

Une question de culture



Dans quelques jours, le marché des transferts d'hiver, communément connu sous le nom de mercato (marché en italien), s'ouvre en Algérie. Une occasion pour les clubs de faire le tri sur le plan des effectifs en fonction du rendement des uns et des autres.

Renforts et libérés font partie du lot des décisions prises en général dans cette période, même si certains clubs peuvent décider tout aussi du statu quo à ce niveau-là, c'est dire que ni ils vendent ni ils achètent de joueurs. Il faut rappeler que le marché hivernal pour ceux qui y recourent constitue un investissement exceptionnel dans la mesure où les clubs sont censés régler cette question en fonction des objectifs à l'intersaison.

Ce qui nous amène à évoquer la première particularité du marché hivernal, à savoir qu'il est de moindre importance que celui de l'été. La seconde, c'est qu'il concerne beaucoup plus les équipes ayant accompli en général un bon parcours lors de la phase aller du championnat afin de renforcer davantage le groupe. Des équipes voulant rattraper leur retard ou s'éloigner de la zone de relégation ont également recours au marché des transferts pour hisser le niveau de l'équipe. Cela suppose donc une offre et une demande sur les joueurs ; les transactions étant régulées par cette loi économique. Qu'en est-il en Algérie ? Des expériences précédentes permettent de déceler l'une des caractéristiques du mercato en Algérie, à savoir qu'il est réduit à une forme de troc entre les clubs ou se focaliser sur les joueurs en fin de contrat, comme c'est le cas actuellement pour Metref (ESS) ou encore Coulibaly (JSK). Pour des raisons pas tout à fait évidentes, les dirigeants des clubs algériens ne font presque jamais d'offre pour un joueur de tel ou tel club ayant émergé lors de la phase aller. Jamais vous ne verrez un président d'un club algérien faire une offre pour l'achat de tel ou tel joueur ! Tout se passe comme si personne ne veut vendre et personne ne veut acheter, alors que la règle économique dans une société commerciale incite les clubs à vendre et donc à... acheter. Qu'est-ce qui peut empêcher aujourd'hui le président de l'USMA Haddad, par exemple, de faire une offre pour Ghezali (ESS), sachant que ce dernier est en difficulté du côté de Setif ? Qu'est-ce qui peut empêcher Hannachi de faire une offre pour Boualem (USMH), sachant que le club kabyle a besoin d'un meneur de jeu ? Nous pouvons citer des exemples de ce type à satiété, mais la réponse est la même partout : c'est une culture qui n'existe pas chez nous. Autrement dit, nos dirigeants ne savent ni vendre ni acheter. Ils excellent plutôt dans les opérations de bricolage qui consistent à caser tel joueur qui ne joue pas dans un autre club sans grande utilité finalement pour le recruteur.

Or, vendre des joueurs peut constituer un moyen salubre d'endiguer la crise chez certains clubs et de diminuer la masse salariale. Ce mouvement limité de joueurs fait en sorte aujourd'hui que le marché des transferts en Algérie reste peu captivant.

[LIBERTÉ](#)