collectif et semi collectif, particulièrement en milieu urbain »¹²

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

1.2.Types de promotions immobilières

Il existe plusieurs types de promotion immobilière

1.2.1. La promotion immobilière publique

Les principaux opérateurs de la promotion immobilière publique sont

- Les O.P.G.I office de promotion et de gestion immobilière
- les collectivités locales

1.2.2. La promotion immobilière privée

La promotion immobilière privée avait pour objectifs de donner une dynamique nouvelle au secteur de la construction et de soulager un secteur public en difficulté ; en effet, celui-ci ne pouvait répondre de manière concrète à la très forte demande en logements sociaux; malheureusement cette dynamique avait pris une orientation différente de celle qui était prévue par ses initiateurs ; en effet alors que la demande était dirigée vers les logements de la

¹¹ Article 3 alinéa 2 décret législatif n° 93-03 du 1er mars 1993, relatif à l'activité immobilière

¹² Article 5 décret législatif n° 93-03 du 1er mars 1993, relatif à l'activité immobilière

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

catégorie dite « sociale », la production immobilière privée s'était préoccupée des logements de la catégorie « grand standing » avec une forte proportion de logements « individuels » ; le décalage entre l'offre et la demande n'aura pas été modifié de manière sensible.

Durant de nombreuses années, le logement promotionnel était initié uniquement par des organismes publics ; seuls, les collectivités locales, les administrations avaient la possibilité d'initier les programmes de logements promotionnels au profit de leurs administrés.

Ainsi, le citoyen désireux d'acquérir un logement dans le cadre de la promotion immobilière et disposant de moyens suffisants, pourra trouver une réponse à ses préoccupations, des lors que les principes et les garanties relatives à l'accession à la propriété du logement sont arrêtées.

L'objectif du législateur vise l'intégration de l'épargne privée dans l'effort national de construction des logements ; un ensemble de mesures incitatives sont prévues dans ce sens ; d'autres mesures sont destinées à décourager la spéculation.

1.3. Les formes de la promotion immobilière ¹³

La promotion immobilière en Algérie, se présente sous deux formes différentes :

1.3.1. La forme directe

Dans ce type de promotion immobilière, le bailleur de fonds assure lui-même le financement, ainsi que la maîtrise de l'ouvrage et sa responsabilité se trouve engagée entièrement, dans une éventuelle anomalie entachant le projet.

1.3.2. La forme indirecte

Elle se distingue de la forme directe, par le seul fait, que le bailleur de fonds s'occupe uniquement du financement de l'opération et la gestion de l'ouvrage incombe au promoteur, qui est responsable des éventuelles malfaçons, ou anomalies concernant l'opération.

1.4. Le promoteur immobilier

1.4.1. Définition du 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

¹³Le décret législatif n° 93-03 du 1er mars 1993, relatif à l'activité immobilière

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

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 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.

1.4.2. Les obligations du promoteur ¹⁴

Les obligations du promoteur sont présentées comme suit

ARTICLE 42

Le promoteur immobilier ne peut exiger, ni accepter un quelconque versement ou dépôt, ou souscription ou acceptation d'effets de commerce, sous quelque forme que ce soit, avant la signature du contrat de vente sur plan ni avant la date à laquelle la créance est exigible.

La signature visée à l'alinéa ci-dessus est subordonnée à la souscription au préalable d'une garantie telle que prévue à l'article 55 ci-dessous.

ARTICLE 43

Tout retard constaté de remise effective du bien objet du contrat de vente sur plan entraîne des pénalités de retard à la charge du promoteur.

Le montant et l'échéance de la pénalité de retard ainsi que les modalités de son paiement sont fixés par voie réglementaire.

¹⁴ article 42 ;43 ; 44;45;46;47;48 et 49 Loi fixant les règles régissant l'activité de promotion immobilière Loi n°11-04 du 17 février 2011

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

ARTICLE 44

Les délais d'exécution des travaux nécessaires pour la réparation des vices de construction et/ou le bon fonctionnement des éléments d'équipement du bâtiment sont fixés par le contrat visé à l'article 26 ci-dessus.

ARTICLE 45

Sans préjudice des dispositions en vigueur des codes civil et pénal relatives à l'application des dispositions contenues dans le présent chapitre, toute clause du contrat qui a pour objet d'exclure ou de limiter la responsabilité ou les garanties prévues par les dispositions de la présente loi et celles prévues par la législation et la réglementation en vigueur ou d'en limiter la portée, soit en écartant, soit en limitant la solidarité des sous-traitants du promoteur immobilier, est réputée nulle et non écrite.

ARTICLE 46

Les bureaux d'études, entrepreneurs et autres intervenants liés au maître de l'ouvrage par un contrat sont responsables pendant une période de dix (10) ans dans le cas où l'édifice périt en tout ou en partie par le fait de vices de construction, y compris par suite de la mauvaise qualité du sol d'assise.

ARTICLE 47

Le promoteur immobilier doit contribuer de manière active à l'enrichissement permanent de la déontologie de la profession et à son strict respect. Il doit, en particulier :

- honorer, en toutes circonstances, ses engagements ;
- ne percevoir aucun versement et/ou avance non constitutifs de créances régulières ;
- ne pas recourir à la publicité mensongère ou abuser, de quelque manière que ce soit, de la bonne foi et de la confiance des acquéreurs et de veiller à une information sincère et complète de ses partenaires ;
- veiller à l'exactitude des indications et renseignements portés aux documents, actes et contrats produits pour les besoins de ses activités en vue de conforter ses relations commerciales avec ses futurs acquéreurs.
- les engagements et responsabilités professionnels du promoteur immobilier doivent faire l'objet d'un cahier des charges dont le contenu est fixé par voie réglementaire.

ARTICLE 48

Le promoteur immobilier doit prendre toutes les mesures techniques et juridiques indispensables pour faciliter la prise en charge de la gestion et de la préservation du bien réalisé.

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

ARTICLE 49

Le promoteur immobilier doit engager, au bénéfice de ses clients, sa responsabilité civile en matière immobilière.

-Il est tenu, à ce titre, d'exiger de ses maîtres d'œuvre, entrepreneurs et autres partenaires, toutes les garanties et assurances légalement requises.

Ces garanties bénéficient aux propriétaires successifs de l'immeuble.

1.4.3. Les conditions pour obtenir un agrément de promoteur immobilier

L'agrément de promoteur immobilier est délivré par le ministre chargé de l'habitat, après avis favorable d'une commission d'agrément de la promotion immobilière. Nul ne peut postuler à un agrément pour l'exercice de la profession de promoteur immobilier s'il ne remplit pas les conditions suivantes :

Pour la personne physique¹⁵

- Etre âgé de vingt-cinq (25) ans, au moins
- Etre de nationalité algérienne
- Présenter les garanties de bonne moralité, et ne pas être frappé d'une des incapacités ou interdictions d'exercer telles que prévues par la loi n° 11-04 du 17 février 2011
- Justifier de ressources financières suffisantes pour la réalisation du ou de ses projets immobiliers

Les modalités de mise en œuvre du présent tiret sont précisées par arrêté conjoint des ministres chargés des finances et de l'habitat.

- Justifier d'une assurance contractée contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile et professionnelle de ses activités ;
- Justifier de capacités professionnelles en rapport avec l'activité.

Il est entendu, par capacité professionnelle la possession d'un diplôme supérieur dans le domaine de l'architecture, de la construction, juridique, économique, financier, commercial ou toute autre matière technique permettant d'assurer l'activité de promoteur immobilier. Lorsque le demandeur ne remplit pas les conditions de capacités professionnelles prévues ci-

¹⁵09 Le décret législatif n° 93-03 du 1er mars 1993, relatif à l'activité immobilière.

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

dessus, il est tenu de présenter la justification qu'il bénéficie de la collaboration permanente et effective d'un gérant répondant à ces conditions.

Pour la personne morale¹⁶

- Etre de droit algérien
- Justifier de ressources financières suffisantes pour la réalisation du ou de ses projets immobiliers
- Le ou les propriétaires doivent présenter une bonne moralité et ne pas être frappés d'une des incapacités ou interdictions d'exercer telles que prévues par les dispositions de l'article 20 de la loi n° 11-04 du 17 février 2011.
- Le gérant de la personne morale doit répondre aux conditions de bonne moralité, de capacités professionnelles telles que fixées pour la personne physique
- Outre les conditions prévues, le postulant à l'agrément de la profession de promoteur immobilier doit disposer de locaux à usage commercial adéquats permettant l'exercice convenable et raisonnable de la profession et équipés de moyens de communication.
- La justification de la disposition de locaux doit être présentée au moment de l'inscription au tableau national des promoteurs immobiliers.

1.5. Les intervenants de la promotion immobilière

L'opération immobilière fait intervenir de nombreux acteurs. Les effectifs et services du promoteur assurent généralement une animation et une coordination générales du projet et « sous-traité » toute une série de tâches (prestation d'études et de conseil) et, bien sûr, la réalisation des travaux de construction. L'opération immobilière de sa genèse à son achèvement, voit se succéder et interférer d'autres acteurs avec lesquels le promoteur doit le plus souvent négocier. Ainsi, deux types d'intervenants :

Ceux que le promoteur choisit et qui travaillent à sa demande

Ce sont les différents agents qui travaillent dans la promotion immobilière à la demande du promoteur et généralement on trouve :

- Un directeur ou un manager

¹⁶ 110 La loi n°11—04 du 17 février 2011

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

- Un comptable principale
- Un aide comptable
- Un chargé commercial
- Un responsable ressources humaines

Ceux qui s'inscrivent dans l'environnement de l'action du promoteur et avec lesquels celui-ci doit composer.

Le promoteur choisit à l'extérieur toute une série de prestataires, conseillers et maître d'œuvre, à qui il confie par voie de contrats ou marchés l'élaboration de dossiers d'études, la formulation de conseils, diagnostic Ainsi :

- De l'architecte, du géomètre, des ingénieurs-conseils, bureaux d'études et autre maître d'œuvres (économistes de la construction, paysagistes, décorateurs...), intervenant comme locataires d'ouvrages.
- Bureau de contrôle, coordonnateur sécurité ;
- Conseillers et consultants divers, expert fiscal ou juridique, avocat...
- Publicitaires, commerciaux ;
- Contrairement à d'autres secteurs d'activité, le promoteur n'a pas (sauf très rares exceptions) d'entreprises intégrées pour réaliser les travaux. Des entreprises sont choisies par le promoteur au terme d'appel d'offre conduit sur la base de dossiers de consultation établis par l'architecte et (ou) un BET.

2. La vente sur plan

La vente sur plan a énormément d'étape et de normes que le promoteur doit respecter et suivre à fin d'assurer le bon déroulement de ces opérations nous allons présenter cela dans ce qui suit.

2.1.Définition de la vente sur plan

L'Etat avait introduit des aménagements au dispositif existant ; l'initiateur d'une promotion immobilière peut dorénavant valider son projet sur la base d'un dossier sommaire ; celui-ci comporte la propriété du terrain, la fiche technique, le permis de construire ou bien un certificat d'urbanisme, un engagement du promoteur de céder ces logements à des bénéficiaires éligibles à l'aide de l'Etat.

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Cette assurance est jointe par le notaire au contrat de V.S.P.

-conformément à la loi ; le niveau de cette assurance se situe entre 0,1% et 1% du prix total du logement et n'influe pas sur son prix de revient ; les banques sont devenues un acteur essentiel ; leurs intérêts varient entre 1% et 6%

Puisque le projet n'est pas encore réalisé, le promoteur est amené à proposer ses produits immobiliers sous forme de plans et de maquettes. Il lui faudrait donc chercher des clients potentiels qui investissent et achètent ces biens immobiliers en cours de réalisation. Chose qui n'est pas toujours facile

- **Les articles de loi qui définissent la VSP ¹⁷**

La vente sur plan est définie par un ensemble de lois

ARTICLE 25 La mise en vente, par un promoteur immobilier, d'un bien immobilier construit ou d'un immeuble ou fraction d'immeuble à construire ou en cours de construction doit faire l'objet d'un contrat dûment établi en la forme authentique conformément aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur et celles de la présente loi.

ARTICLE 26 Le contrat de vente d'un bien immobilier construit est tout contrat officiel par lequel le promoteur immobilier, contre règlement du prix par l'acquéreur, transfère à ce dernier la propriété pleine et entière du bien construit objet de la transaction. Outre le consentement des deux parties sur la chose vendue et le prix de vente convenu, le bien immobilier doit, sous peine de nullité du contrat, répondre aux exigences techniques et fonctionnelles requises en matière d'habitabilité et de viabilité des locaux à usage d'habitation, professionnel, de commerce ou d'artisanat. La prise de possession et le certificat de conformité n'ont cependant pas l'effet exonérateur de la responsabilité décennale encourue par le promoteur immobilier, ni la garantie de parfait achèvement des travaux de réalisation à laquelle est tenu le promoteur immobilier pendant un délai d'un (1) an.

ARTICLE 27 Le contrat de réservation est le contrat par lequel un promoteur immobilier s'engage à livrer au réservataire, à son achèvement, un bien immobilier à

¹⁷ Loi fixant les règles régissant l'activité de promotion immobilière Loi n°11-04 du 17 février 2011

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

construire ou en cours de construction, en contrepartie du versement par le réservataire d'une avance. Le montant de l'avance versée par le réservataire est abrité dans un compte ouvert au nom du réservataire auprès de l'organisme de garantie des opérations de promotion immobilière prévu à l'article 56 de la présente loi.

Le modèle de contrat de réservation est défini par voie réglementaire.

ARTICLE 28 Le contrat de vente sur plans d'un immeuble ou fraction d'immeuble à construire ou en cours de construction est le 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 ; en contrepartie le souscripteur est tenu d'en payer le prix au fur et à mesure de l'avancement des travaux. Le modèle de contrat de vente sur plan est défini par voie réglementaire.

ARTICLE 29 Le contrat de vente sur plan et le contrat de réservation portant sur un bien immobilier à construire ou en cours de construction ne peuvent être conclus que par un promoteur immobilier, tel que défini aux articles 4 (alinéa 2), 18, 19, 20 et 21 de la présente loi

ARTICLE 30 Le contrat de réservation et le contrat de vente sur plan visés respectivement aux articles 27 et 28 ci-dessus doivent comporter l'origine de la propriété du terrain, le numéro du titre foncier, s'il y a lieu, et les références du permis de lotir, du certificat d'aménagement et de viabilité ainsi que la date et le numéro du permis de construire.

ARTICLE 34 Le contrat de vente sur plan est établi en la forme authentique et est soumis aux formalités légales d'enregistrement et de publicité. Il porte à la fois sur la construction et sur le terrain sur lequel l'ouvrage est édifié. Le contrat de vente sur plan visé à l'alinéa ci-dessus est complété par un procès-verbal dressé contradictoirement, en la même étude notariale, pour constater la prise de possession effective par le souscripteur et la livraison de l'immeuble achevé par le promoteur immobilier en conformité avec les engagements contractuels.

ARTICLE 35 Hormis le contrat de réservation prévu par la présente loi, tout contrat ayant pour objet le transfert de propriété d'un immeuble ou d'une fraction d'immeuble à

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

usage d'habitation ou à usage professionnel, et comportant l'obligation pour le souscripteur d'effectuer des versements ou des dépôts de fonds avant l'achèvement de la construction, doit, à peine de nullité, revêtir la forme d'un contrat de vente sur plan.

ARTICLE 36 Le contrat de vente sur plan, prévu à l'article 28 ci-dessus, ne peut être conclu lorsque le promoteur immobilier a fait état de prêts destinés au financement de la construction.

ARTICLE 37 Le contrat de vente sur plan doit, sous peine de nullité, indiquer la composante du prix de vente et l'échéancier de paiement par rapport à l'avancement des travaux. Il doit, lorsque le fractionnement du paiement du prix est retenu, en indiquer les modalités.

ARTICLE 38 Dans les contrats de vente sur plan, le paiement du prix est modulé sur l'état d'avancement des travaux de réalisation dans les limites fixées par voie réglementaire. Il doit également mentionner si le prix est révisable ou non et, dans l'affirmative, les modalités de sa révision. La formule de révision des prix doit prendre pour base les éléments de variation du coût de revient et s'appuyer sur l'évolution des indices officiels des prix, des matériaux, des matériels et de la main-d'œuvre, et sauf cas de circonstances imprévisibles, incontournables et exceptionnelles susceptibles de provoquer la rupture de l'équilibre économique du projet, le montant de la révision du prix ne saurait excéder, au maximum vingt pour cent (20%) du prix initialement prévu. Dans tous les cas, les variations de prix doivent être justifiées. Il doit, en outre, comporter, en annexe ou par référence à des documents déposés chez le notaire, les indications utiles relatives à la consistance et aux caractéristiques techniques du bien immobilier. Le modèle de règlement de copropriété est obligatoirement remis à chaque acquéreur lors de la signature du contrat. Le modèle de règlement de copropriété est défini par voie réglementaire.

2.2. Les avantages des ventes sur plan

La vente sur plan offre plusieurs avantages qui sont

- le bien n'étant pas encore construit, il est entièrement personnalisable
- le logement répond forcément à toutes les normes thermiques et de sécurité en vigueur

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

- l'acquéreur bénéficie d'avantages fiscaux non négligeables et de frais de notaires réduits
- la possibilité de le financer à 100% par crédit bancaire et le rembourser à 1% d'intérêt sur une durée qui peut aller jusqu'à 40 ans avec une mentalité bien étudiée qui arrange l'acquéreur.

2.3. Les obligations du souscripteur et du réservataire¹⁸

Le souscripteur et réservataire sont tenus de respecter les obligations suivantes

ARTICLE 50

Le souscripteur à un projet immobilier tel que défini dans le présent chapitre est tenu de respecter les clauses du règlement de copropriété et de s'acquitter de toute contribution mise à sa charge au titre de la gestion et de la préservation du bien immobilier dont il est propriétaire ; sa responsabilité demeure entièrement engagée à l'égard de toute personne occupant le bien immobilier de son chef.

ARTICLE 51

Le souscripteur à l'acquisition d'un terrain à bâtir, au sens de la présente loi, est tenu de respecter les clauses du cahier des charges régissant le lotissement et de s'acquitter de toute contribution mise à sa charge.

ARTICLE 52

Dans le cas du contrat de réservation d'un immeuble ou fraction d'immeuble, le réservataire est tenu de verser au promoteur immobilier une avance en numéraire conformément aux dispositions de l'article 27 ci-dessus, et dont le montant ne peut excéder vingt pour cent (20%) du prix prévisionnel du bien tel que convenu entre les parties

ARTICLE 53

Le souscripteur à un contrat de vente sur plan est tenu d'honorer, à échéance prévue, les paiements mis à sa charge ; le non-paiement ouvrant droit, au bénéfice du promoteur immobilier, à une pénalité sur le montant échu.

2.4. Le chargé du service commercial de la promotion immobilière

Le chargé du service commercial a plusieurs missions

¹⁸ Loi fixant les règles régissant l'activité de promotion immobilière Loi n°11-04 du 17 février 2011

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

2.4.1. Missions

- A pour principale mission d'assurer la mise en vente de logements qui lui sont confiés
- Met en place des actions de prospection avec les partenaires institutionnels ou directement auprès des demandeurs et demandeuses
- Accompagne et conseille les prospects et prospectes dans la réalisation de leurs projets de logement en adaptant l'offre commerciale aux besoins exprimés
- Propose et met en place des actions commerciales et/ou de communication
- Oriente ponctuellement les familles en difficulté
- Piloter le traitement des dossiers de demande de logement jusqu'à l'attribution
- Suivre un portefeuille de prospects
- Participer au plan d'action commercial
- Entretenir des relations avec les mairies et les organismes réservataires
- Assurer la visite des logements.

3. Les grandes phases d'un projet immobilier

Le projet immobilier constitue différentes étapes que le promoteur doit respecter à fin d'assurer un bon déroulement à ces différentes opérations nous allons les expliquer dans les point ci dessus

3.1. Le choix du terrain et le montage financier

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 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)

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

- . 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. (François, 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 , EXDNC...etc.

3.2.Marketing du projet

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

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

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 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).

3.3. La construction du projet immobilier

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.

3.3.1. Fondement du contrôle technique de la construction CTC

En vertu de l'ordonnance n° 71-85 bis du 29 Décembre 1971 qui l'a créé, l'organisme de Contrôle Technique de la Construction (C.T.C), un établissement public à caractère industriel et commercial, était seul agréé auprès des institutions d'assurances nationales, dans le cadre des garanties que celles-ci octroient aux entreprises et aux architectes pour couvrir leur responsabilité civil décennale, ainsi que leur responsabilité en cas d'effondrement en cours de travaux.

Au mois d'août 1986, le C.T.C a été restructuré en cinq (05) organismes de contrôle au niveau régional : Centre, Est, Ouest, Chleff et Sud.

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Les décrets portant création des différents C.T.C précisent que chacun des organismes « est seul habilité, dans le cadre de sa compétence territoriale et de son objet, à délivrer les visas exigibles auprès des institutions nationales d'assurance, dans le cadre de la loi ».

3.3.2. Mission de contrôle technique de la construction

La mission principale des organismes de contrôle technique est la normalisation des risques.

La normalisation des risques par le contrôle consiste à réduire la fréquence des sinistres garantis par l'assurance au titre de la responsabilité décennale, de telle sorte que, sur l'ensemble des chantiers contrôlés, la garantie reste économiquement satisfaisante pour l'assureur, tout en procurant au maître d'ouvrage et à l'exploitant une sécurité suffisante.

3.3.3. 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).

3.3.4. Cadre juridique et réglementaire régissant une opération « promotion immobilière »

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 de difficultés sur le terrain en exigeant d'une révision rapide afin de pallier de toutes les contradictions y portant 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 :

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

- 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).

CHAPITRE 1 MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Conclusion du chapitre 1

Afin d'assurer le bon fonctionnement du secteur immobilier et d'encourager l'industrie immobilière sous tous ses angles, y compris : financier, foncier, technologique..., il est bien sûr nécessaire d'élaborer une politique du logement pour faire revenir le déficit de logements, améliorant ainsi significativement les deux indicateurs : taux d'occupation des logements (TOL) et taux d'occupation de la population (TOP), mais aussi afin de faciliter le désengagement progressif du pays, en créant de l'espace pour les agences de promotion immobilière telles que les banques. Suite aux réformes entreprises pour redynamiser le secteur du logement, par l'ouverture du marché immobilier aux promoteurs publics et privés, aux banques commerciales et aux institutions financières pour participer au financement du logement, la création de plusieurs sociétés et institutions, nous avons constaté que le marché immobilier en L'Algérie s'est considérablement développé ces dernières années en matière de développement.

CHAPITRE 2

LE FINANCEMENT

DE L'OFFRE

IMMOBILIÈRE

CRÉDIT A LA

PROMOTION

Introduction au chapitre

Le financement du logement a toujours été une des préoccupations principales de l'Etat c'est un atout majeur pour le développement économique et le bien-être social d'une nation, la banque est sollicitée par plusieurs acteurs afin d'obtenir des fonds pour acquérir un bien ou un actif qu'ils n'ont pas les moyens de financer par leurs seuls fonds propres. Dans ce chapitre, nous présenterons certaines généralités sur la banque, les crédits, notamment, les définitions, le rôle, les risques et les garanties liées à l'activité d'octroi des crédits bancaires.

Section 1 : le crédit immobilier aspect conceptuel

Dans cette section nous allons définir le crédit hypothécaire son rôle dans l'économie du pays et ces différents risques

1. Le crédit immobilier

Le crédit immobilier : Dans ce qui suit nous allons présenter le crédit hypothécaire son rôle économique.

1.1. Définition du crédit immobilier

Ils sont des prêts conçus pour financer l'acquisition de logements neufs, la rénovation, l'extension ou encore l'acquisition de logements d'occasions.

Cette forme de crédit s'est beaucoup développée ces dernières décennies en raison du vif intérêt que portent les particuliers aux biens immobiliers.

Le crédit hypothécaire est un crédit à long terme d'une durée maximal de 30ans. Il est destiné au financement de la réalisation d'un projet tel que l'achat d'un logement, un terrain ou construire un immeuble, nous pouvons dire que le crédit hypothécaire est un crédit qui est garantie par une hypothèque ou une inscription hypothécaire sur un bien immobilier.

Les prêts hypothécaires sont constitués des crédits destinés à¹⁹:

- L'accession « achat d'un logement ».
- A la construction «d'une habitation ou sur élévation, extension ».
- Achat de terrain. - Aménagement d'une habitation

¹⁹ Luc, Bernet Rolande, Op.cit,P 156

1.2. Les caractéristiques du projet immobilier

Les quatre grandes caractéristiques du crédit sont : la confiance ; le temps ; le risque.

1.2.1. La confiance

Donner du crédit, c'est faire confiance, et la pratique de la relation de crédit à long terme crée un climat de confiance entre les protagonistes. Cette confiance repose non seulement sur la solvabilité de l'emprunteur, mais aussi sur son honnêteté et sa capacité à exercer ses activités professionnelles. D'autre part, le client doit être confiant que la banque ne retirera pas son soutien en cas de besoin et utilisera des informations strictement confidentielles sur le bilan.

La confiance est la base principale du crédit. Le banquier croit au remboursement ultérieur de ses avances ou de l'accomplissement des obligations par son client

1.2.2 Le temps

Le crédit est consenti pour un certain temps, une certaine durée, ce qui est d'ailleurs un des critères de classification des opérations de crédit. On distingue trois types de crédit :

- Le crédit à court terme : la durée est inférieure à un an ;
- Le crédit à moyen terme : la durée est comprise entre un an et sept (07) ans.
- Le crédit à long terme : la durée est supérieure à sept(07) ans.

1.2.3. Le risque²⁰

Le risque est une notion inséparable de l'idée de confiance, le banquier devra analyser minutieusement tous les risques de l'entreprise pour bien la connaître, ses points forts, sur la base desquels il peut asseoir sa confiance et sa décision de crédit. Le risque peut être défini comme : Un engagement portant une incertitude dotée d'une probabilité de gain ou de préjudice, que celui-ci soit une dégradation ou une perte

²⁰CONSO P, l'entreprise en 24 leçons, DUNOD, Paris, 2001, page 260.

1.2.3.1. Typologies des risques

Les risques bancaires sont multiples. Il faut savoir les définir pour les différencier et les répertorier, afin de pouvoir les mesurer et les gérer. Dans ce point, nous allons nous intéresser aux différents risques inhérents à l'activité bancaire.

Les risques économiques

Le risque de contrepartie ; le risque de taux ; le risque de change ; le risque de liquidité ; le risque du marché ; le risque de solvabilité ; le risque opérationnel.

Le risque de contrepartie²¹

Appelé aussi risque de signature, Un risque de contrepartie est un risque de défaillance d'une entreprise (client, établissement de crédit) sur laquelle l'établissement de crédit détient une créance ou tout autre engagement de même nature. Les risques de contrepartie sont classés suivant la forme prise par l'engagement liant le débiteur et l'établissement de crédit, en :

- Risque liés à une créance ;
- Risque liés aux titres détenus ;
- Risque liés aux engagements donnés et enregistrés au hors bilan ;

La défaillance de contrepartie entraîne une perte correspondant au non recouvrement partiel ou total des fonds employés par l'établissement de crédit. Pour que le risque de contrepartie soit pris en compte, il faut que surviennent des événements qui laissent prévoir qu'une partie de l'emploi de fonds ne serait pas remboursée.

Le risque de taux²²

Le risque représente pour un établissement de crédit l'éventualité de voir sa rentabilité ou la valeur de ses fonds propres affectées par l'évolution des taux d'intérêt.

Le risque de taux d'intérêt est le risque de perte lié à une évolution défavorable des taux d'intérêt. Il touche l'ensemble des éléments du bilan ayant leur rémunération de leur valeur dépendant d'un taux d'intérêt.

²¹PUPION P-C., « Economie et gestion bancaire », édition DUNNOD, Paris, 1999, P. 69.

²²AUGROS J-C. et QUERUEL M., « Risque de taux d'intérêt et gestion bancaire », édition ECONOMICA, Paris

L'effet négatif d'une variation du taux d'intérêt (sur les opérations clientèle et de trésorerie) et des gains ou perte liés aux évolutions de la valeur des titres acquis par l'établissement, peut se décomposer en un « *effet revenu* » correspondant à une baisse de la marge d'intérêt, et en un « *effet capital* » mesurant moins valus sur le cours des titres détenus.

Ce risque est accentué par deux raisons principales :

- Les ménages ont tendance à conserver leurs placement liquides, par rapport à leur demande de crédit à long terme, situation qui caractérise notamment les prêts immobilier

Les emprunteurs préfèrent généralement se tourner vers des endettements à taux fixes plutôt que variables et donc la banque ne pourra pas alléger son risque de taux par un meilleur équilibre entre taux fixe et taux variable.

1.3. But et objectif du crédit

Aucune économie ne peut nier le rôle que joue le crédit en matière de facilitation des échanges, stimulation de la production, d'amplification du développement et enfin, son rôle d'instrument de création monétaire.

Le crédit permet les échanges. C'est une ancienne fonction des banques d'assurer aux entreprises, une continuité dans le processus de production et de commercialisation. Le pouvoir d'achat ou d'échange aux entreprises trouve son origine, par le recours de ces dernières, à la banque afin d'anticiper leurs recettes.

Le deuxième rôle du crédit réside dans son pouvoir de stimulateur de la production.

En effet, l'activité de production se modernise au jour le jour, grâce à l'innovation des équipements ou leur renouvellement. Le recours au crédit permet à l'entreprise d'acquérir une nouvelle technologie, lui permettant d'accroître la qualité et la quantité de sa production. Cette dernière, sera consommée par les ménages à travers les crédits à la consommation accordés par les banques, afin de stimuler les achats et, par conséquent, le secteur de production.

Le crédit permet de grandir et de se développer. La théorie bancaire évoque l'effet multiplicateur du crédit, qui peut s'expliquer par l'effet des prêts pour acheter des biens de production ou de consommation. Ces effets ne sont pas seulement reflétés dans les entités économiques qui bénéficient des opérations, mais aussi indirectement étendus à d'autres entités.

CHAPITRE 2 LE FINANCEMENT DE L'OFFRE IMMOBILIERE CREDIT A LA PROMOTION

Concernant l'effet multiplicateur du crédit dans le développement économique, il convient de mentionner la contribution de J.A Schumpeter à l'étude des conditions de financement du développement économique. Dès lors, il brisera l'analyse classique du financement de l'investissement (A. Smith), selon laquelle seule l'épargne peut faire un tel financement. Pour J.A Schumpeter, les banques financeront les investissements en créant de nouveaux moyens de paiement plutôt qu'en déposant une épargne bancaire à l'avance.

En effet, la création de nouveaux moyens de paiement permet le déplacement des facteurs de production vers les entreprises nouvelles, sans détruire les anciennes. On aura grâce au crédit, des ressources productives sans fournir en contrepartie, au départ, des biens ou des services.

Le but général de ce projet est d'accompagner le programme de gouvernement Algérie dans le secteur de l'habitat renforçant le développement du crédit hypothécaire, ce renforcement

S'appuyant sur une assistance stratégique de qualité destinée principalement aux banques Algériennes de première ligne.

Les objectifs de ce crédit sont les suivants²³

- Résoudre le problème du logement.
- Renouveler le parc logement existant.
- Répondre aux normes de l'urbanisme c'est-à-dire permet de renouveler et de construire dans les normes.

²³ COUSSERGUES.S, «la banque : structure, marché et gestion », paris 1996, p25.

2. L'hypothèque

Nous parlerons dans ce deuxième point de hypothèque et ce qui entour le terme

2.1 définition de l'hypothèque

Au terme de l'article 882 de code civil Algérien, c'est une sûreté réelle consistant dans l'affectation d'un immeuble à la garantie d'une créance sans que le débiteur soit dessaisi de son immeuble, l'hypothèque peut être conventionnelle alors qu'elle résulte d'un accord autre que le débiteur et le créancier légal ou judiciaire.

2.2 Les différentes formes de l'hypothèque

Il existe trois formes de l'hypothèque : hypothèque légale ; conventionnelle ; judiciaire

2.2.1. Hypothèque légale

L'hypothèque légale est une garantie instituée par la loi au profit exclusif de certains créanciers, en particulier les banques et les établissements financiers.

L'inscription de l'hypothèque légale doit être réalisée directement par l'organisme prêteur, qui se chargera de remplir les deux exemplaires du bordereau d'inscription. Elle est réalisée sur la base de la convention de crédit, précisant notamment le montant maximum du crédit garanti et la description des biens donnés en garantie.

Selon l'Article 2396 du code civil « *L'hypothèque légale est celle qui résulte de la loi* ». Il est institué une hypothèque légale sur les biens immobiliers du débiteur au profit des banques et des établissements financiers en garantie de recouvrement de leurs créances Et des engagements consentis envers eux.⁵⁹

2.2.2 Hypothèque conventionnelle²⁴

C'est l'hypothèque qui est après consentement des deux parties qui ont convenu de sa nécessité. L'hypothèque conventionnelle peut porter sur un bien appartenant au débiteur comme elle peut concerner un bien qui appartient à la caution.

C'est le notaire, en sa qualité d'officier public, qui est chargé de l'inscription de l'hypothèque conventionnelle. Celle-ci est effectuée en vertu d'un acte authentique.

²⁴ 59 L'article : 96 de la loi n°02-11 du 24 décembre 2002, portant la loi de finance 2003.
décret : n°77/47 du 19 février 1977.

Au terme de son délai qui est de dix (10) ans, et à défaut de renouvellement l'inscription ne produit plus d'effet.⁶⁰

2.2.3. Hypothèque judiciaire

Conformément à l'article 345 du code des procédures civiles Algérien, cette hypothèque y est définie comme suit : « *l'hypothèque judiciaire est une mesure conservatoire immobilière. Elle porte sur un ou plusieurs immeubles (terrains, constructions...) appartenant au débiteur ou à la caution, si elle existe, et vise à les mettre sous mains de justice et d'empêcher leur propriétaire d'en disposer au préjudice du créancier* »

2.3. Les garanties réelles de l'hypothèque

L'hypothèque donnée par un tiers pour garantir les engagements d'un client de la banque s'analyse comme une caution réelle, elle est recueillie suivant l'acte d'hypothèque habituel auquel le notaire sollicité complétera la mention que le bien offert en garantie appartient à un tiers défini et que ce dernier accepte l'hypothèque donné en garantie des engagements du client de la banque.

L'hypothèque conventionnel est un contrat passé en la forme authentique par lequel un créancier (la banque) acquiert un droit réel accessoire à son droit de créance, sur un ou des immeubles affectés en garantie par leur propriétaire (débiteur ou tiers).

Ce droit réel offre à la banque créancière :

- La possibilité de faire saisir et vendre l'immeuble par voie de justice.
- La possibilité de se faire rembourser à concurrence de sa créance sur le prix de vente. Dans un tel cas, elle bénéficie d'un droit de préférence et d'un droit de suite.

Section 2 : les différents intervenants et garanties du crédit et leurs dispositifs de financement

Dans ce qui suit nous allons présenter des intervenants essentiels dans le financement des projets immobilier promotionnel

1. Les intervenants dans l'opération du financement de la promotion immobilière ²⁵

Le bon déroulement de l'opération financement nécessite l'intervention de

1.1. La Société de garantie de crédit immobilier

1.1.1. Présentation de la SGCI

Créée le 05 octobre 1997 dans le cadre global de restructuration du secteur financier, La SGCI est une entreprise publique économique (EPE), société par actions (SPA) de droit privé, avec un capital de 1.000.000.000 DA. Ses actionnaires sont les banques (BNA, BEA, CPA, BADR et CNEP) et les compagnies d'assurance publiques (SAA, CAAR, CCR et CAAT).

1.1.2. L'objet de la SGCI

La CNEP/Banque a adhéré à ce système le 27 Février 2007 et ce, en dépit du taux de prime demeurant élevé. Elle a résilié le contrat le 01 Avril 2009. Mais en 2012 la CNEP-Banque a ré adhéré a ce système par le biais de la décision réglementaire n°1325/2012 du 20 juin 2012, portant nouvelle tarification de l'assurance « insolvabilité » de la SGCI (afin de couvrir l'insolvabilité des emprunteurs hypothécaires).

1.1.3. Les crédits couverts par la SGCI

Tous les crédits hypothécaires aux particuliers de la CNEP-Banque, sont soumis à la couverture assurance « SGCI » contre le risque « insolvabilité » selon l'article 2 de la décision réglementaire n°1325/2012 du 20 juin 2012

²⁵www.sgci.dz

1.1.4. Nature des risques couverts par la SGCI²⁶

L'assurance « SGCI » couvre le risque d'incapacité définitive de l'assuré (l'emprunteur, le codébiteur et la caution) de procéder au remboursement du crédit du essentiellement aux motifs suivants⁶ :

- la perte d'emploi ;
- la dégradation de la capacité de remboursement ;
- la perte de la deuxième source de revenu (caution, codébiteur) ;
- la rupture du ménage dans le cas où le conjoint est codébiteur ou caution ;
- le surendettement ;

Tableau N°4 : Tableaux du Mode de calcul de la prime assurance²⁷

Ratio : Prêt valeur (RPV)	Taux de la Prime (H.T)
$RPV \leq 40\%$	0,50%
$40\% < RPV \leq 60\%$	0,75%
$60\% < RPV \leq 90\%$	1,00 %

Source : Donnée tirée du site officiel du SGCI www.sgci.dz

²⁶ Article 3 de la décision réglementaire n°1325/2012 du 20 juin 2012 portant nouvelle tarification de l'assurance « insolvabilité » de la SGCI.)

²⁷<http://www.sgci.dz>

1.2. L'institution chargée du refinancement hypothécaire : « la Société de Refinancement Hypothécaire » (SRH)

1.2.1. Présentation

La Société de refinancement Hypothécaire, société par action (SPA), créée le 29 novembre 1997, à capital social de 3 290 000 000 DA augmentée en Avril 2003 à 4 165 000 000 DA, constitue le point central du nouveau système de financement du logement en Algérie. Les actionnaires de la SRH sont le Trésor Public, les Banques publiques sauf la BADR et quelques compagnies d'assurances. La Société de Refinancement Hypothécaire est un établissement financier chargé du refinancement des crédits immobiliers octroyés aux ménages pour l'achat d'un logement neuf, l'aménagement ou la construction d'une habitation par les banques et les établissements financiers.

1.2.2. Missions de la SRH ²⁸

- Développer l'intermédiation financière destinée au financement du logement afin de réduire la pression sur le budget de l'Etat ;
- Participer au développement du marché financier et en particulier le marché hypothécaire en favorisant l'octroi du crédit aux ménages pour l'achat d'un logement ;
- Promouvoir le système de financement du logement à moyen et long terme ;
- Encourager la concurrence entre les banques et les établissements financiers pour l'octroi du crédit hypothécaire ;
- Prolonger la maturité de la structure des taux d'intérêts octroyés par les banques.

En remédiant à l'insuffisance de l'épargne longue orientée vers le financement du logement, cette société se donne également comme objectif à moyen terme la création d'un marché hypothécaire, et la titrisation des prêts hypothécaires qui consiste à transformer des créances, en l'occurrence des crédits bancaires en titres négociables sur le marché financier.

1.2.3. Les conditions de refinancement

Afin de bénéficier du refinancement de la SRH, l'établissement financier doit remplir les conditions suivantes⁷ :

²⁸<https://www.srh-dz.org>

CHAPITRE 2 LE FINANCEMENT DE L'OFFRE IMMOBILIERE CREDIT A LA PROMOTION

- Avoir la qualité de banque ou d'Établissement financier agréé par la Banque d'Algérie ;
- Disposer des comptes de l'exercice de l'année qui précède la demande de refinancement, approuvé par l'assemblée générale des actionnaires ;
- Avoir un système de gestion de portefeuille de crédits hypothécaires agréés par la SRH.

En plus de toutes ces conditions, l'accord préalable de la Banque d'Algérie, en ce qui concerne les conditions de refinancement et des modalités de suivi des crédits financés, est indispensable. Toute demande de refinancement doit comprendre : la raison social et le siège social, le montant du refinancement demandé Refinancement, doivent porter sur :

- L'achat de logement ;
- La construction ou l'achat d'une maison individuelle ou d'un immeuble collectif à usage d'habitation ;
- L'extension de l'habitation existante ;
- la réhabilitation du logement ou de l'habitat existante.

1.2.4. Ressources de la SRH

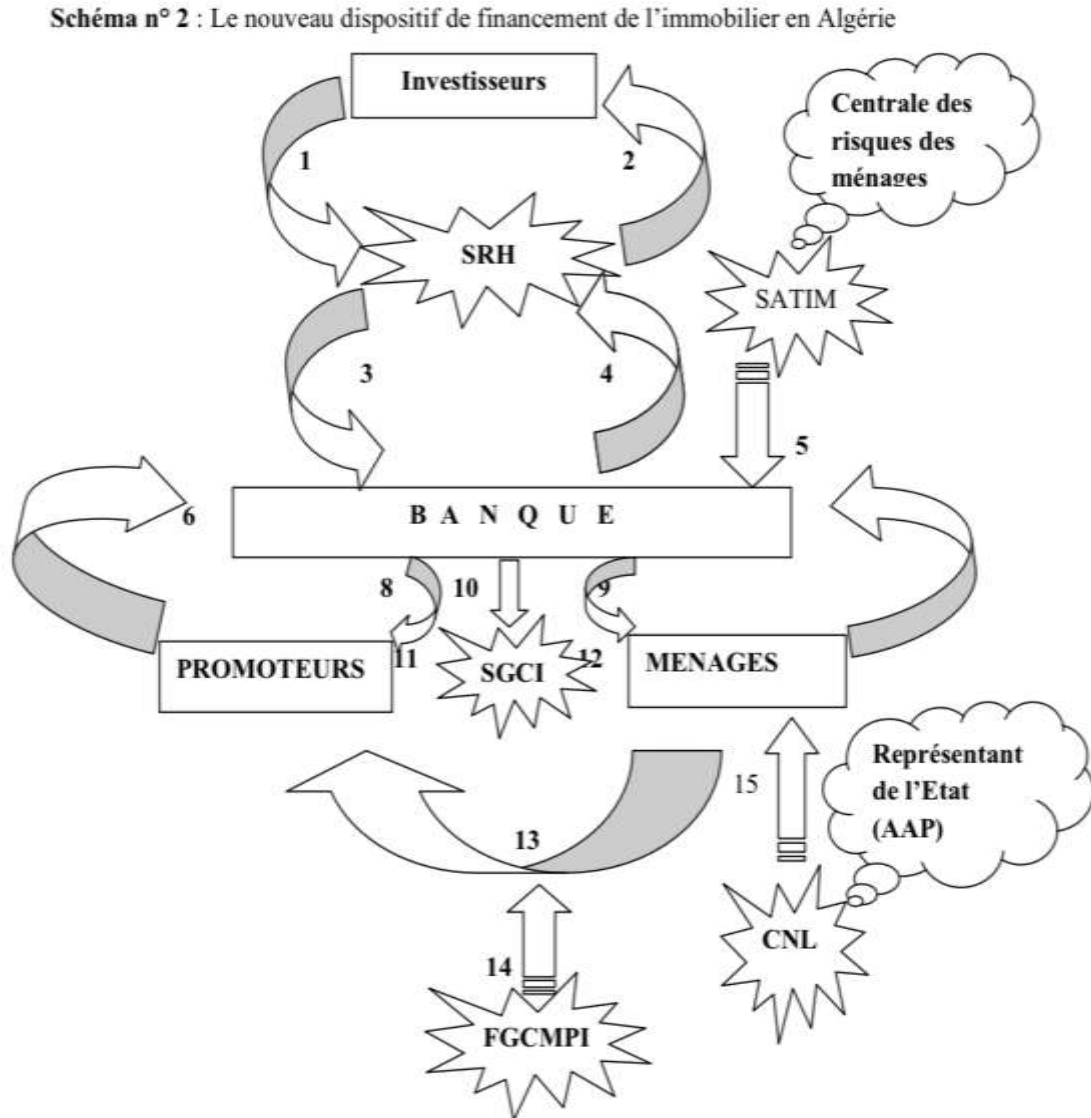
Les ressources de la SRH proviennent de :

- L'émission d'obligations sur le marché hypothécaire et financier ;
- La Banque d'Algérie ;
- Financement extérieur si le système national est insuffisant.

Schéma du nouveau dispositif de financement de l'immobilier en Algérie

Ce schéma représente le dispositif de financement des projets immobiliers en Algérie

Figure N°9 : dispositif de financement de l'immobilier en Algérie



Source : Hentour (F): « le financement bancaire au service de l'immobilier » ; mémoire ESB ; 2005 ; page 20.

1.3. La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de la Monétique « SATIM »²⁹

1.3.1. Présentation de la SATIM

La SATIM est une société par actions (SPA) au capital social de 267 000 000 DA, créée en 1995 par l'ensemble des banques publiques. Ses actionnaires sont : la BNA, la BADR, la BDL, la CNEP Banque, la CNMA et AL BARAKA. Cette institution fut créée pour mettre à la disposition des banques un système interbancaire de gestion qui intègre les trois prestations suivantes :

- La centrale des risques des ménages ;
 - Les transactions se rapportant à la monétique ;
 - La commande des chèquiers.
- Les ménages peuvent s'endetter auprès de plusieurs banques en même temps, ceci conduit fréquemment à l'incapacité d'honorer leurs échéances. Afin de palier à ce problème, il est nécessaire qu'il y ait une communication constante et continue des informations entre les différentes banques et établissements financiers. Dans cette optique, il ya eu création de la Centrale des risques des ménages gérée par la SATIM.

1.3.2. La Centrale des risques des ménages

C'est une centrale consultée par l'ensemble des banques publiques et privées.

La consultation de cette base de données est une opération préalable à tout octroi de crédit. Elle permet d'éviter qu'un emprunteur puisse bénéficier auprès de plusieurs banques à la foi, de crédits dépassant sa capacité de remboursement. Les informations que peuvent trouver les banques dans cette centrale sont :

- Le nombre et le montant des crédits immobiliers et a la consommation dont a bénéficié le client ;
- Le montant mensuel cumule de toutes ses échéances ;
- Le nombre de crédits souffrant de retards de paiement.

²⁹ <https://satim.dz/fr/>

Il est à noter que l'intervention réelle de la SATIM se résume en la gestion et la maintenance des distributeurs automatiques de billets et l'élaboration des chéquiers et des cartes magnétiques mais en ce qui concerne la consultation de la centrale des risques des ménages elle n'est Malheureusement pas opérationnelle à ce jour (elle devrait l'être en 2013).

2. Traitement de dossier client

Le traitement du dossier client passe par plusieurs phases qui sont

2.1. présentations de l'étude du dossier³⁰

Dans l'intérêt de chacun, il est essentiel que la banque dispose de tous les éléments utiles. Elle examinera ainsi :

-votre capacité de remboursement au regard de votre situation familiale et professionnelle, vos revenus, votre patrimoine, votre endettement, etc.

- les garanties que vous pouvez apporter : hypothèque ou caution par exemple. -votre passé financier : la banque consulte le Fichier national des Incidents de remboursement des crédits aux Particuliers et le Fichier Central des Chèques pour vérifier que vous n'avez pas eu d'incidents de remboursement ou de paiement. Cela permet d'éviter aux personnes déjà en difficulté de ce sur-endetté.

-votre situation personnelle : vous pouvez peut-être bénéficier de crédits aidés.

2.2. Traitement du dossier³¹

Après présentation des documents nécessaires, le banquier doit s'assurer que le bien n'a pas été déjà hypothéqué et ce, par la vérification de l'authenticité et la conformité du certificat négatif d'hypothèque, puis il procède à l'étude suivante

2.2.1. Calcul du droit au prêt

Le maximum à financer dans le cas de la vente sur plan c'est 100% étant donné que le client est jeune (âgé moins de 40 ans) dans le cas ou le client dépasse les 40ans la capacité de financement peut baisser de 10 % donc 90 %

³⁰<https://www.lesclesdelabanque.com/particulier/>

³¹ simulateur CNEP Logiciel

CHAPITRE 2 LE FINANCEMENT DE L'OFFRE IMMOBILIERE CREDIT A LA PROMOTION

Si le postulant souhaite verser un apport personnel d'un pourcentage précis dans ce cas la banque accorde le montant restant

2.2.2. La durée de remboursement

$DR = L'âge\ limite - l'âge\ du\ client$

Exemple si le client est âgé de 30 ans donc : $75 - 30 = 45$ ans mais se limite a 40 ans maximum ; Donc la durée du crédit est de 40 ans dont 36 mois de différé(VSP).

Calcul de la capacité de remboursement : (échéance)

$CR = \text{salaire mensuel} \times 40\%$.

Calcul du montant du crédit

$MC = \text{ECHEANCE} / (\text{VALEUR TABULAIRE} + \text{ASSURANCE})$

Conclusion du chapitre2

Dans ce chapitre nous avons l'aspect conceptuel et théorique des normes du financement de la promotion immobilière. Tout en soulignant les différents intervenant dans l'opération à fin de minimiser les risques au acquéreur et leurs donner des suites favorable à leurs demande. , Nous avons présenté les organismes d'assurance et de refinancement de crédit hypothécaire, nous avons aussi expliqué les différentes étapes de traitement de dossier client à fin de déterminer sa capacité financière face aux prêts et de lui offrir un financement qui convient à son besoin.

Chapitre 3

Le financent de la

promotion

immobilière par la

CNEP BANQUE

Introduction au chapitre

Dans ce chapitre nous avons mené un cas pratique sur toutes les données théoriques qu'on a traité dans les précédents chapitres. Nous avons donc présenté en premiers lieux l'organisme d'accueil CNEP agence 201 de son historique et évolution jusqu'aux dispositifs du financement de la vente sur plan, de l'accomplissement du dossier client, jusqu'à la remise des clés nous avons pris exemple sur le projet promotionnel de la EURL BALOUL qui constitue des lots à usage commerciale et d'autre à usage habitation en présentant la constitution du projet et les statistiques de financement bancaire.

Section 1 : le dispositif du financement de la banque CNEP agence 201³²

Dans cette section nous allons présenter l'organisme d'accueil son historique et ces différentes étapes d'évolution selon ce qui nous a été communiqué durant notre période de stage

1. Présentation de la BANQUE CNEP

La CNEP-Banque (acronyme de Caisse nationale d'épargne et de prévoyance-Banque), est une banque algérienne, spécialisée dans la collecte de l'épargne des ménages, le financement de l'habitat à travers ses crédits immobiliers aux particuliers et aux promoteurs privés et publics, et aussi le financement des entreprises intervenant en amont du secteur du bâtiment

1.1. Historique et évolution de la banque CNEP

La Caisse nationale d'épargne et de Prévoyance a été créée le 10 août 1964 sur la base du réseau de la Caisse de Solidarité des Départements et des Communes d'Algérie (CSDCA) avec pour mission la mobilisation de la collecte de l'épargne. La première agence de la CNEP a officiellement ouvert ses portes le 1er mars 1967 à Tlemcen. Cependant, le livret d'épargne CNEP était déjà commercialisé depuis une année à travers le réseau PTT.

³² <https://www.cnepbanque.dz>

CHAPITRE 3 LE FINANCIER DE LA PROMOTION IMMOBILIERE PAR LA CNEP BANQUE

Durant la période 1964-1970, l'activité de la CNEP se limitait à la collecte de l'épargne sur livret, avec des prêts sociaux hypothécaires. Le réseau CNEP n'était constitué alors que de deux agences ouvertes au public en 1967 et de 575 points de collecte implantés dans le réseau PTT.

Au mois d'avril 1971, une instruction a chargé la CNEP de financer les programmes de réalisation de logements en utilisant les fonds du Trésor public.

En 1998, La CNEP entreprit une politique de diversification des crédits accordés, notamment en faveur des professions libérales.

Le 6 avril 1997, la CNEP change de statut en obtenant son agrément en tant que banque. Désormais, elle porte le nom de CNEP-Banque. Elle peut également effectuer toutes les opérations bancaires à l'exclusion des opérations de commerce extérieur.

En juillet 2014, la banque lance une nouvelle formule de crédit pour financer l'achat de logement.

Le 31 mai 2005, l'assemblée générale extraordinaire a décidé de donner la possibilité à la CNEP-Banque de s'impliquer davantage dans le financement des infrastructures et activités liées à la construction notamment pour la réalisation de biens immobiliers à usage professionnel, administratif et industriel.

Le 28 février 2007, l'assemblée générale extraordinaire a décidé un repositionnement stratégique de la banque, d'autoriser au titre des crédits aux particuliers, les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires en vigueur au sein de la banque et les crédits à la consommation.

Et la forte évolution de la CNEP banque on présente ci dessus des différentes étapes d'évolutions

1997 : Changement de statut : La CNEP (Caisse d'Epargne) devient banque universelle : CNEP-Banque

1998 : Lancement des Crédits à la Consommation

2005 : Repositionnement stratégique de la CNEP-Banque sur le financement de l'immobilier

2008 : Lancement de la banque assurance

2011 : Repositionnement stratégique de la CNEP-Banque : autorisation du Financement des entreprises

2013 : Dématérialisation du livret d'épargne et lancement de la carte d'épargne

2015 : Lancement du compte épargne non rémunéré (RASMALI)

2016 : Ouverture de la première agence automatisée KHATABI (Alger centre)

2018 Le capital social de la CNEP-Banque passe de 14 à 46 milliards DA

1.2. activité :

La CNEP-Banque avec un réseau de 226 agences d'exploitation et 14 directions régionales réparties à travers le territoire algérien, la CNEP-Banque est présente également au niveau du réseau postal en ce qui concerne l'épargne des ménages.

La transformation de la CNEP en banque a permis d'octroyer plus de crédits que ses seuls dépôts l'autorisaient comme au temps où elle était une caisse d'épargne. Elle peut désormais délivrer des chèques et ouvrir des comptes bancaires à vue à ses clients, des comptes courants aux entreprises et des comptes chèques aux particuliers et aux associations.

En ayant accès au refinancement de la Banque d'Algérie, la CNEP-Banque peut régénérer sa trésorerie à travers le refinancement des crédits qu'elle a consentis et développer ses capacités de financement.

Aujourd'hui, la CNEP-Banque se situe au tout premier rang des établissements financiers, tant par l'importance de sa clientèle et des crédits accordés. D'ailleurs, depuis 1992, la CNEP intervient sur le marché monétaire afin de placer ses excédents de liquidités.

1.3. Le capital social

Le capital social est fixé à quatorze milliards de dinars conformément à la dotation du numéraire délivré par le trésor public.

Il est devisé en 14000 actions de 1000.000 de dinars chacune, entièrement libéré et matérialisé, conformément à l'article 715bis, 37 du code de commerce par la délivrance de titre établie au nom de l'Etat.

1.4. Objet social

La CNEP-Banque se situe au tout premier rang des établissements financiers, tant par l'importance de sa clientèle que par le montant des ressources collectées et des crédits accordés, elle a pour objet d'effectuer toutes opérations bancaires tant pour elle que pour le compte de tiers en Algérie et à l'étranger.

1.5. Le pouvoir social

Donc les nouveaux statuts de la CNEP lui permettent de :

- Recevoir et gérer des dépôts quelles qu'en soient la durée du terme et la formes ;
- Emettre des emprunts à crédit à court, moyen ou long terme dont ceux destinés au financement de l'habitat ;
- Donner toutes acceptation, cautions avoirs et garanties de toutes nature ;
- Effectuer toutes opérations sur les valeurs mobilières aux conditions légales et règlementaires ;
- Effectuer plus généralement toutes opérations financières, commerciales, industrielles mobilières et immobilières se rattachant directement à son objet ou susceptible d'en faciliter le développement ou la réalisation ;
- Contracter tout emprunt, participé à des emprunts ainsi qu'à toute souscription ;
- Intermédiation en veillant sur le rapport ressources et emplois (veiller à la satisfaction de ses épargnants en matière du label offert pour drainer la demande de ses derniers).

2. Organisation des structures de la CNEP-Banque³³

La CNEP-Banque est donc soumise en ce qui concerne son organisation à la loi sur la monnaie et le crédit, notamment aux dispositions de la décision de réglementation N° 78-95 du 25 novembre 1995 relatives aux règles prudentielles et au contrôle de la commission bancaire, établis sous l'égide de la Banque d'Algérie. Elle est dotée d'une assemblée générale quant à la politique de développement de la CNEP-Banque, et du ressort de son conseil

³³ décision de réglementation N° 78-95 du 25 novembre 1995 relatives aux règles prudentielles et au contrôle de la commission bancaire

D'administration, cette dernière évolue tant en diversifiant ses produits et son activité. Nous distinguons trois niveaux de structure

2.1 Les structures centrales

Centralement, l'autorité du président Directeur Général s'exerce par l'intermédiaire de sept Directeurs Généraux Adjointes (DGA) (développement, administration, assainissement, crédit, recouvrement, systèmes d'informations et finances, comptabilité et contrôle).

2.2 L'agence³⁴

L'organisation des agences de la CNEP-Banque est définie par la décision réglementaire n°75-95 du 21 novembre 1995. Au sens de cette décision, l'agence est une structure d'exploitation décentralisée dont le directeur est placé sous l'autorité du directeur du réseau auquel elle est rattachée administrativement.

A la date du 30/06/2003, la CNEP-Banque comptait :

- 50 agences du type « A »
- 68 agences du type « B »
- 71 agences du type « C ».

2.3 Les directions régionales

Les directions régionales (appelées également directions de réseaux) constituent le maillon intermédiaire entre les agences et les directions du siège. Elles exercent toute fonction déléguée par la Direction Générale.

L'article premier de la décision réglementaire n° 74-95 du 21 novembre 1995 fixant l'organisation des directions régionales, définit ces dernières comme « structure hiérarchique de soutien des agences implantées dans sa circonscription territoriale définie par voie réglementaire ».

Les missions dévolues à ces directions sont prises en charge par des directeurs de réseaux assistés, chacun, par six chefs de département (personnel et moyens, financement, finance et comptabilité, informatique, épargne et contrôle du premier degré).

La CNEP-Banque compte actuellement quinze (15) réseaux d'exploitation.

³⁴ L'organisation des agences de la CNEP-Banque est définie par la décision réglementaire n°75-95 du 21 novembre 1995

3. Les crédits immobiliers aux particuliers

Le logement, facteur d'intégration et de reconnaissance sociale, est sans conteste un besoin social incompressible. Il joue un rôle économique non négligeable puisqu'il constitue la forme la plus élémentaire d'investissement des ménages, cet investissement nécessite des fonds importants comparés au budget du particulier. Ce dernier va alors recourir aux crédits immobiliers pour satisfaire ce besoin.

Cependant, la CNEP-Banque a mis en place toute une panoplie de prêts immobiliers adaptés aux différents besoins des emprunteurs.

3.1. Les conditions d'octroi d'un crédit immobilier aux particuliers

« Le crédit immobilier aux particuliers est un prêt conventionnel à long terme destiné au financement de biens immobiliers dont l'utilisation est à usage d'habitation, et garanti par une hypothèque de premier rang sur le bien financé ou autre biens substituables de même valeur ou plus ». Autrement dit, il s'agit d'une opération par laquelle un établissement bancaire s'engage de mettre des fonds au profit d'un particulier en vue d'achat, de construction, de rénovation ou encore l'extension d'un bien immobilier.

Pour pouvoir bénéficier d'un crédit auprès de la C.N.E.P-Banque l'emprunteur doit remplir les conditions suivantes :

- Avoir la capacité juridique de contracter un prêt : être majeur ou émancipé ;
- Etre solvable : avoir un revenu stable et régulier qui justifie ainsi d'une capacité de remboursement suffisante ;
- Etre âgé de moins de 70 ans à la demande du crédit ;
- Le bien à financer est situé en Algérie ;
- Avoir la nationalité algérienne, réside ou non résident en Algérie.

3.2. Crédit à la vente sur plan (VSP)

La vente sur plan (VSP) est un produit proposé par la CNEP-Banque et qui représente un moyen de vendre un bien immobilier à usage d'habitation, commercialisation ou industriel qui est en cours de réalisation et avant que celui-ci ne soit achevé. Cette technique de vente «

la VSP » ou encore appelée Vente En Etat d'Achèvement « VEEA » a été régit par le décret législatif N°93-03 du 1er Mars 1993 relatif à l'activité immobilière dont l'article 09 stipule que : « sous réserves de présenter des garanties techniques et financières suffisantes, un promoteur immobilier peut céder à un acquéreur un immeuble ou une fraction de l'immeuble avant achèvement. Dans ce cas, la transaction est formalisée par un contrat de vente sur plan ».

Section 2 : la constitution du projet en cours et son analyse financière

1. Présentation du projet 33 logements³⁵

La promotion immobilière BALOUL est une EURL qui a déjà réaliser 2 grand projet promotionnel au centre ville de la wilaya de Tizi Ouzou ; le 3 éme est en cours de réalisation il contient deux blocs de 33 logements de différents types et surfaces (f2 ; f3 ; f4) a usage d'habitation en R+5 Rez de chaussée de 5 locaux commerciaux + cinq étages avec un sous – sol de 23 places parkings ; la vente a débuter en juin 2021 ;. Elle a donc comme principale activité la production de bien immobilier et les proposer aux acheteurs sur le plan seulement avec la possibilité de crédit bancaire a 1 % de bénéfice, en respectant ;

- Le délai de réalisation 36 mois

-la norme du fond de garantie et de caution mutuelle de la promotion immobilière édition octobre 2014

- loi fixant les règles régissant l'activité de promotion immobilière loi n°11-04 du février 2011

-les différentes conventions avec les autres parties prenantes (CTC ; ETB TCE L'olivier de l'avenir etc. ...)

Cette technique de vente « la VSP » ou encore appelée Vente En Etat d'Achèvement « VEEA » a été régit par le décret législatif N°93-03 du 1er Mars 1993 relatif à l'activité immobilière dont l'article 09 stipule que : « sous réserves de présenter des garanties techniques et financières suffisantes, un promoteur immobilier peut céder à un acquéreur un immeuble ou une fraction de l'immeuble avant achèvement. Dans ce cas, la transaction est formalisée par un contrat de vente sur plan ».

³⁵ Dossier commercial EURL BALOUL

2. Désignations et prix de vente des produits (lots)³⁶

2.1. Logements bloc A annexe 1

Membre de lots : 15 logements

Détails : 5 (f3) ; 5 (f4) ; 5(f2)

Surface totale : 1265.5

Prix total : 166 500 000.00 DA (annexe 2)

2.2. Logements du bloc B

Nombre de logements : 18 logements

Détails : 6(f2) ; 6(f3) ; 6(f4)

Surface totale : 1554.85m²

Prix totale : 196 200 000.00 DA (annexe 3)

2.3. Locaux commerciaux

Nombre de locaux : 5

Surface totale : 222.2 m²

Prix total : 6 666 000.00 DA

2.4.Places de parking

TOTAL DE PLACES PARKING : 23

Surfaces totale : 339.55 M²

Prix de la place parking : 450 000.00 DA

Total : 450 000.00 * 23 = 10 350 000.00 DA

N° LOT P/P : lot 39 ; lot 40 ; lot 41 ; lot 42 ; lot 43 ; lot 44 ; lot 45 ; lot 46 ; lot 47 ; lot 48 ;
lot 49 ; lot 50 ; lot 51 ; lot 52 ; lot53 ; lot 54 ; lot 55 ; lot 56 ; lot 57 ; lot 58 ; lot 59 ; lot 60 ;
lot 61.

³⁶ Tableau de bord comptable de EURL BALOUL

Remarques : on ne peut pas acquérir un bien immobilier commercial ; (locaux ; places de parking) par crédit bancaire la banque finance uniquement les lots habitable, donc leur paiements se fait en cash espèce et dans notre cas ; la promotion BALOUL exige une première tranche de 60% à la réservation, puis de verser les 40 % restants en 4 tranches selon le prix du lot et la capacité du client.

Section 2 : l'analyse et évaluation financière du projet

Dans cette section nous avons exposé le projet en cours de la promotion baloul en analysant tout le processus du financement des projets de cette dernière.

1. Le financement de la construction³⁷

Un crédit accordé ne va pas directement au compte de la promotion, la banque le verse en 5 tranches qui se débloquent au fur et à mesure de l'avancement des travaux.

Article 3 : Lors de la conclusion des contrats de vente sur plan le paiement du prix du bien immobilier est modulé selon l'état d'avancement des travaux de réalisation dans les limites définies ci-après :

- -à la signature, vingt pour cent (20 %) du prix de vente convenu
- -à l'achèvement des fondations, quinze pour cent (15 %) du prix de vente convenu
- -à l'achèvement des gros œuvres y compris l'étanchéité, les cloisons extérieures et intérieures, trente cinq pour cent (35 %) du prix de vente convenu
- -à l'achèvement des travaux en tous corps d'état, y compris le raccordement aux voies et réseaux divers ainsi que les aménagements extérieurs, vingt-cinq pour cent (25 %) du prix de vente convenu.
- -Le paiement du solde, doit intervenir au moment de l'établissement du procès-verbal de prise de possession, soit cinq pour cent (5%) restant du prix de vente convenu
- Pour illustrer cet article on a donc un client âgé moins de 40 ans avec un salaire supérieur à 80 000.00 à qui la banque a accordé la totalité du crédit 12 000 000.00 le financement des lots se fait comme suite (Tableau N°5)

³⁷Source : Article 3 page 32 –recueil de texte relatif à la promotion immobilière

CHAPITRE 3 LE FINANCIER DE LA PROMOTION IMMOBILIERE PAR LA CNEP BANQUE

Tableau N°5 : débloqué de crédit par tranche.

➤ Crédit accordé	1ere tranche	2ème tranche	3ème tranche	4ème tranche	5ème tranche
100%	20%	15%	35%	25%	5%
12 000 000 .00	2 400 000.00	1 800 000.00	4 200 000.00	3 000 000 .00	600 000.00
modalité	Cheque	Virement	virement	Virement	Chèque

Source : réalisé par nous même a partir des donnes recueillis au prés du service commercial de la promotion immobilière baloul

Tableau N°6 : logements vendus par crédit et tranches débloqués

BLOC	BNQ	Nombre de logements financés	Total de crédits accordés	Nombre de tranche débloquée	Montants débloqués
A	CNEP	16	171 825 000.00	20%+15%	60 138 750.00
				=35%	
B	BNA	5	50 770 000.00	20%+15%	17 769 500.00
				=35%	

Source : réalisé par nous même grâce aux informations recueillies chez promotion baloul

CHAPITRE 3 LE FINANCIEMENT DE LA PROMOTION IMMOBILIERE PAR LA CNEP BANQUE

Tableau N°7 : lots vendus sans crédits bancaires.

Sans crédit	Nombre de logements	Montant total	Montant versés	Restants
	7	74 900 000.00	50 000 000.	24 900 00.0

Source : réalisé par nous même grâce aux informations recueillies chez promotion baloul

2. Procédure pour acquérir un logement promotionnel a 1% d'intérêt

- Avoir une attestation de réservation et de perception de fonds **annexe 4**
- Faire une simulation au niveau de la banque ou on indique au client :
 - Le montant du crédit accordé par la banque
 - taux de financement
 - Le montant de l'apport personnel et son taux
 - La prime SGCI et le montant de la commission
- Compléter le dossier exigé **annexe 5**
- Remplir le formulaire de la demande de crédit **annexe 6**
- Remplir la demande d'adhésion a l'assurance des emprunteurs **annexe 7**
- Signer l'autorisation de la consultation de la centrale des risques des emprunteurs et des ménages CREM **annexe 8**
- Signer l'autorisation de prélèvement de frais d'étude **annexe 9**
- Légaliser l'autorisation de prélèvement de mensualité **annexe 10**
- Verser l'apport personnel a l'ordre du promoteur **annexe11**
- Après la validation du comité et de la commission le client paye 3000 da pour pouvoir effectuer l'enregistrement au niveau des impôts
- La chargé crédit remis le dossier a la SGCI pour l'approuver

- Le client passe pour la signature et le déblocage de la 1^{er} tranche du crédit accordé sous forme de cheque au nom du notaire de la promotion a fin de préparer l'hypothèque
- A l'achèvement des fondations la promotion dépose un rapport devancement de travaux : le notaire de la promotion dépose l'hypothèque pour pouvoir débloquer la deuxième tranche 15%
- à l'achèvement des gros œuvres y compris l'étanchéité, les cloisons extérieures et intérieures LA PROMOTION dépose une attestation d'avancement de travaux a 54% signer et réaliser par un bureau d'étude conventionné avec la banque CNEP pour le déblocage de la 3 Emme tranche DE 35%
- a l'achèvement des travaux en tous corps d'état, y compris le raccordement aux voies et réseaux divers ainsi que les aménagements extérieurs la promotion dépose une deuxième attestation d'avancement de travaux A 95 % toujours approuver par bureau d'étude conventionne avec la banque CNEP a fin de débloquer la 4 Emme tranche de 25% **ANNEXE 12.**

CHAPITRE 3 LE FINANCIEMENT DE LA PROMOTION IMMOBILIERE PAR LA CNEP BANQUE

- A la remise des clés aux clients la promotion dépose un PV de remise de clés a fin de débloquer la dernière tranche du crédit accordé. **Annexe 13**

Conclusion du chapitre 3

La promotion immobilière BALOUL investissement réalise un projet qui est financé par deux différentes banques et agences en principe après l'étude menée à la banque CNEP agence 201 et à la promotion immobilière on remarque que les lots à usage d'habitation sont majoritairement financés par les crédits mais ces derniers ne sont pas accessibles à la classe moyenne forcement car les exigences des banques sont très serrées pour les simples salariés, on a donc conclu que la promotion immobilière n'est pas une solution objective à la crise du logement en Algérie comme certains le pensent.

CONCLUSION

GENERAL

Conclusion général

Tout au long de ce mémoire nous avons exposé les différentes étapes du processus du financement d'un projet immobilier cas CNEP banque. Dans la quelle nous avons pu effectuer un stage pratique .Qui nous a permis d'avoir connaissance de l'aspect pratique sur le financement d'un projet immobilier option crédit promotionnel vsp.

En effet, en Algérie l'offre des logements est dominée par l'état à travers la promotion immobilière publique, qui bénéficie de plusieurs avantages et de la priorité en matière d'octroi des crédits.

Outre le désengagement de l'État, l'objectif premier du nouveau dispositif est de stimuler et de freiner le développement immobilier dans l'intérêt des acquéreurs, des promoteurs et de tous les acteurs qui contribuent au financement des transactions immobilières. Parmi ces facilitations, du moins celles destinées à la promotion immobilière, l'accès rapide au financement de leur projets via un crédit bancaire, la bonification du taux d'intérêt .dans notre travail, nous avons développé le volet théorique de toutes les étapes relatives au financement des promotions immobilières et nous avons décortiqué toute les phases une par une du moins celle relatives au dossier de la demande de crédit à la promotion immobilière au niveau de la CNEP-Banque.

Les dossiers réels que nous traitons à la CNEP-Banque permettent d'appréhender l'ensemble du processus des opérations de financement de la promotion immobilière, y compris le traitement et l'examen des dossiers de financement, qui font l'objet d'une décision favorable d'octroi de crédit, dont nous avons vu toutes les procédures ultérieures, dans ces procédures comprennent l'établissement de lettres d'autorisation de crédit (LAC), l'exécution des accords de crédit, la mobilisation des fonds, le remboursement du crédit et la gestion des paiements en souffrance. D'où nous avons constaté quelques lacunes techniques et pratiques dans l'application de la réglementation.

Désormais, il sera impossible d'obtenir à nouveau un financement sans une garantie solvable, définitive et contractuelle d'une part et sans un apport conséquent des promoteurs

D'autre part. Cette rigueur doit réduire substantiellement, voire supprimer, tout risque financier pour les bailleurs de fonds et tout risque commercial pour les promoteurs.

Conclusion générale

De par ses activités d'intermédiation, la banque est constamment exposée au risque d'entraver ses activités, d'affecter ses performances voire de mettre en péril sa pérennité. Nous soutenons que cette fonction de médiation peut être située dans une double perspective. Tout d'abord, d'un point de vue commercial, en tant qu'entreprise qui fournit des services commerciaux, une banque doit porter une attention particulière à la qualité de service de ses agents, que ce soit en termes d'accueil, de conseil et d'orientation, ou de diligence et d'honnêteté dans leur travail.

Pour conclure nous avons émis Quelques recommandations, que nous avons jugées importantes :

- Encourager davantage de promoteurs immobiliers privés à remédier à la pénurie
- Atténuer les difficultés rencontrées par les promoteurs privés pour obtenir des terrains qu'ils paient au prix fort. Contrairement aux promoteurs immobiliers qui construisent des maisons pour le compte de l'État, ils bénéficient d'une réduction de 80 % sur le prix des terrains.
- Revoir la décision de faire bénéficier les promoteurs publics d'avantages fiscaux, tels que l'exonération d'IRG et les avantages parafiscaux et la déduction de l'assiette de la taxe foncière, alors que le système d'aides publiques confère au logement social des avantages que les autres promoteurs privés n'ont pas.

Enfin, l'examen des différentes notions liées a la promotion immobilière et a son financement par la CNEP banque nous permet de valider l'hypothèse numéro deux .qui stipule que le financement du projet immobilier se fait par virement progressifs selon l'avancement du projet.

Bibliographie

Bibliographie

1. Ouvrage :

- Fonds de garantie et de Caution Mutuelle de la Promotion Immobilière (recueil de texte relatif à la promotion immobilière)
- COUSSERGUES.S, «la banque : structure, marché et gestion », paris 1996
- CONSO P, l'entreprise en 24 leçons, DUNOD, Paris, 2001
- PUPION P-C., « Economie et gestion bancaire », édition DUNNOD, Paris, 1999
- AUGROS J-C. et QUERUEL M., « Risque de taux d'intérêt et gestion bancaire », édition ECONOMICA, Paris
- la décision réglementaire de la CNEP n°75-95 du novembre 1995
- nadir benmatti « L'habitat au tiers monde (cas Algérie) » SNED 1982 page 132 /133
- Jean François selaudoux jean rioufoul « Le marché de l'immobilier édition » "QUE SAIS-JE»2005 de la page 23 a 28

2. Document :

- Convention etc Convention avec IETB Olivier de l'avenir (entreprise de construction)
- Dossier commercial EURL BALOUL
- Tableau de bord comptable de EURL BALOUL

3. Rapport :

- (ONS : RGHP, 2008)
- ONS (2013). Rétrospective statistique 1962-2011
- ONS (2011). Armature urbaine-RGPH 2008, Collection statistique n° 163 , Septembre 2011 et RGPH
- ONS (2013). Rétrospective statistique 1962-2011, Juin 2013

4. Mémoire

- le marché du logement en Algérie qu'elle état des lieux lasla Yamina oukaci Kamel université de Béjaïa 2017
- RihaniSadia&ToubalDihia : Le financement de la promotion immobilière au sein de la « CNEP-Banque Tizi-ouzou »Cas : La promotion PROMO TO- Mémoire de fin d'étudesEn vue d'obtention du diplôme de Master En Sciences Commerciales promotion 2013,ummto tizi ouzou
- AIT ABED Akila AZEM Kahina Le financement des projets immobiliers par la CNEP Banque :Cas de crédit immobilier aux particuliers au niveau de l'agence Ben M'Hidi Tizi-Ouzou Mémoire de fin d'étudesen vue de l'obtention d'un diplôme de Master Option : Finance ummto tizi ouzou promotion 2014/2015

5. Site web

- Cnep.dz
- Sgci.dz
- Satim.dz
- Srh.dz
- <https://www.scribbr.fr/methodologie/differentes-methodes-de-recherche/>
- <https://achat-immobilier.ooreka.fr/astuce/voir/462645/biens-immobiliers>
- <https://www.lesclesdelabanque.com/particulier/>

Liste des annexes

Liste des annexes

Annexe 1 : présentation de logement bloc

Annexe 2 : présentation de logement bloc B

Annexe 3 : locaux bloc A

Annexe 4 attestations de réservation et de perception de fond

Annexe 5 : constitution du dossier crédit

Annexe 6 : formulaire de demande de crédit

Annexe 7 : demande d'adhésion à l'assurance des emprunteurs

Annexe 8 : autorisation de la consultation de la centrale des risques des emprunteurs et des ménages

Annexe 9 : autorisation de prélèvement de frais d'étude Annexe

Annexe10 : autorisation de prélèvement de mensualité Annexe

Annexe11 : ordre de versement de l'apport personnel (du promoteur)

Annexe 12 : attestation d'avancement des travaux

Annexe 13 : PV de remise des clefs

LOGEMENTS BLOC A

lot	Type de logement	ETAGE	Superficie	Bloc	Prix de vente Déclaré
N°09	F3	1ER	92.7m ²	A	12 000 000.00
N°10	F2		58.05m ²	A	9 300 000.00
N°11	F4		102.35m ²	A	12 000 000.00
N°15	F3	2eme	92.7m ²	A	12 000 000.00
N°16	F2		58.05m ²	A	9 300 000.00
N°17	F4		102.35m ²	A	12 000 000.00
N°21	F3	3eme	92.7m ²	A	12 000 000.00
N°22	F2		58.05m ²	A	9 300 000.00
N°23	F4		102.35m ²	A	12 000 000.00
N°27	F3	4eme	92.7m ²	A	12 000 000.00
N°28	F2		58.05m ²	A	9 300 000.00
N°29	F4		102.35m ²	A	12 000 000.00
N°33	F3	5eme	92.7m ²	A	12 000 000.00
N°34	F2		58.05m ²	A	9 300 000.00
N°35	F4		102.35m ²	A	12 000 000.00

- Membre de lots : 15 logements
- Détails : 5 (f3) ; 5 (f4) ; 5(f2)
- Surface totale : 1265.5
- Prix total : 166 500 000.00 DA

LOGEMENTS BLOQUE B

lot	Type de logement	ETAGE	Superficie	Bloc	Prix de vente déclare
N°06	F4	RDC	125.65m ²	B	12 000 000.00
N°07	F2		56.8m ²	B	9 100 000.00
N°08	F3		120.30m ²	B	12 000 000.00
N°12	F4	1ER	100.7m ²	B	12 000 000.00
N°13	F2		56.8m ²	B	9 100 000.00
N°14	F3		96.2m ²	B	12 000 000.00
N°18	F4	2eme	101.05m ²	B	12 000 000.00
N°19	F2		52.55m ²	B	8 500 000.00
N°20	F3		96m ²	B	12 000 000.00
N°24	F4	3eme	101.05m ²	B	12 000 000.00
N°25	F2		52.55m ²	B	8 500 000.00
N°26	F3		96m ²	B	12 000 000.00
N°30	F4	4eme	101.05m ²	B	12 000 000.00
N°31	F2		52.55M ²	B	8 500 000.00
N°32	F3		96m ²	B	12 000 000.00
N°36	<u>F4</u>	5eme	101.05M ²	B	12 000 000.00
N°37	<u>F2</u>		52.55m ²	B	8 500 000.00
N°38	<u>F3</u>		96m ²	B	12 000 000.00

- Nombre de logements : 18 logements
- Détails : 6(f2) ; 6(f3) ; 6(f4)
- Surface totale : 1554.85m²
- Prix totale : 196 200 000.00 DA

LOCAUX BLOC A

Locaux commerciaux				
N° LOT	BLOC	niveau	SUPERFICIE	Prix de vente déclaré
N°1	A	RDC	51.5m ²	1 545 000.00
N°2	A		48.6m ²	1 458 000.00
N°3	A		37.7m ²	1 131 000.00
N°4	A		35.3m ²	1 059 000.00
N°5	A		49.1m ²	1 473 000.00

- Nombre de locaux : 5
- Surface totale : 222.2 m²
- Prix total : 6 666 000.00 DA



EURL BALOUL INVESTISSEMENT PROMOTION IMMOBILIERE

Mob : 0560 04 81 82

E-mail : promotion.baloul@gmail.com

ATTESTATION DE RÉSERVATION ET DE PERCEPTION DE FONDS

Nom :

Prénom :

Adresse :

Projet : 33 LOGEMENTS PROMOTIONNELS + GARAGES, ET S/SOL PARKING

Par la présente attestation, le promoteur s'engage à réserver au client identifié ci-dessus, le bien immobilier à construire ou en cours de construction décrit ci-dessous, en vue de son acquisition à son achèvement en contrepartie du versement effectué par le réservataire signalé ci-après.

Adresse de l'habitation : Quartier -A- Zhun Sud, Fer à cheval, N^o - ville, Tizi-Ouzou.

Lot n° :10	Bloc :A	Type :F2	Étage :1 ^{er} étage	Surface : 58.05 M ²	Façade : Principale
------------	---------	----------	---------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Prix du logement :

(En chiffre) : 9.300 000,00 DA

(En lettre) : neuf millions trois cent mille dinars

Versé en ce jour du : **Le montant qui suit :**

(En chiffre) :

(En lettre) :

Notez bien que le délai de 36 mois concernant la remise des clefs prendra cours à partir de la signature de la VSP par devant le notaire.

Le client (Lu et approuvé)

Le promoteur

Constitution Dossier Crédit

Pièces communes :

- (01) Demande de crédit (formulaire CNEP/Banque) ;
- (01) Extraits de naissance N°12 ;
- (01) Fiche familiale.
- (02) Copie d'une pièce d'identité (CNI - PC) ;
- (02) Certificats de résidence ; dont une pour l'ouverture de compte.
- (01) Copie de la carte de sécurité sociale ;
- (01) Autorisation de prélèvement sur compte chèque ouvert auprès de la CNEP Banque, (formulaire CNEP/Banque, légalisée après ouverture de compte)
- Remplir les annexes CNEP.
- U Autorisation de prélèvement des frais d'études n moyen de recouvrement (domiciliation, virement permanent ou prélèvement sur CCP)

Justificatif de revenu :

Secteur public :

- (01) Relevé des émoluments et attestation d'emploi selon le modèle de la CNEP Banque datant moins de trois mois.

Secteur privé :

- (01) Relevé des émoluments et attestation d'emploi selon le modèle de la CNEP-Banque ;
- (01) Attestation d'affiliation à la CNAS ;
- (01) Relevé de compte d'une année ;
- Trois dernières fiches de paie ;

Pour les commerçants et professions libérales :

- (01) Avertissement fiscal, à défaut un certificat d'imposition ;
- (02) copies du registre de commerce, ou bien (02) copies de l'agrément ;
- (02) Copies de la carte fiscale ;
- (01) mise à jour CASNOS.
- (01) mise à jour CNAS
- (01) extrait de rôle

Pour les épargnants :

- (01) Relevé des intérêts arrêtés au jour de la demande pour les épargnants (postulant et cédant) ;
- (01) Attestation de cession de droit d'intérêts du cédant (formulaire CNEP/Banque).
- Une décision FONAL pour les bénéficiaires du logement rural

NB : même dossier pour le codébiteur ou la caution.

<p><u>Logement auprès d'un particulier :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Copie de l'acte de propriété ; ✓ Certificat négatif d'hypothèque ; ✓ Rapport d'expertise établi par un bureau d'étude agréé (conventionné avec la CNEP-BANQUE) ; ✓ Promesse de vente (Formulaire CNEP-Banque). 	<p><u>Logement fini auprès d'un promoteur immobilier :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Un certificat de conformité. ✓ Décision d'attribution de logement
<p><u>Achat d'un terrain :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Copie de l'acte de propriété ; ✓ Certificat négatif d'hypothèque ; ✓ Rapport d'expertise établi par un bureau d'étude agréé (conventionné avec la CNEP-BANQUE) ; ✓ Promesse de vente (Formulaire CNEP-Banque) ; ✓ Certificat d'urbanisme. 	<p><u>Vente sur plan :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Décision de réservation de logement ;
<p><u>Construction d'une habitation individuelle, Aménagement, Extension ou surélévation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Copie de l'acte de propriété ; ✓ Certificat négatif d'hypothèque ; ✓ Rapport d'expertise établi par un bureau d'étude agréé (conventionné avec la CNEP-BANQUE) ; ✓ Un devis estimatif des travaux de construction ; ✓ Copie du permis de construire. 	<p><u>Construction, Aménagement, Extension ou surélévation, locaux commerciaux</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Certificat négatif d'hypothèque ; ✓ Rapport d'expertise établi par un bureau d'étude agréé (conventionné avec la CNEP-BANQUE) ; ✓ Un devis estimatif des travaux de construction ; Copie du permis de construire.
<p><u>Aménagement d'une habitation :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Copie de l'acte de propriété ; ✓ Certificat négatif d'hypothèque ; ✓ Rapport d'expertise établi par un bureau d'étude agréé (conventionné avec la CNEP-BANQUE) ; 	<p><u>Location habitation :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Engagement de location (formulaire CNEP-BANQUE) ; ✓ Domiciliation de salaire.

الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance-Banque



DEMANDE DE CREDIT
IDENTIFICATION DU DEMANDEUR

Nom : Prénom : Nom de jeune fille : sexe : F M
Né (e) le / / à Wilaya
Fils / fille de Et de
Situation familiale : Célibataire Marié (e) Veuf (ve)
Adresse du domicile
Tél fixe : Tél mobile : E-mail :
Pièce d'identité : CNI PC N° : Délivré (e) le : / / Wilaya
Numéro d'identification national
Titulaire d'un : CEL CEP C.RASMALI CPT N° : Code agence : Réseau :
Compte chèque CNEP-Banque N° :

SALARIES

Profession : N° Sécurité Sociale :
Employeur : Secteur public Secteur privé : Date de recrutement : poste occupé :
Adresse de l'employeur :
Commune : Délra : Wilaya :

PROFESSIONS LIBERALES/COMMERÇANTS

Nom de l'entreprise ou du Commerce : Secteur d'activités :
Adresse : Wilaya :
N° Registre de commerce : Délivré le : / / Wilaya
N° d'agrément : Délivré le : / / Wilaya :
N° d'identification fiscale : N° d'identification statistique :

REVENUS

Revenu mensuel net du postulant : DA Revenu mensuel net du conjoint : DA
Revenu mensuel net des enfants : DA Nombre d'enfants à charge :
Autre revenus : Pension Retraite Revenu mensuel locatif Montant : DA

CREDIT SOLICITE

Type de crédit : Nom de la Promotion Immobilière :
Adresse du bien, objet du crédit :
Montant du crédit sollicité (en chiffres) : DA - Durée du crédit sollicité : Ans
Valeur du bien/Montant devis (construction/aménagement /extension) : DA

CREDIT EN COURS à la CNEP-Banque

CNEP-Banque	Nature du crédit	Agence domiciliaire	Montant échéance/mois	Remboursement à jour	
Crédit 1				OUI <input type="checkbox"/>	NON <input type="checkbox"/>
Crédit 2				OUI <input type="checkbox"/>	NON <input type="checkbox"/>

CREDITS EN COURS A d'autres Banques

Autres Banques	Nature du crédit	Agence domiciliaire	Montant échéance/mois	Remboursement à jour	
Crédit 1				OUI <input type="checkbox"/>	NON <input type="checkbox"/>
Crédit 2				OUI <input type="checkbox"/>	NON <input type="checkbox"/>

J'autorise la CNEP-Banque à consulter la centrale des risques Entreprises et Ménages (CREM) de la Banque d'Algérie.
J'atteste l'exactitude des informations portées ci-dessus et m'engage à fournir à la CNEP-Banque tous les renseignements, justificatifs complémentaires et autres informations nécessaires qu'elle juge utiles de me demander et l'autorise de procéder à leur vérification.

Fait à le / / 20.....

Signature

DEMANDE D'ADHESION A L'ASSURANCE DES EMPRUNTEURS

Emprunteur



المستودق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك
CNEP
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Risque

Veuillez remplir

Nom : _____ Nom de jeune fille : _____

Prénom : _____ Sexe : F M Date de naissance : _____

Poids : _____ Kgs Taille : _____ Cms Montant du crédit sollicité : _____ DA Code agence : _____

Vous pouvez choisir l'une des deux formules suivantes :

- Formule Classique** : couvre uniquement le décès.
- Formule Enrichie** : vous offre une meilleure protection en couvrant le décès et l'invalidité absolue et définitive ainsi qu'une garantie supplémentaire en cas de décès ou d'invalidité absolue et définitive causé par un accident. Ce capital supplémentaire équivalant à 20% du capital restant dû sera versé sur votre compte bancaire.

DECLARATION D'ETAT DE SANTE

Pour chaque question veuillez cocher Oui ou Non

	OUI	NON
1 Etes-vous actuellement ou avez-vous été au cours des 3 dernières années en arrêt de travail pendant plus de 3 semaines consécutives pour raison de santé (hors les arrêts de travail liés à la maternité) ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Suivez-vous ou avez-vous suivi au cours des 12 derniers mois un traitement médical de plus de 30 jours consécutifs (en dehors de la médecine du travail, du suivi des grossesses, des affections saisonnières) ou de bilan d'une maladie ou de suivi médical ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avez-vous au cours des 5 dernières années		
- Séjourné dans un établissement hospitalier pour un bilan ou traitement médical ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 - Subi une intervention chirurgicale (autre qu'une intervention chirurgicale pour les causes suivantes : appendicite, hémorroïdes, amygdalites, végétations, déviation de la cloison nasale, césarienne, vésicule biliaire, varices veineuses, dents de sagesse) ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Etes-vous ou avez-vous été atteint(e) d'un handicap ou d'une malformation congénitale ou reconnu(e) en invalidité par votre régime de sécurité sociale obligatoire ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Êtes-vous ou avez-vous été atteint(e) durant les 5 dernières années d'une affection chronique ou récurrente grave nécessitant une surveillance médicale ou un traitement médical régulier (prise en charge à 100% par votre régime de sécurité sociale obligatoire) ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Si vous avez coché au moins un « Oui » sur la déclaration d'état de santé, votre chargé de clientèle vous fournira un questionnaire que vous devrez compléter



- Je certifie exacts les renseignements donnés ci-dessus et m'engage à fournir à la CNEP-Banque tous les renseignements justificatifs complémentaires qu'elle juge utiles de me demander et l'autorise à procéder à leur vérification.
- Edigez la notice d'information de votre chargé de clientèle. Conformément à l'ordonnance n° 95-07 modifiée et complétée, toute fausse déclaration intervenue entraîne la nullité de l'adhésion à l'assurance.
- Nous attirons votre attention sur le fait que tout changement de votre état de santé entre la date de signature de la demande d'adhésion à l'assurance et la date de mobilisation du prêt doit être signalé à CARDIF El Djazair pour éviter un rejet de la garantie au moment du sinistre.

Signature de l'Emprunteur

Lu et approuvé

Fait à _____ le : ____ / ____ / ____

001-DA-ACE-EM-C-V03-Banque 2012-1



CAISSE NATIONALE D'EPARGNE ET DE PREVOYANCE BANQUE
AUTORISATION DE CONSULTATION DE LA CENTRALE DES RISQUES DES ENTREPRISES ET DES MENAGES (CREM)

Réseau : Agence : Code Agence :

Informations demandeur du crédit

Je soussigné (e) M. Mme : (nom et prénom /épouse)
 Prêsumé : oui, non (cocher la case appropriée) Né (e) le : .../.../.../ (jj/mm/aaaa)
 Lieu de naissance : (commune et wilaya)
 Nationalité : Pays de naissance :
 Fils / fille de : et de :
 Acte de naissance n° : Numéro sécurité sociale :
 Adresse :
 Qualité Professionnelle : salarié, non salarié (cocher la case appropriée)
 Profession :
 Pièce (s) identité (s) : CNI, PC, Passeport, Carte séjour (cocher la case appropriée)
 N° : délivré (e) / / par :
 Autres documents : (si la qualité professionnelle est autre que « salarié »)
 Agrément n° délivré le / / par :
 NIF n° délivré le / / par :
 N° RC n° délivré le / / par :

Type crédit sollicité : Durée sollicitée : (mois)
 Montant du crédit sollicité : (DA)

Codébiteur / caution : (nom et prénom /épouse)
 Prêsumé 1 : oui non (cocher la case appropriée) Né (e) le : / / (jj/mm/aaaa)
 Lieu de naissance : (commune et wilaya)
 Nationalité : Pays de naissance :
 Fils / fille de : et de
 Acte de naissance n° : Numéro sécurité sociale :
 Adresse :
 Qualité Professionnelle : salarié, non salarié (cocher la case appropriée)
 Profession :
 Pièce (s) identité (s) : CNI, PC, Passeport, Carte séjour (cocher la case appropriée)
 N° : délivré (e) le / / par :
 Autres documents² : (si la qualité professionnelle est autre que « salarié »)
 Agrément 3 n° délivré le / / par :
 NIF₄ n° délivré le / / par :
 N° RC₅ n° délivré le / / par :

- J'atteste de l'exactitude des informations portées ci-dessus, et autorise la CNEP-Banque à consulter la Centrale des Risques des Entreprises et ménages (CREM) de la Banque d'Algérie, et autorise celle-ci à lui communiquer les renseignements enregistrés à notre nom.

Fait à : le
 (Signature du demandeur)

Autorisation de prélèvement des frais d'études

Je soussigné (e) : Mr/Mme/Mlle :

né (e) le :, à :

fil(s) de :.... et de :

demeurant à :

autorise l'agence CNEP-Banque de, à prélever les frais

d'études d'un montant de DA, relatifs au dépôt et à l'étude

de mon dossier de crédit, et ce par débit de mon compte chèque n° :

ouvert auprès de la même agence.

Je déclare avoir pris connaissance que ces frais ne sont pas remboursables en cas

de rejet de ma demande de crédit.

Fait à :

Le :

Signature de l'intéressé

DM



الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance
CNEP/Banque « Société par Action » au capital social de 14 000 000 000 DA
Siège Social : 42, Rue Khelifa Boukhalifa Alger

Direction du Réseau de Tizi-ouzou
AGENCE ABANE RAMDANE
CODE STRUCTURE : 201

AUTORISATION DE PRELEVEMENT

Par le débit de mon compte bancaire n°.....ouvert auprès de
l'agence CNEP-Banque DE ABANE RAMDANE CODE 201 ;

Je vous autorise à prélever les montants des mensualités de remboursements
relatives au (x) crédits(s) que j'ai contacté auprès de la CNEP-Banque.

Je m'engage à maintenir, sur mon compte, une provision suffisante pour
permettre le prélèvement.

Au cas où mon compte serait insuffisamment provisionné, je m'engage à
m'acquitter des pénalités de retard par le débit de mon compte.

Monsieur/Madame.....
.....

Fait à.....le.....

Signature Légalisée

EURL BALOUL INVESTISSEMENT PROMOTION IMMOBILIERE

ORDRE DE VIREMENT-VERSEMENT

Mr, Mme, Melle :.....

Est prié d'effectuer un virement- versement dont le montant est

(En chiffre) :

(En lettres) :.....

Pour achat d'un bien immobilier dans le cadre promotionnel au prix suivant :

.....

Au profit de : **EURL BALOUL INVESTISSEMENT PROMOTION IMMOBILIERE**

❖ RIB : 0110020110007162610

TIZI-OUZOU LE .../... /...



EURL BALOUL INVESTISSEMENT PROMOTIONIMMOBILIERE

Mob : 0560 04 81 82

E-mail : promotion.baloul@gmail.com

ATTESTATION D'AVANCEMENT DES TRAVEAUX

Programme : 33 LOGEMENTS PROMOTIONNELS + GARAGES, ET S/SOL PARKING
LOCALISATION : Quartier -A- Zhun Sud Fer à cheval, N^{elle}- ville, Tizi-Ouzou.

POUR LE COMPTE DE LA CNEP-BANQUE.AGENCE : ABANE RAMDANE (201)

NOM ET PRENOM DE L'EMPREINTEUR

Nom :

Prénom :

NATURE ET SITUATION DU BIEN :

Logt de type : F2

Bloc : A

Etage : 1 ER (CENTRE)

Surface : 58.05M²

Lot n° : 10

	Gros œuvres					Corps d'état secondaire					RDV	TOTAL
	Ter	Inf	Sup	Mac	Etan	Rev Endu	Plomb	Men	Elec	Peint		
Taux correspondant	4 %	8%	30%	10%	2%	15%	6%	9%	5%	7%	4%	100%
Taux de réalisation	4%	8%	30%	10%	2%							

Date d'établissement de l'attestation:

NB/ Les travaux sont conformes aux plans architecturaux et au permis de construire.

BUREAU D'ETUDE

Le PROMOTEUR

**PROCES -VERBAL DE PRISE DE POSSESSION D'UN BIEN
IMMOBILIER ET DE REMISE DES CLES**

Ce présent procès-verbal est établi en complément du contrat de vente sur plan

ENTRE :

- **LE PROMOTEUR :** EURL BALOUL INVESTISSEMENT PROMOTION IMMOBILIERE, dont le siège est situé à l'Immeuble SASSAOUD Bd. Krim BELKACEM N^{elle}- ville Tizi-Ouzou, représentée par M.SAMIR BALOUL, agissant en qualité de Gérant et ayant tout pouvoirs pour agir en ce sens, ci-après désigné « Le Vendeur » d'une part,
- **L'ACQUEREUR :**, né le à
Ci-après désigné « L'Acquéreur » d'autre part,

❖ **DESCRIPTION DE L'ENSEMBLE IMMOBILIER :**

Consistance : 33 LOGEMENTS PROMOTIONNELS + GARAGES, ET S/SOL PARKING

Lieu d'implantation : Quartier -A- Zhun Sud Fer à cheval, N^{elle}- ville, Tizi-Ouzou.

❖ **DESCRIPTION EXACTE DU BIEN LIVRE :**

Désignation : Logement ou Local ou Place Parking : F...

Surface : M²,

Bloc :

Etage :

Le bien ainsi vendu forme le lot N° : De l'état descriptif de division (EDD) du projet.

L'acquéreur déclare avoir reçu ce jour les clés du bien mentionné par le vendeur s'engage à adhérer sans réserve à l'ensemble des règles et conditions régissant copropriété.

Fait à Tizi-Ouzou le,

L'ACQUEREUR, Soussigné

EURL BALOUL INVESTISSEMENT
Le Gérant

Table des matières

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction générale..... 01

CHAPITRE 1 : MARCHE DU LOGEMENT ET PROMOTION IMMOBILIÈRE

Introduction au chapitre I 07

Section 1 : immobilier en Algérie..... 07

1. Généralités sur l'immobilier..... 07

1.1. Définition du bien immobilier..... 07

1.2. Types de biens immobiliers 07

1.2.1. L'immobilier résidentiel..... 08

1.2.2. L'immobilier professionnel 08

1.2.3. Autres types de biens immobiliers..... 08

2. Le marché de l'immobilier 09

2.1. Définition du marché immobilier 09

2.2. Segmentation du marché de l'immobilier 09

2.2.1-Le marché primaire 09

2.2.2-Le marché secondaire 09

2.3-Les intervenants sur les marchés immobiliers 09

3. l'immobilier en Algérie 13

3.1 politique du logement en Algérie 13

3.2. Le marché de l'immobilier Algérien 15

3.2.1 L'examen de l'offre de logement 15

3.2.2- La situation de la demande 20

Section 2 : l'activité de la promotion immobilière 23

1. la promotion immobilière en Algérie 23

1.1. Définition de la promotion immobilière 23

1.2. Types de promotions immobilières 24

1.2.1. La promotion immobilière publique	24
1.2.2. La promotion immobilière privée	24
1.3. Les formes de la promotion immobilière	25
1.3.1. La forme directe	25
1.3.2. La forme indirecte	25
1.4. Le promoteur immobilier	25
1.4.1. Définition du promoteur immobilier	25
1.4.2. Les obligations du promoteur	26
1.4.3. Les conditions pour obtenir un agrément de promoteur immobilier Pour la personne physique	28
1.5. Les intervenants de la promotion immobilière	29
2. La vente sur plan	30
2.1. Définition de la vente sur plan	30
2.2. Les avantages des ventes sur plan	33
2.3. Les obligations du souscripteur et du réservataire.....	34
2.4. Le chargé du service commercial de la promotion immobilière	34
2.4.1. Missions	34
3. Les grandes phases d'un projet immobilier.....	35
3.1. Le choix du terrain et le montage financier.....	35
3.2. Marketing du projet	36
3.3. La construction du projet immobilier	37
3.3.1. Fondement du contrôle technique de la construction : CTC	37
3.3.2. Mission de contrôle technique de la construction.....	38
3.3.3. Réception, livraison et suivi des différentes garanties du projet	38
3.3.4. Cadre juridique et réglementaire régissant une opération « promotion immobilière»	38
Conclusion du chapitre 1	40

CHAPITRE 2 : LE FINANCEMENT DE L'OFFRE IMMOBILIÈRE CRÉDIT A LA PROMOTION

Introduction au chapitre.....	42
Section 1 : le crédit immobilier aspect conceptuel	42
1. Le crédit immobilier.....	42
1.1. Définition du crédit immobilier	42
1.2. Les caractéristiques du projet immobilier	43
1.2.1. La confiance.....	43
1.2.2 Le temps.....	43
1.2.3. Le risque	43
1.2.3.1. Typologies des risques	44
1.3. But et objectif du crédit	45
2. L'hypothèque	47
2.1 Définition de l'hypothèque	47
2.2 Les différentes formes de l'hypothèque	47
2.2.1. Hypothèque légale	47
2.2.2 Hypothèque conventionnelle	47
2.2.3. Hypothèque judiciaire.....	48
2.3. Les garanties réelles de l'hypothèque	48
Section 2 : les différents intervenants et garanties du crédit et leurs dispositifs de financement	49
1. Les intervenants dans l'opération du financement de la promotion immobilière	49
1.1. La Société de garantie de crédit immobilier	49
1.1.1. Présentation de la SGCI.....	49
1.1.2. L'objet de la SGCI	49
1.1.3. Les crédits couverts par la SGCI	49
1.1.4. Nature des risques couverts par la SGCI	50
1.2. L'institution chargée du refinancement hypothécaire : « la Société de Refinancement Hypothécaire » (SRH).....	51
1.2.1. Présentation	51
1.2.2. Missions de la SRH	51
1.2.3. Ressources de la SRH	51

1.3. La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de la Monétique « SATIM »	54
1.3.1. Présentation de la SATIM	54
1.3.2. La Centrale des risques des ménages.....	54
2. Traitement de dossier client	55
2.1. Présentations de l'étude du dossier	55
2.2. Traitement du dossier	55
2.2.1. Calcul du droit au prêt	55
2.2.2. La durée de remboursement	56
Conclusion du chapitre2	56

CHAPITRE 3 : LE FINANCENT DE LA PROMOTION IMMOBILIÈRE PAR LA CNEP BANQUE

Introduction au chapitre 3	59
Section 1 : le dispositif du financement de la banque CNEP agence 201	59
1. Présentation de la BANQUE CNEP.....	59
1.1. Historique et évolution de la banque CNEP	59
1.2. ACTIVITÉ.....	61
1.3. Le capital social.....	61
1.4. Objet social.....	62
1.5. Le pouvoir social	62
2. Organisation des structures de la CNEP-Banque	62
2.1 Les structures centrales.....	63
2.2 L'agence	63
2.3 Les directions régionales	63
3. Les crédits immobiliers aux particuliers	64
3.1. Les conditions d'octroi d'un crédit immobilier aux particuliers	64
3.2. Crédit à la vente sur plan (VSP)	64
Section 2 : la constitution du projet en cours et son analyse financière	65
1. Présentation du projet 33 logements	65
2. Désignations et prix de vente des produits (lots)	66
2.1. Logements bloc A annexe 1	66
2.2. Logements du bloc B.....	66
2.3. Locaux commerciaux	66

2.4. Places de parking	66
Section 2 :l'analyse et évaluation financière du projet	67
1. Le financement de la construction.....	67
2. Procédure pour acquérir un logement promotionnel a 1% d'intérêt	70
Conclusion du chapitre 3	72
Conclusion général	74
Bibliographie	
Liste des annexes	