



La Lettre de la DGI

Bulletin d'information de la Direction Générale des Impôts - n° 38 - Février 2009

LES RELATIONS DE L'ADMINISTRATION FISCALE À L'USAGER : UNE NOUVELLE APPROCHE

■ Editorial ■ ■ ■ ■ ■



Voici maintenant presque une décennie que l'Administration fiscale a entamé la réforme de ses structures.

De nouvelles structures ont été instituées, d'autres sont appelées à être profondément remaniées.

Schématiquement, la nouvelle organisation se caractérise par la mise en place, au niveau central, d'une Direction des Relations Publiques et de la Communication (DRPC) et d'une Direction de l'Information et de la Documentation (DID), et au niveau local de nouveaux services opérationnels, fondés sur une segmentation de la population fiscale adaptée au tissu fiscal (DGE, CDI et CPI) et tenant compte de la proportion de contribution de chaque catégorie de contribuables au budget de l'Etat.

Cependant, les réformes organisationnelles seront sans effet si elles ne sont pas accompagnées d'actions complémentaires visant, à l'évidence, la communication et l'information mais également d'autres domaines de l'impôt à savoir : la législation qui doit être simplifiée, lisible et accessible au public ; le contentieux qui doit être plus fluide ; le contrôle qui gagnerait à être plus flexible et mieux ciblé, autant d'actions

qui permettraient, à coup sûr, de rendre l'Administration fiscale plus performante et rehausser sa crédibilité auprès de l'opinion.

A travers la diversité de ces actions, deux objectifs majeurs doivent, néanmoins, être ciblés :

- la mise en place d'une véritable administration de service ;
- le développement du civisme fiscal.

Au plan organisationnel, l'institution de la DRPC constitue incontestablement une avancée notable. Chargée de donner une nouvelle dimension aux actions de communication, cette structure doit pouvoir recentrer ses activités en s'attachant, essentiellement, à définir une stratégie de communication impliquant toutes les structures aussi bien centrales que locales.

En effet, à l'heure où l'économie nationale connaît de profondes mutations, l'administration fiscale se doit d'adapter ses structures et ses modes de gestion au marché. Le développement du civisme fiscal s'annonce alors comme un défi qu'elle doit relever. Désormais, c'est à elle qu'incombe l'initiative de lancer des actions «éducatives» en direction des contribuables.

Pour ce faire, une nouvelle approche doit être mise en œuvre situant le contribuable au cœur de ses préoccupations et au centre de toute action qu'elle projette de promouvoir.

Concrètement, cela passe par l'élaboration d'un plan de communication qui comporterait toutes les actions futures de la DGI, établirait les responsabilités, fixerait un calendrier précis de réalisation et quantifierait les besoins en ressources budgétaires indispensables à la concrétisation du programme de communication.

Un plan de communication accompagné d'un système d'évaluation s'avère, en effet, le seul outil susceptible de réaliser l'objectif d'institution d'une véritable administration de service et, par tant, de favoriser le développement du civisme fiscal.

Ce numéro de *La Lettre de la DGI* donne un aperçu du rôle-clé de la communication et de l'information en tant qu'instruments d'accompagnement du programme de modernisation de l'Administration fiscale. Il met en valeur les efforts déployés par l'Administration fiscale pour assurer un meilleur accueil et améliorer ses relations avec les contribuables.

A. Raouya
DGI

Sommaire

I. Actions de communication de la DGI : des relations fondées sur la confiance et l'efficacité. P 02

II. Les outils-clés de communication P 04

III. La DGI, une administration fiscale adaptée aux nouveaux enjeux P 07

Activités du Directeur Général P 08

Travaux et publications P 08

Bon à savoir : Nouvelles modalités de remboursement des crédits de TVA P 08

I. Actions de communication de la DGI : Des relations fondées sur la confiance et l'efficacité

1. Renforcer les rencontres avec les associations et unions professionnelles : objectif-clé de la DGI

Une concertation suivie doit être établie entre l'administration fiscale, d'une part, et les associations et unions professionnelles, d'autre part, en vue d'améliorer l'information fiscale des contribuables.

Ces dernières sont, en effet, associées, à chaque fois que cela apparaît nécessaire, aux travaux d'élaboration de nouveaux textes les concernant et à leur vulgarisation.

Des réunions périodiques sont programmées avec leurs représentants en vue de prendre en charge leurs préoccupations d'ordre fiscal et les renseigner utilement sur la nouvelle politique fiscale engagée par les pouvoirs publics pour la modernisation de l'administration fiscale.

En 2008, quatre rencontres ont été organisées par la Direction des Relations Publiques et de la Communication avec les associations et unions professionnelles suivantes :

- Union Générale des Commerçants et Artisans Algériens (UGCAA), le 7 juillet 2008 ;
- Organisation Nationale des Transporteurs Algériens, le 13 juillet 2008 ;
- Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL), le 20 juillet 2008 ;
- Chambre Nationale des Notaires, le 12 octobre 2008.

D'autres rencontres seront organisées au cours de l'année 2009 avec ces organisations pour vulgariser les nouvelles dispositions fiscales de la loi de finances pour 2009 et recueillir leurs préoccupations en vue de trouver les meilleures solutions quant à leur règlement.

2. Relations avec les médias : relais principal de la communication de la DGI

Les médias ont de tout temps constitué le canal idoine pour la diffusion de l'information fiscale. Dès lors, il est nécessaire de leur fournir les informations fiscales dont ils ont besoin et à l'occasion, notamment, de la promulgation des lois de finances qui comportent traditionnellement des nouveautés fiscales.

Dans le cadre des relations avec les médias, la DGI a participé à l'animation d'une émission de télévision consacrée au secteur des finances.

La Direction des Relations Publiques et de la Communication a également accordé durant l'année 2008 :

- des entretiens avec les quotidiens nationaux ;
- des entretiens à la radio (Chaîne I, Chaîne II et Chaîne III).

3. Les missions de contrôle des procédures d'accueil et d'information des contribuables

Des missions de contrôle de la mise en œuvre des règles et procédures d'amélioration des relations entre l'Administration fiscale et les contribuables auprès des services extérieurs (DIW, DRI, Inspections des impôts et recettes) sont régulièrement réalisées par les agents de la DRPC. Ces missions de contrôle ont pour principal objectif de contrôler l'application des prescriptions de la note n° 580 du 17/8/2005 y relative, ainsi que le suivi de la mise en œuvre des indicateurs de gestion en matière de relations publiques. Elles permettent à cette occasion de déceler les insuffisances constatées en la matière et d'orienter les services vers

les actions et les démarches nécessaires pour les combler.

Un rapport consignait toutes les carences constatées est établi à la suite de chaque mission de contrôle.

En 2008, des missions de contrôle ont été réalisées au niveau des services régionaux et locaux suivants :

- DRI et DIW de : Sétif, Ouargla, Béchar et Chlef.
- DIW de : Tamanrasset, Bouira, Ghardaïa, Tlemcen, Sidi Bel Abbès, Médéa et Djelfa.

4. Promouvoir des outils modernes à la communication : le site web de la DGI

La communication de l'information via le site internet de la DGI est d'usage courant. Le site internet de la DGI est orienté vers plusieurs usages (information des contribuables, les questions posées par les internautes, appel d'offres le cas échéant). Néanmoins, la présentation des informations fiscales occupe une place prépondérante.

Outre les communiqués, on trouve des documents fiscaux de différentes natures (codes fiscaux, guides fiscaux, dépliants, *La Lettre de la DGI*...).



5. Une politique d'information et de vulgarisation tous azimuts de la matière fiscale :

5.1 Diffusion de communiqués de presse

Les communiqués de presse sont largement utilisés par la DGI comme vecteur de communication à l'attention du public afin de porter à sa connaissance une information importante.

Les principaux thèmes des communiqués émis au cours de l'année 2008 sont les suivants :

- communiqué général relatif aux dispositions fiscales de la loi de finances pour 2008 ;
- communiqué relatif aux dispositions fiscales de la loi de finances complémentaire pour 2008 ;
- communiqué relatif aux allègements fiscaux accordés aux communes de la wilaya de Ghardaïa déclarées sinistrées ;
- communiqué relatif aux facilitations prises pour le suivi des investissements réalisés sous régime privilégié accordées au profit des contribuables des communes sinistrées de la wilaya de Ghardaïa ;
- communiqué relatif aux recettes des impôts assurant la vente des vignettes automobiles ;
- communiqué relatif à la délivrance des cartes magnétiques du Numéro d'identification fiscale (NIF).

5.2 Un fonds documentaire riche et varié

Un fonds documentaire constitué de toutes les publications diffusées par l'administration centrale (codes fiscaux, guides fiscaux, dépliants, brochures d'information, lettres d'information et autres ouvrages académiques) a été institué. Ces documents sont mis à la disposition des agents de la DGI et du public constitué essentiellement d'étudiants et chercheurs.

La vulgarisation de l'information fiscale revêt une importance déterminante à l'heure où les contribuables sont appelés à autoliquider leurs propres impositions.

Au plan des nouveautés en matière d'édition, il faut signaler l'élaboration d'une documentation spéciale destinée aux contribuables relevant des CDI constituée :

- d'un guide pratique ;
- et
- d'une série de six brochures (Accueil et information des contribuables du CDI, Organisation et missions du CDI, Les procédures contentieuses et les voies de recours des contribuables relevant du CDI, Les obligations des contribuables relevant du CDI, Champ de compétence du CDI, Procédures de vérifications fiscales des contribuables relevant du CDI).



5.3 Organisation de séminaires d'information

Des séminaires d'information sur la loi de finances pour 2009 ont été organisés au niveau régional à l'intention des Chambres de commerce et d'industrie des wilayas d'Alger, d'Oran, de Blida, de Sétif et de Tlemcen.

D'autres séminaires sur les dispositions fiscales de la loi de finances pour 2009 sont organisés au profit des agents de la DGI auprès de toutes les Directions Régionales des Impôts.



Par ailleurs, un autre séminaire ayant pour thème les procédures d'accueil et d'information des contribuables a été organisé au niveau du ministère des Finances au profit de tous les responsables d'accueil des Directions Régionales des Impôts et des Directions des Impôts de wilaya.

6. Opération d'immatriculation des contribuables : pour une gestion moderne de l'information

1. Le Numéro d'Identification Fiscale

En vue d'immatriculer la population fiscale et de suivre les contribuables (personnes physiques, personnes morales et entités administratives) dans l'espace et dans le temps, il a été institué par la loi de finances pour 2006 un Numéro d'identification fiscale (NIF) pour chaque contribuable. Il se substitue en matière de gestion de l'impôt au Numéro d'identification statistique (NIS), attribué à titre provisoire en vue de sa validation par l'Office National des Statistiques (ONS).

Cette nouvelle procédure d'identification tend à :

- assurer une identification unique et définitive des contribuables ;
- faciliter les opérations d'identification des contribuables ;
- localiser le patrimoine immobilier des personnes physiques et morales ;
- établir la traçabilité des transactions commerciales et autres ainsi que les mouvements des fonds de et vers l'Algérie ;
- être indépendante des changements des lieux d'exploitation commerciale et professionnelle ;
- appréhender en temps réel les modifications de dénomination, de raison sociale ou de changement de situation juridique du contribuable ;
- assurer le suivi des sujets (personnes physiques et morales) dans l'espace et dans le temps ;

- constituer l'outil incontournable de la gestion moderne de l'impôt ;
- constituer l'axe principal du Répertoire National de la Population Fiscale et du Casier Fiscal.

2. La carte d'immatriculation fiscale

La carte d'immatriculation fiscale exprime le premier lien entre le contribuable et la DGI. Elle doit être présentée

lors de toute transaction commerciale et patrimoniale pour justifier une existence fiscale.

Pour mener à bien cette opération, la DGI a procédé à l'acquisition d'un matériel permettant la confection de cartes magnétiques très sécurisées. L'édition des cartes en question a été entamée au courant du premier trimestre 2008 pour concerner aussi bien les contribuables

relevant de la DGE que les entreprises exerçant l'activité d'import-export.

Il convient de signaler que toute opération de commerce extérieur ne peut, désormais, se concrétiser à compter du 10 janvier 2009 sans la présentation de la carte magnétique du Numéro d'identification fiscale auprès des services de la Direction Générale des Douanes et des banques.

II- Les outils-clés de communication

1. Le plan de communication de la DGI

Le plan de communication est un outil d'aide à la décision de la DGI. Il est établi chaque année dans le but de dégager les cibles de la communication et fixer les objectifs poursuivis.

Parmi ces objectifs, on trouve essentiellement :

- La poursuite des réformes organisationnelles de l'Administration fiscale, caractérisées par la mise en place de nouvelles structures, fondées sur une segmentation de la population fiscale adaptée au tissu fiscal (DGE, CDI et CPI).
- Le perfectionnement professionnel et maîtrise des nouvelles technologies de l'information. D'autant plus que de nouveaux canaux d'accès à l'administration fiscale sont offerts aux contribuables en mettant à leur disposition des services en-ligne et à distance (la télédéclaration et le télépaiement).
- La poursuite de la simplification des textes fiscaux. Les formalités des entreprises doivent être autant que possible réduites. Aussi, les imprimés des déclarations doivent être conçus d'une manière simple.

Pour atteindre ces objectifs, le plan de communication détermine les principales actions devant être engagées par la DGI ainsi que les moyens de communication que doit disposer cette dernière pour optimiser le déploiement de la fonction communication.

2. Communication interne : mise en place de standards d'échange d'informations

Les agents de la DGI sont aujourd'hui les meilleurs acteurs dans la construction d'une bonne image de l'Administration fiscale. Afin d'assurer un service de qualité, ils doivent se sentir intégrés. Partant de ce principe, la communication interne n'est plus un outil classique de diffusion d'informations de la hiérarchie à l'ensemble des agents. Son enjeu consiste en la cohésion et l'empathie des agents aux valeurs de leur administration.

Pour cela, il est impératif d'instaurer des standards d'échange et de partage d'information entre les structures centrales et la Direction des Relations Publiques et de la Communication (DRPC) par le biais d'un comité de liaison.



De la sorte, la procédure de communication des informations à la DRPC à travers ce comité doit s'accomplir de la manière suivante :

- chaque direction centrale ainsi que le responsable de la DGE à qui incombe la mise en place d'un système de collecte d'informations et de leur validation sont appelés à désigner un agent de liaison pour coordonner le partage des informations avec la DRPC ;

- les agents de liaison des directions chargés de la collecte des informations (instructions, circulaires, notes...) doivent envoyer l'information à l'agent de liaison de la DRPC par voie électronique suivi d'un envoi par courrier ordinaire ;
- la DRPC mettra l'information au format approprié (communiqué de presse, brochure, envoi aux catégories de contribuables concernés...);
- la DRPC, en concertation avec les autres structures centrales, déterminera la liste des diffusions et prendra en charge la diffusion de l'information ainsi validée et finalisée.

3. Amélioration des procédures d'accueil et d'information des contribuables

Dans sa réforme visant à améliorer la qualité du service et la performance, il est évident que l'agent de l'Administration doit être au centre des préoccupations de l'Administration fiscale. Pour ce faire, une nouvelle approche a été mise en œuvre à travers l'élaboration d'un recueil de règles et procédures devant guider le comportement des agents dans leurs relations avec les usagers.

Ce recueil renferme des prescriptions précises se rapportant pour l'essentiel à :

- L'accueil téléphonique.
- L'accueil physique des contribuables.
- La correspondance écrite.
- La vulgarisation de la matière fiscale :
 - formation des agents chargés de l'accueil et de l'information des contribuables,
 - organisation de journées portes ouvertes,
 - organisation de séminaires et journées d'étude,
 - répartition de la documentation fiscale.
- Les rencontres avec les unions et associations professionnelles.
- L'évaluation de l'indicateur de gestion «relations publiques».

I - أنشطة المديرية العامة للضرائب في مجال الإتصال : علاقات مؤسسة على الثقة والفعالية

4 - سياسة إعلامية وتحسيسية للمادة الجبائية :

أ- نشر البلاغات الصحفية :

تلجأ المديرية العامة للضرائب في أغلب الأحيان الى البلاغات الصحفية باعتبارها وسيلة اتصال مع الجمهور.

لأجل ذلك قامت الادارة الجبائية، خلال سنة 2008، بنشر البلاغات الصحفية التالية :

- بلاغ يتعلق بالتدابير الرئيسية لقانون المالية لسنة 2008،
- بلاغ يتعلق بالتدابير الرئيسية لقانون المالية التكميلي لسنة 2008،
- بلاغ يتعلق بالتسهيلات الجبائية الممنوحة لبلديات ولاية غرداية المتضررة من الفيضانات،
- بلاغ يحدد قباضات الضرائب المكلفة ببيع قسيمات السيارات،
- بلاغات تتعلق بتسليم البطاقة المغناطيسية الخاصة برقم التعريف الجبائي.

ب- الوثائق الجبائية :

يتعلق الأمر بكل منشورات المديرية العامة للضرائب (قوانين الضرائب، أدلة، مطويات الخ....).

نشاط اتصالها بوسائل الإعلام، أجرت مديرية العلاقات العمومية والاتصال عدة حوارات خلال سنة 2008 مع وسائل الإعلام التالية :

- جريدة الشروق اليومي، جريدة الوقت، جريدة المساء، جريدة (La tribune)
- الاذاعة الوطنية (القناة الأولى والقناة الثانية والقناة الثالثة).

كما شاركت في تنشيط حصة تلفزيونية حول قطاع المالية.

3- ترقية وسائل الإتصال الحديثة كموقع

واب الخاص بالمديرية العامة للضرائب

أضحى الإعلام عن طريق الإنترنت شائع الإستعمال. لهذا، أولت المديرية العامة للضرائب موقعها الالكتروني اهتماما كبيرا، وهذا من خلال اثرائه بمعلومات جبائية و تحيينه بعد كل تعديل يمس التشريع الجبائي.

يهدف ترقية هذه الوسيلة الإعلامية الحديثة، طورت المديرية العامة للضرائب برنامجا جديدا لموقعها من خلال اثراء محتواه بمزيد من المعلومات تخص كل فئة من الخاضعين للضريبة. كما أصبح هذا الموقع يحتوي على كل المعلومات المتعلقة بالمزايا الجبائية الممنوحة قانونا إضافة إلى وثائق جبائية محينة (قوانين الضرائب، مطويات الخ...).

1- تعزيز اللقاءات بالجمعيات والإتحادات المهنية : هدف جوهري للمديرية العامة للضرائب

تسعى المديرية العامة للضرائب من خلال تعزيز مثل هذه اللقاءات، الى تحسين مستوى الإعلام الجبائي لدى الجمعيات والإتحادات المهنية التي تمثل أكبر فئة من الخاضعين للضريبة، خاصة عندما يتعلق الأمر باعداد نصوص تشريعية تخصهم أو طرح سياسة جبائية جديدة في إطار عصنة الإدارة الجبائية.

في هذا السياق وخلال سنة 2008، نظمت مديرية العلاقات العمومية و الإتصال أربع (04) لقاءات مع الجمعيات والإتحادات المهنية التالية :

- الإتحاد العام للتجار والحرفين الجزائريين، يوم 7 جويلية 2008 ،
- المنظمة الوطنية للناقلين الجزائريين، يوم 13 جويلية 2008،
- الجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين، يوم 20 جويلية 2008،
- الغرفة الوطنية للموثقين، يوم 12 أكتوبر 2008.

2 - العلاقات مع وسائل الإعلام التي تعتبر وسيطا أساسيا بين الادارة الجبائية والجمهور

تعتبر وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، أداة أساسية لنشر المعلومة الجبائية خاصة قوانين المالية أو أية تعديلات تشريعية. ضمن

II - المديرية العامة للضرائب، إدارة متأقلمة مع الرهانات الجديدة

1 -هيئة الإتصال على المستوى المركزي : مديرية العلاقات العمومية والإتصال

يتمثل دورها الأساسي في دراسة واتخاذ التدابير المناسبة من أجل تحسين العلاقات بين الإدارة الجبائية والخاضعين للضريبة والسهر على التطبيق الفعلي لهذه التدابير من طرف المصالح.

2- الهيئات المكلفة بالإتصال على المستوى المحلي :

- خلايا الإستقبال على مستوى المديرية الجهوية والولائية للضرائب : هدفها الرئيسي التكفل بإستقبال الخاضعين للضريبة على المستويين الجهوي والولائي.

- مصلحة الإستقبال على مستوى المراكز الجوارية للضرائب :

تتولى هذه المصلحة منح كل المعلومات الضرورية للمكلفين بالضريبة التابعين اقليميا لهذه المراكز وتوزيع الوثائق الجبائية وتنظيم المواعيد....الخ.

- مصلحة الإستقبال على مستوى مديرية كبريات المؤسسات :

تتولى هذه المصلحة إستقبال وإعلام الخاضعين للضريبة وكذا التعاون والتنسيق مع الهيئة المتواجدة على المستوى المركزي على اعداد استراتيجية الإتصال.

- مصلحة الإستقبال على مستوى مراكز الضرائب :

تقوم هذه المصلحة باستقبال وتوجيه الخاضعين للضريبة التابعين اقليميا لهذه المراكز وكذا التكفل بالمكلفين بالضريبة الجدد التابعين لها.



رسالة المديرية العامة للضرائب

نشرة شهرية للمديرية العامة للضرائب عدد 38 - فبراير 2009

العلاقات بين الإدارة الجبائية ومستعملها مقاربة جديدة

الافتتاحية

يعطي العدد 38 من رسالة المديرية العامة للضرائب لمحة عن الدور المحوري للإعلام والاتصال كوسيلة هامة ترافق برنامج عصرنة الإدارة الجبائية، كما يبرز الجهود المبذولة من طرف الإدارة الجبائية لتوفير أحسن استقبال للمكلفين بالضريبة وتحسين علاقتها معهم.

ع. راوية

م. ع. ض.

وأحسن إستهدافا. ستسمح مثل هذه الأنشطة المتنوعة بجعل الإدارة الجبائية أكثر فعالية ودعم لمصداقيتها عند الجمهور.

من خلال تنوع هذه الأنشطة، يجب تحقيق هدفين أساسيين وهما : وضع إدارة خدماتية وتنمية الوعي الجبائي.

على المستوى الهيكلي، يمثل إنشاء مديرية العلاقات العمومية والاتصال تقدما هاما. ينبغي على هذه المديرية، بإعتبارها مكلفة باعطاء حجم جديد لانشطة الاتصال، اعادة تركيز نشاطاتها من خلال العمل على تحديد إستراتيجية للاتصال وهذا بإشراك كل الهياكل الأخرى، مركزية كانت أو جهوية.

بالفعل، في الوقت الذي يعرف فيه الإقتصاد الوطني تحولات عميقة، ينبغي على الإدارة الجبائية تكييف هياكلها وطريقة تسييرها مع متطلبات السوق. وعليه، يصبح تطوير الوعي الجبائي تحديا ينبغي على الإدارة الجبائية رفعه. لذلك، يجب عليها ان تبادر بالانطلاق في أنشطة تحسيسية. وعليه، يتعين على الإدارة وضع مقاربة جديدة تجعل المكلف بالضريبة في صلب إهتماماتها وفي صلب كل نشاط تزمع ترفيقته. لاجل ذلك، يجب تطوير مخطط الاتصال يشمل كل الأنشطة المستقبلية للمديرية العامة للضرائب ويحدد كل المسؤوليات ويقيم الاحتياجات المالية اللازمة لتحقيق برنامج الإتصال.

وعليه، يتضح أن وضع مخطط للإتصال مرفوقا بنظام تقييم أصبح الوسيلة الوحيدة التي من شأنها تحقيق هدف انشاء ادارة خدماتية، وبالتالي، تطوير الوعي الجبائي.



لقد مضى قرابة عشرية كاملة منذ شروع الإدارة الجبائية في إصلاح هياكلها، حيث تم إحداث هياكل جديدة، بينما ستعرف هياكل أخرى تغييرا جذريا.

من الناحية الهيكلية، يتميز التنظيم الجديد لهياكل الإدارة الجبائية بإنشاء، على المستوى المركزي، مديرية العلاقات العمومية والاتصال ومديرية الإعلام والتوثيق، وعلى المستوى الجهوي، مصالح جديدة عملية قائمة على أساس تقسيم فئة المكلفين بالضريبة حسب طبيعة الخضوع للضريبة (سواء مديرية كبريات المؤسسات أو مركز الضرائب أو المركز الجوارى للضرائب) وكذا نسبة مشاركة كل فئة من المكلفين بالضريبة في ميزانية الدولة .

غير أن هذه الإصلاحات التنظيمية لن يكون لها أي أثر إذا لم ترافق بمجموعة من الأنشطة التكميلية الهادفة أساسا الى الاعلام والاتصال، إلى جانب مجالات أخرى للضرائب، كالتشريع الذي يجب أن يكون أكثر تبسيط ووضوح و في متناول الجمهور، و المنازعات التي يجب ان تكون معالجة في اجال معقولة، والرقابة التي يجب أن تكون أكثر مرونة

الفهرس

I- أنشطة المديرية العامة للضرائب في مجال الاتصال: علاقات مؤسسة على الثقة والفعالية 2

1 - تعزيز اللقاءات بالجمعيات والإتحادات المهنية : هدف جوهري للمديرية العامة للضرائب

2- العلاقات مع وسائل الإعلام التي تعتبر وسيطا أساسيا بين الإدارة الجبائية والجمهور

3- ترقية وسائل الإتصال الحديثة كموقع واب الخاص بالمديرية العامة للضرائب

4- سياسة إعلامية وتحسيسية للمادة الجبائية

II- المديرية العامة للضرائب، إدارة متألّمة مع الرهانات الجديدة 2

1 - هيئة الإتصال على المستوى المركزي

2- الهيئات المكلفة بالإتصال على المستوى المحلي

III. La DGI, une Administration adaptée aux nouveaux enjeux

1. La structure de communication au niveau central

La Direction des Relations Publiques et de Communication (DRPC)

Mise en place en novembre 2007, la Direction des Relations Publiques et de la Communication (DRPC) est devenue opérationnelle en mai 2008, ayant comme tâche fondamentale l'amélioration des relations publiques aboutissant à fournir aux usagers un service de qualité en développant chez eux le civisme fiscal. Elle coordonne toutes les actions de communication au niveau central et local. Elle est chargée :

- D'étudier et de prendre les mesures appropriées pour améliorer les relations entre l'administration fiscale et les contribuables et de veiller à leur mise en œuvre effective par l'ensemble des services.
- D'élaborer et de diffuser les publications en relation avec les différents services de l'Administration fiscale.
- D'élaborer et de mettre en œuvre une stratégie de communication.
- De traiter en relation avec les structures concernées les requêtes des contribuables.
- D'élaborer la politique éducationnelle tendant à développer le sens du civisme fiscal chez le citoyen.

2. Les structures d'accueil au niveau local

2-1. Les cellules d'accueil au niveau des Directions Régionales des Impôts et des Directions des Impôts de Wilaya

Ces cellules d'accueil ont pour but principal d'organiser l'accueil des contribuables tant au niveau régional que local. Elles sont chargées également de la collecte et de la diffusion de l'information fiscale.

2-2. La Direction des Grandes Entreprises (DGE)

La nature de l'information susceptible d'être demandée par les grandes entreprises est généralement spécifique. Exemple : les avantages fiscaux dont bénéficient les nouveaux investisseurs, les entreprises étrangères et

les sociétés exerçant dans le secteur des hydrocarbures.

Structure d'accueil au niveau de la DGE

Un service d'accueil et d'information est mis à la disposition des grandes entreprises pour répondre à toutes les requêtes et sollicitations.



Ouvert en permanence, ce service assure les missions suivantes :

- l'accueil, l'information et l'orientation des contribuables ;
- la collaboration et la coordination avec la structure centrale chargée de l'information, en matière de stratégie de communication, d'accueil et d'information ainsi que de sa mise en œuvre.

2-3. Le Centre des Impôts (CDI)

Les services doivent informer et renseigner en permanence les publics ciblés du CDI sur leurs obligations fiscales, notamment pour ceux qui sont appelés à exercer pour la première fois leur activité, les avantages fiscaux accordés par la législation en vigueur...

Structure d'accueil au niveau du CDI

Un service d'accueil est réservé au niveau du CDI ayant pour rôle principal l'information et l'accueil des contribuables. Il met à leur disposition un accueil en permanence en assurant les missions suivantes :

- Fournir des informations sur la situation d'une requête contentieuse introduite ;
- organiser des rendez-vous, notamment, avec le chef de centre et les chefs des services principaux ;
- orienter vers les services de la recette, les box de RDV, les inspections ou les Directions des Impôts de Wilaya éventuellement
- répondre aux demandes d'information

d'ordre général exprimées par téléphone ;

- diffusion des dépliant et des brochures de vulgarisation du système fiscal ainsi que des imprimés et diverses déclarations.

En vue de répondre d'une manière explicite aux demandes d'information qui nécessitent beaucoup de temps, des bureaux d'information et de formalités sont mis à la disposition des contribuables ayant pour missions de :

- fournir de plus amples informations sur les questions fiscales soulevées à savoir : les nouvelles dispositions introduites par les lois de finances, les régimes d'imposition et les régimes dérogatoires, etc.

2-4. Les Centres de Proximité des Impôts (CPI)

Il s'agit d'une population fiscale large qui demande à être assistée dans ses démarches vis-à-vis de l'Administration fiscale. Elle est représentée essentiellement des contribuables relevant du régime de l'IFU.

Structure d'accueil au niveau du CPI

Les cellules d'accueil et d'information créées et installées au niveau des CPI jouent un rôle important dans la réussite de la communication avec les contribuables relevant de leurs compétences. Elles constituent un espace indispensable pour le bon fonctionnement des CPI en prenant en charge les missions suivantes :

- L'accueil, l'orientation et l'assistance des contribuables relevant de leurs compétences par des agents spécialisés.
- L'assistance des nouveaux contribuables dans leurs démarches liées principalement à leurs droits et obligations ainsi qu'aux nouvelles procédures auxquelles ils sont astreints.
- La diffusion rationnelle de la documentation appropriée aux contribuables des CPI et à l'attention des agents du CPI.
- Renseigner sur les formalités d'ouverture d'un dossier fiscal au niveau du CPI.
- Prendre en charge les demandes d'exonération, de franchise et de remboursement de la TVA.
- Renseigner sur les formalités relatives à la cession et la cessation d'activité.

Activités du Directeur Général

Lundi 2 février 2009 :

M. Abderrahmane Raouya, Directeur Général des Impôts, a présidé au siège du ministère des Finances les travaux du Comité Interministériel sur les finances locales.

Mardi 10 f février 2008 :

M. Abderrahmane Raouya, Directeur Général des Impôts, a animé le séminaire sur la loi de finances 2009 organisé par la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Oranie.

Mercredi 11 février 2009 :

M. Abderrahmane Raouya, Directeur Général des Impôts, a effectué une visite d'inspection et de travail au niveau des services fiscaux d'Oran et de Mostaganem.

A Oran, il a ouvert les travaux du séminaire sur la loi de finances de 2009 à l'intention des cadres de la région d'Oran.

A Mostaganem, il a visité l'immeuble devant abriter le CDI ainsi que le terrain devant servir d'assiette à la réalisation du CPI de Mostaganem.

Samedi 14 février 2008 :

M. Abderrahmane Raouya, Directeur Général des Impôts, a présidé la réunion



DIW de Mostaganem (photo de groupe)

de coordination hebdomadaire consacrée à l'état d'avancement des dossiers traités par les structures centrales.

Mardi 17 février 2009 :

M. Abderrahmane Raouya, Directeur Général des Impôts, a ouvert les travaux du séminaire sur l'accueil organisé à l'intention des cadres des services extérieurs.

Dimanche 22 février 2009 :

M. Abderrahmane Raouya, Directeur Général des Impôts, a ouvert les travaux du séminaire sur la loi de finances 2009 organisé à l'intention des organisations patronales et associations professionnelles.

Lundi 23 et mardi 24 février 2008 :

M. Abderrahmane Raouya, Directeur Général des Impôts, a rencontré la délégation espagnole dans le cadre de l'examen du régime fiscal du projet Medgaz.

Lundi 23, mardi 24 et mercredi 25 février 2008 :

M. Abderrahmane Raouya, Directeur Général des Impôts, a ouvert les travaux du séminaire sur les normes comptables internationales IAS/IFRS animé par des experts de la Direction Générale des Finances Publiques française.



CDI de Mostaganem

Bon à savoir : Nouvelle modalité de remboursement des crédits de TVA

1. Délai d'introduction de la demande de remboursement

La loi de finances pour 2009 a modifié l'article 50 bis du code des taxes sur le chiffre d'affaires (TCA) en limitant le délai pour le dépôt

des demandes de remboursement au **20 du mois qui suit le trimestre civil au titre duquel le crédit de TVA s'est formé.**

Date limite d'introduction des demandes de remboursement

Trimestre de constitution des crédits de TVA	Janvier/Février et Mars 2009	Avril/Mai et Juin 2009	Juill/Août et Septembre 2009	Octobre/Novembre et Décembre 2009
Date limite d'introduction des demandes de remboursement	Avant le 20 avril 2009	Avant le 20 juillet 2009	Avant le 20 octobre 2009	Avant le 20 janvier 2010

2. Fixation à 30 000 DA du crédit minimum à rembourser

L'article 28 de la loi de finances pour 2009 a complété les dispositions de l'article 50 bis du code des TCA en fixant un montant minimum de remboursement de 30 000DA au-dessous duquel les demandes de remboursement sont **irrecevables.**

3. Remboursement trimestriel

Le remboursement doit porter sur un crédit constaté au terme de la période de **trios (03) mois consécutifs** de chaque trimestre civil. En effet, pour que la demande soit recevable en la forme, il suffit que le troisième mois du trimestre civil fasse apparaître un crédit. Le crédit demandé en remboursement est celui figurant sur la déclaration du

dernier mois du trimestre civil, nonobstant la situation de cette entreprise au titre des deux premiers mois.

4. Non-report du crédit de la TVA dès le dépôt de la demande de remboursement

Les dispositions de la loi de finances pour 2009 ont pour objet d'astreindre les entreprises désirant obtenir le remboursement de ne plus reporter sur leurs déclarations de chiffre d'affaires suivants les crédits de TVA dont le remboursement est demandé et ce, dès le dépôt de la demande. L'imputation de ces crédits est ainsi momentanément suspendue jusqu'à l'intervention de la décision de remboursement.

Web site : www.mfdgi.gov.dz

Ministère des Finances
Direction Générale des Impôts
Direction des Relations Publiques et de la Communication
 Immeuble Ahmed-Francis, cité Malki, Ben Aknoun, Alger
 Tél.: 021 59 53 53 Postes : 21 93 - 21 67 - 21 70
 Fax: 021 59 53 47