

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES



Mémoire de fin de Cycle

Mémoire de fin de Cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences économiques

Option : Economie de Développement

Thème

Consommation et territorialité : quel développement des produits de terroir en Kabylie ?

Etabli par :

M^{elle} CHILI Sonia

M^{elle} DJEBARI Katia

Dirigé par :

Mr. KABENE Ahmed

Présenté devant le Jury composé de :

BERBAR Mouloud, MCA, UMMTO, Président

Mme BENMAKHLOUF, MCB, Examinatrice

KABENE Ahmed, MCB, UMMTO, Rapporteur

Année universitaire : 2021/2022

Remerciements

Nos remerciements s'adressent :

Nous remercions avant tout Allah de nous avoir gardées en bonne santé afin de mener à bien ce projet de fin d'études. Nous remercions également nos familles pour les sacrifices qu'elles ont fournis pendant notre cycle universitaire.

Nous exprimons notre profonde reconnaissance à notre promoteur Mrs KABENE Ahmed pour son suivi durant notre travail avec une haute bienveillance.

Enfin, nous tenons à remercier tous les apiculteurs et les oleifacteurs de la Daira de Mâatkas ainsi que les producteurs de plaquemines de Mechtras et enfin les agents de la DSA de la wilaya de Tizi-Ouzou et les agents de la subdivision agricole de mâatkas.

A tous nos profs de l'université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou qui nous ont formés pendant notre cursus et qui ont enrichis notre savoir.

A nos parents, nos frères et sœurs, pour leur appui et leur soutien moral qu'ils trouvent ici toute notre reconnaissance.

A tous nos proches et amis qui nous ont toujours soutenus et encouragés au cours de la réalisation de ce mémoire, et qui ont gardé confiance en nous.

Dédicace

Je dédie en premier lieu ce modeste travail à ma mère pour son soutien tout le long de ma vie depuis ma naissance jusqu'à ce jour, puisse Allah lui accorder une bonne santé.

Je tiens à remercier aussi mon père et celui qui a su et pu faire de moi la femme que je suis, les mots ne peuvent exprimer mon entière gratitude et un grand merci pour mon frère et toute ma famille.

A la mémoire de mes chers grands-parents DIEU que fais qu'ils reposent en paix

A tous mes ami(e)s sans exception ;

SONIA

Je dédie ce travail :

À mes très chers parents pour leur amour infini, leurs encouragements et leur soutien. Que dieu vous bénisse, vous garde en bonne santé pour moi.

À ma famille, mes proches et à tous ceux qui me donnent de l'amour et de la vivacité.

À tous ceux qui ont partagé avec moi les moments d'émotion lors de la réalisation de ce travail, qui m'ont chaleureusement supporté et encouragé tout au long de mon parcours.

À tous ceux que j'aime.

Katia



Liste des abréviations



Liste des abréviations

- ANSEJ** : Agence Nationale de l'Emploi de Jeunes
- CNAC** : Caisse Nationale d'Assurance Chômage
- DSA** : Direction des Services Agricoles
- FNDA** : Fonds National de Développement Agricole
- FNDRDA** : Fond National de Régulation et de Développement Agricole
- MADRP** : Ministère de l'Agriculture, du Développement rural et de la Pêche Algérien
- PNDRA** : Plan National de Développement rural et Agricole
- PPDRT** : Projet de Proximité et du Développement Rural Intégré
- SA** : Subdivision Agricole
- SNL** : Système National de Labellisation
- SPL** : Système Productif Local
- SYA L** : Système Agroalimentaire Localisé



Sommaire



-

Sommaire

Introduction générale

Chapitre I : Territoire : genèse, évolution et prolongement actuel

Introduction

Section 1 : Fondements théoriques

Section 2 : Systèmes d'acteurs territoriaux

Section 3 : Ressources territoriales

Conclusion

Chapitre II : Produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

Introduction

Section 1 : Définition

Section 2 : Formes de valorisation

Section 3 : Retombés de valorisation des produits de terroir

Conclusion

Chapitre III : Dynamique territoriale et valorisation des produits de terroir : cas de l'huile d'olive de mâatkas et de la plaquemine de Mechetras

Introduction

Section 1 : Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou et les deux dynamiques territoriales

Section 2 : Les produits de terroir choisis et l'interprétation des résultats

Section 3 : Commercialisation et valorisation des produits étudiés dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Conclusion

Conclusion générale



Introduction Générale



Introduction générale

Introduction générale

L'agriculture de montagne a des spécificités soumises à certaines contraintes naturelles inévitables, dues à l'isolement géographique, aux conditions climatiques difficiles et à la fragilité des écosystèmes ralentissant et rendant plus difficile sa production, sa commercialisation et son développement. Par ailleurs, les zones montagneuses offrent certains avantages comparatifs, possèdent des potentialités significatives et fournissent une large gamme de biens et de services à la société, notamment en matière de biodiversité, paysage, qualité de l'eau, produits spécifiques et richesses culturelles, etc.

Les zones de montagne de la région de Kabylie ne sont pas des territoires à vocation agricole de type intensif, plutôt l'agriculture est extensive¹. Car même s'il existe des terres agricoles, ces dernières sont exploitées en partie à cause de l'exiguïté du foncier agricole, l'utilisation des terres agricoles à d'autres usages non agricoles (constructions individuelles), l'exode rural, l'indivision des micro-parcelles et la dévalorisation du statut social du paysan et du rural, ... sont les principaux facteurs de blocage pour le développement de l'agriculture dans ces zones de montagne (**Amghar M, 2011**).

Selon **Sahli Z (2009)**, les populations des zones rurales et montagneuses de Kabylie ont cultivé, cueilli, collecté et conservé essentiellement des produits «génériques» comme les différents légumes assurant leur alimentation de base. Mais avec le développement de certaines techniques, elles ont appris à donner naissance à des produits « spécifiques » qui ont fait leur réputation, à titre d'exemple : l'huile d'olive et les figes sèches de Kabylie, le miel de montagne « multi-fleure », le pain «Thamthount» (galette maison), le piment sec, le fromage de brebis «Adheghesse », , ainsi que des produits de cueillette comme les plantes aromatiques et médicinales (thym, coriandre, jasmin, orange amère, géranium, sauge bleue, câpre, menthe, lavande,..), etc.

Depuis le début des années 1980, on assiste alors au développement des formes alternatives qui sont endogènes et territorialisées qui accordent un rôle primordial aux acteurs locaux. Dans le même contexte, « la variable territoire » est une nouvelle problématique qui occupe une place centrale dans le processus de développement économique et social. En effet, il existe plusieurs éléments qui définissent cette dernière, des ressources territoriales exploitées par des acteurs locaux, une histoire et un ancrage local, une coordination, un système de valeur local des configurations locales, productives particulières.

Dans cette perspective le territoire, à son tour, prend l'essor avec la préoccupation du secteur public par la territorialisation des politiques publiques et du secteur privé avec l'apparition de nouvelles formes de coopération et d'organisation. Parmi tant des ressources, on trouve les produits du terroir qui constituent une ressource spécifique territoriale, propre à un territoire donné, résultant d'une interaction entre la terre et des pratiques humaines

¹ L'agriculture extensive, par opposition à l'agriculture intensive, se caractérise par un faible recours au capital et à la main d'œuvre (engrais, pesticides et machines, par exemple) par rapport à la surface exploitée. Le rendement agricole par unité de superficie est donc moindre qu'en agriculture intensive. (https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Glossary:Extensive_farming/fr), consulter le 05-12-2018.

Introduction générale

spécifiques héritées au cours du temps. La construction d'un terroir est la résultante d'interaction complexée entre des facteurs naturels et humains. Sa profondeur historique délimite son antériorité définie par des registres de justification variables selon les régions, car la relation d'un produit à un territoire doit se démontrer et s'argumenter. Par ailleurs, les acteurs territoriaux tels que les entreprises, les producteurs constituent un capital qui devient un véritable levier économique, la création de valeur économique concerne, outre le produit, l'ensemble du territoire, à travers le tourisme, la restauration, elle impacte positivement le développement des techniques logistiques. Cependant, plusieurs phénomènes menacent ce patrimoine et son potentiel de développement.

Nous observons une perte de savoir-faire et une diminution de la culture technique, suite à une forte urbanisation de la population entraînant une perte de la transmission aux générations futures. Le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou est riche en terme de produits de terroir, telles que l'huile d'olive, les figes sèches, les figes de barbaries, ... Dans notre étude, nous allons se focaliser sur l'huile d'olive, le miel et la plaquemine, qui sont considérées comme des produits locaux importants dans l'économie des familles Kabyles ainsi sa dynamique territoriale qui peut engendrer un développement local au territoire.

De même, la valorisation des produits du terroir et donc leur labellisation peut se faire par l'interaction de plusieurs acteurs par la volonté des pouvoirs publics. C'est le cas par exemple, des systèmes productifs locaux(SPL)², qui en regroupant à la fois deux variables clés, territoire et entreprise en bénéficiant bien évidemment des effets de la proximité et des réseaux de solidarité et complémentarité forment ainsi un modèle de développement économique et social par excellence.

Intérêt du sujet, problématique et hypothèses de travail

Vue la localisation stratégique de la wilaya de Tizi-Ouzou, qui se situe au nord de l'Algérie, c'est-à-dire une vue sur la mer méditerranée, ainsi que son potentiel naturel et humain considérable en produits de terroir, un atout qui peut contribuer fortement aux dynamiques de développement dans la région en matière de ressources et de rentabilité. Nous observons dans les pays voisins tels que, le Maroc, la Tunisie, l'Égypte, ... une considérable importance des travaux de recherche concernant la valorisation de ces produits. Ajoutant à cela, l'importance grandissante portée pour l'entrepreneuriat dans divers pays, notamment maghrébins en matière de produits du terroir, comme une nouvelle alternative ou voie économique pour le développement local du territoire de Tizi-Ouzou et ayant comme principal objectif l'utilité des acteurs sociaux. Une forme d'organisation peu connue et à émergence spontanée sur le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou. Dans notre travail, on tentera aussi, de mettre en évidence la production de l'huile d'olive, du miel et la plaquemine, qui constituent une richesse pour la wilaya, par leurs composantes matérielles et

² « Une organisation productive particulière localisée sur un territoire correspondant généralement à un bassin d'emploi. Cette organisation fonctionne comme un réseau d'interdépendances constituées d'unités productives ayant des activités similaires ou complémentaires qui se divisent le travail (entreprises de production ou de services, centres de recherche, organismes de formation, centres de transfert et de veille technologique, etc.) » DATAR, Les systèmes productifs locaux, Paris, La Documentation française, 2002

Introduction générale

immatérielles, à travers une analyse concrète portant sur une dynamique d'un développement local composés principalement par des acteurs et des ressources spécifiques propres à cette région, visant ensemble, la promotion de cette production et l'incitation des effets positifs sur l'ensemble du territoire. Notre recherche a pour objectif de suggérer des pistes de réflexion et tirer les résultats sur l'importance de la compréhension des liens qui existent entre la valorisation de ces produits par le biais de l'interaction, la coordination et la concertation (la gouvernance territoriale) des acteurs du ce dit territoire (wilaya de Tizi-Ouzou) et le développement territorial durable, par cette production des trois produits de terroir.

Pour mener notre travail, nous avons posé la problématique suivante : Au regard de potentialités en terme de produits de terroir dans la wilaya de Tizi-Ouzou ;

❖ En quoi les produits de terroir peuvent-ils être un instrument de dynamique de développement territorial ? Comment l'huile d'olive, le miel et la plaquemine peuvent-ils être un facteur de développement dans la wilaya de Tizi-Ouzou ?

Cette problématique suscite des sous-questions suivantes :

- Au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, le regain d'intérêt aux produits de terroir peut-il assurer une nouvelle dynamique de développement autour de ces produits ayant des spécificités territoriales ?
- Qu'en est-il, à titre illustratif de ces trois produits choisis? Comment peut-on les valoriser ?

Pour traiter cette problématique et répondre à ce questionnement, nous soutiendrons les hypothèses suivantes ;

La première suppose que, les produits de terroir témoignent l'existence d'atouts spécifiques en matière de dotations de ces produits, notamment pour la filière arboricole, la filière apiculture et oléicoles ayant un ancrage territorial et présentent des spécificités qui peuvent contribuer à créer une dynamique locale, suite à un processus de valorisation.

La deuxième suppose que, la commercialisation des produits de terroir doit être faite dans le cadre d'une coordination des acteurs locaux pour aller vers une labellisation de ces derniers.

La troisième suppose que, le cas de l'huile d'olive, le miel et la plaquemine dans la wilaya de Tizi-Ouzou à travers leur valorisation, peuvent-être des produits créateurs d'emploi dans la dynamique de développement territorial.

La méthodologie adoptée dans la recherche

Pour apporter des réponses à ces questions ainsi que pour vérifier nos hypothèses, nous avons adopté une méthodologie de recherche et une méthodologie de travail. Une méthodologie de recherche consistant en la recherche bibliographique ainsi qu'une recherche sur divers sites internet qui nous ont permis d'apporter des éclaircissements sur la notion des

Introduction générale

produits de terroir locaux et leur valorisation ainsi que leur labellisation. Afin de vérifier nos hypothèses de départ, nous avons fait des enquêtes pour avoir suffisamment de données concernant la problématique posée, ainsi que les informations disponibles concernant ces filières au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou auprès des organismes concernés et territoires (les différents villages de la périphérie). Pour ce là, nous allons procéder pour l'étape qui consiste en une enquête de terrain (entretien directif, interview) adressé aux responsables de la direction des services agricoles (DSA) de Tizi-Ouzou ainsi que aux acteurs locaux des villages, pour voir est-ce-que ce secteur (agriculture de montagne) est-il valorisé ? Et comment se coordonnent l'activité des acteurs locaux pour valoriser et identifier les contraintes liées à cette valorisation et compris la commercialisation de ces produits ?

Nous avons choisi ce domaine qui relève du traditionnel pour étudier la question de sa valorisation et ce, pour divers raisons :

- Activité porteuse d'éléments d'identité, territoire et patrimoine.
- Activité en voie de disparition qui nécessite la mise en valeur, et la prise-en charge par les autorités, car elle joue un rôle stratégique comme facteur de dynamique du développement local.
- Activité créative d'emploi et elle contribue à la valorisation des secteurs à l'exemple : de tourisme et la valorisation du patrimoine.

La méthodologie de travail consiste en la rédaction de trois chapitres comme suit :

- **Chapitre 1 : Territoire: genèse, évolution et prolongement actuel**
- **Chapitre 2 : Produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation**
- **Chapitre 3 : Dynamique territoriale et valorisation des produits de terroir : cas de l'huile d'olive de Maatkas et de la plaquemine de Mechtras**

Chapitre I :

*Territoire : genèse,
évolution et
plongement actuel*

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

Chapitre1: Territoire: genèse, évolution et prolongement actuelle

Introduction

Par définition, le développement territorial consiste en la création de la richesse et d'emploi à partir de la valorisation de ses ressources et d'acteurs essentiellement locaux.

Réfléchir en termes de développement implique de partir d'une hypothèse simple : la qualité des relations qui lient les acteurs dans la proximité contribue à produire des marges de manœuvre nouvelles.

En effet, le territoire est considéré par certains économistes tel que **Pecqueur (1994)** comme un construit de ressources qui qualifie les territoires, à cette effet chaque territoire détiens ses propres richesses, et dans le contexte de concurrence territoriale l'interaction entre les ressources territoriales et les acteurs est primordiale et représente un moteur pour le développement territoriale.

Le développement territorial oriente les dynamiques sociaux-économiques. Il met au cœur de la problématique le triptyque terroir/acteur/développement, c'est donc essentiellement une action volontaire et organisée autorisant un « agir ensemble » et un « vivre ensemble ».

Sur cette optique ce présent chapitre portera sur l'aspect théorique en abordant dans une première section la notion de territoire à fin de démontrer son évolution au fil des années et sur tout la définition qu'il prend dans le verseau économique ce qui nous permettra de mettre en évidence l'importance du territoire dans le développement économique, via sa dynamique animer par les acteurs territoriaux que nous illustrerons dans la seconde section, la troisième et dernière section de ce chapitre portera sur les ressources territoriales et le développement d'un territoire.

En effet, la notion de ressource territoriale s'impose comme une figure nouvelle du développement et de l'aménagement des économies dans le grand bouleversement postfordiste de la mondialisation : du renouveau rural au fait métropolitain, il apparait que la proximité (géographique ou institutionnelle) crée des relations structurelles spécifiques nouvelles entre les acteurs sociaux et économiques. Par conséquent, on peut dire que la ressource n'est pas seulement matérielle mais peut être aussi idéale, elle présente alors deux états d'un bout à l'autre du processus de transformation qui va métamorphoser la ressource accomplie.

Ainsi, à l'état initial ; la ressource peut ne pas exister matériellement ou encore n'être qu'un potentiel que les acteurs n'ont pas identifié comme ressource possible, encore révélée par l'invention, c'est donc initiative d'acteur qui forent une intention à la ressource initiale lui donnant alors une situation de ressource accomplie³.

³ T. Remblay, Diane-Gabrielle et Vincent Van Schendel, Economie du Québec et de ses régions, Ed, Saint-Martin, 1991, p.187.

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

Section1: Fondements théoriques

Dans cette première section notre travail portera sur les diverses modifications apportées à la notion de territoire au fil des années, puis nous donnerons un aperçu historique de ce dernier et son émergence dans la science économique et en fin nous illustrerons deux dimensions fondamentales du territoire de la notion du territoire.

1. Définition du concept territoire :

La définition du territoire préoccupe les chercheurs et perdure depuis des siècles, s'interrogent toujours sur ⁴la signification exacte du mot « territoire » l'accordant à de nombreuses références : espace, lieu de vie, patrimoine... Toute fois, les divers théories avancées sur la définition du territoire se joignent toute sur un point qui est la mise en avant de la dualité de l'homme et sa nature.

La notion de territoire s'inscrit dans l'agenda de multiples disciplines à savoir: le droit, les sciences politique, l'économie, la géographie, l'histoire, l'éthologie et bien d'autres. Le terme vient du mot latin *territorium* qui vient qualifier une zone conquise par l'armée romaine et gouvernée par une autorité militaire et qui prend sens dans les frontières et le droit d'aigres à l'intérieur de celles-ci., ce dernier est défini dans le Robert comme « étendu de la surface terrestre sur laquelle vit un groupe humain »⁵, et prend un sens juridique au 19^{ème} siècle pour illustré la défense d'un territoire national s'appuyant sur la définition de M. Godelier disant qu'« un territoire, c'est un ensemble d'éléments de la nature (des terres, des fleuves, des montagnes, des lacs, éventuellement une mer) qui offrent à des groupes humains un certain nombre de ressources pour vivre et se développer. Un territoire peut être conquis par la force ou hérité d'ancêtres qui l'avaient conquis ou se l'étaient approprié sans combattre, s'ils étaient venus à s'établir dans des régions vides d'autres groupes humains. Les frontières d'un territoire doivent être connues, sinon reconnues, des sociétés qui occupent et exploitent des espaces voisins.[...] un territoire doit toujours être défendu par la force »⁶.

Cependant dans notre recherche, la notion de territoire dont il est question ici prend corps à l'ère de la mondialisation, qui est un espace marqué par l'idée de proximité, de collaboration et de projet.

2. Le territoire et l'économie, émergence :

Le terme territoire a été cité en sciences économiques pour la première fois comme étant un « espace » et apparut dans les écrits de l'économiste allemand J.H VON THUNEN intitulé « *L'Etat isolé en relation avec l'agriculture et l'économie nationale* » ou il explique le choix de production d'un produit en fonction de la région et de la distance qui le sépare du centre-ville, ses travaux portaient sur la maximisation de la rente foncière tout en minimisant le coût de transport, ces derniers ont été enrichis par l'analyse de A. WEBER qui a mis en

⁴ Alain REY, *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Le Robert, 1992.

⁵ Maryvonne LE BERRE, « Territoires », in Antoine BAILLY, Robert FERRAS, Denise PUMAIN (dir.), *Encyclopédie de géographie*, Paris, Economica, 1995.

⁶ Maurice Godelier, *Au fondement des sociétés humaines – Ce que nous apprend l'anthropologie*, Flammarion, coll. "champs", n° 979, Paris, 2010.

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

évidence l'agglomération comme facteur de localisation des entreprises, suivant la même lignée d'autres auteurs on mis l'accent sur l'espace faisant ainsi évoluer ce dernier le rendant une variable fondamentale dans les théories économiques, notamment au courant des années 1970 avec le déclenchement de la crise du système fordiste marquant un retour vers le local.

La notion de territoire s'est développée dans la seconde moitié des années 90, et prend une définition élargie passant au-delà de l'aspect géographique, prenant alors en considération tout les composants matériels (données matériels, faune, flore..) et / ou idéelles (tradition, profondeur historique...) (H.Gumuchian et B.Pecqueur). Il devient alors d'aujourd'hui au cœur des préoccupations des scientifiques et prend une place très importante dans l'enseignement et la recherche appliquée selon A. Moine (2006), toute fois, chaque auteur a sa propre perception de cette notion ce qui donne au concept « territoire » une multitude de définitions, chacune d'elles est propre à une discipline donnée.

Pour Moine(2006), le territoire ne se limite pas à l'espace physique il est au-delà de l'environnement et l'homme qui le peuplent et se l'approprient « il est plus que tout cela », autrement dit le territoire regroupe à la fois le milieu physiques, naturel et les Hommes qui l'occupe. Cependant pour R.Lajarge (2000), le territoire représente la réalité bâtie par les acteurs en fonction de certains paramètres qui sont en changement permanent, H. Gumuchian et al (2003) viennent appuyer cette vision avec leur définition du territoire comme étant une scène où se jouent des représentations et où l'acteur est omniprésent, à cet effet il est donc impératif de mettre en évidence l'interaction existante entre les acteurs et leur territoire.

Cette notion vient accompagner depuis, les travaux sur le développement local et la valorisation des produits régionaux, et s'inscrit au cœur des stratégies des entreprises comme facteur de localisation suivant la théorie développée par A.Marshall (1890) dans son apport sur les districts industriels et qui est appuyé par celle des milieux innovateurs de Aydalot (1985), ou les deux auteurs ont mis en lumière l'existence d'une nouvelle dynamique économique en Europe plus précisément dans la troisième Italie, ces travaux ont inspiré d'autres chercheurs à se pencher sur l'importance du territoire dans les sciences économiques et de mettre le territoire comme acteur à part entière du système de développement.

Ce concept dépasse le socle géographique pour être au centre des préoccupations des autres disciplines scientifiques, politiques et économiques.

2.1. Dimensions du territoire

Préalablement défini, le territoire est donc un concept multidisciplinaire, en ce référant aux disciplines citées le territoire prend alors un ensemble de dimensions propre à chacune de celles-ci. Cependant dans le cadre de notre problématique nous allons centrer nos recherches sur la définition du territoire dans deux approches

2.1.1. dimension géographique :

Cette approche se pose sur les travaux des sciences politiques récupérés par les géographes, en effet ce n'est qu'en 1983 et 1985 que les mots « territoire » et « territorialité » font leur apparition dans les revues géographiques, ou les premières tentatives de définitions appartiennent selon C. Raffestin (1983) à une pensée qui commence par poser le cadre,

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

l'enveloppe qui est l'espace terrestre puis que l'ont remplie par la suite, pour ce dernier le territoire résulte de l'action des sociétés sur les supports matériels de leur existence et celui des systèmes de représentations, autrement dit, le territoire ne se limite pas à l'aspect matériel mais plutôt à l'interaction qui en résulte avec la société et donc leur appropriation de ce dernier.

Selon B. Pecqueur (2007) le processus d'appropriation est liée à l'espace sous la forme de frontières, de l'instauration des limites dont la justification variera en fonction des contextes : limites historiques, culturelles, ethniques... ces modalités d'appropriation sont multiples allant de la propriété foncière jusqu'à des formes inscrites uniquement dans l'ordre des représentations.

Des géographes tels que Maryvonne Le Berre (1992), Guy Di Meo (1998) associent la notion du territoire à celle d'appropriation. Pour G. Di Meo (1998, p.107) le territoire « *témoigne d'une appropriation à la fois économique, idéologique et politique de l'espace par des groupes qui se donnent une représentation particulière d'eux-mêmes, de leur histoire, de leur singularité* » selon l'auteur, y'a eu de retenir deux éléments majeurs du concept territoire, sa composante espace social et sa composante espace vécu. Toutefois M. Le Berre (1992, p.622), définit le territoire comme « *une portion de la surface terrestre, appropriée par un groupe social pour assurer sa reproduction et la satisfaction de ses besoins vitaux* ».

Pour ces géographes la notion de territoire prend en considération l'espace géographique avec ce qui le compose comme caractéristiques physiques, ajouter à cela les réalités économiques, politiques et sociales qui le construisent. Le territoire, outre son aspect physique, il présente d'autres formes symboliques en relation avec les systèmes de représentation qui guident les sociétés. Le territoire part d'un vécu et d'un perçu, d'une organisation spéciale et de l'environnement qui lui donne un sens (M. Founy 1995).

De ce fait, on peut dire qu'en science géographique, le territoire est perçu comme une appropriation associée à un sentiment d'appartenance à un lieu donné, et la territorialité se fait sur des organisations, d'aménagement et d'appropriation d'une société de leur environnement.

2.1.2. Dimension économique

Les études menées dans les années 1980 ont permis d'enrichir la définition géographique du territoire en mettant en avant la dimension économique et l'importance pour les acteurs locaux de considérer le territoire non seulement comme un espace géographique mais aussi comme une variable économique faisant partie intégrante d'une politique de développement territorial. Les premiers articles de recherche en économie territoriale d'Aydalot (1980, 1986), initiateur de la théorie des milieux innovateurs, qui ont été menés conjointement en Italie sur les districts, et en France sur les systèmes productifs localisés ont mis en avant le fait que le territoire n'est pas qu'un simple « *espace* » géographique délimité par des frontières, mais un réel concept économique qui permet une meilleure organisation des processus de production et des ressources. En effet la science économique est la science de la rareté (Y. Pesqueux 2014), ainsi elle traite la notion de territoire en ce référant à la notion de « *ressources* », pour Y. Pesqueux (2008, p.8) « *le territoire est alors considéré comme un lieu de ressources au*

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

regard d'un tressage entre des facteurs naturels, des facteurs humains compte tenu d'un contexte social, institutionnel, politique et culturel voire ethnique dans une perspective plus au moins déterministe », autrement dit , le territoire est un lieu contenant plusieurs ressources matérielles et immatérielles liées a fin de construire une identité. Une ressource est définie par les économistes comme étant potentialité d'un territoire mise en lumière en la confrontant bun processus de valorisation et de transformation a fin de générer par la suite une rente ou une valeur monétaire sur le marche, celle –ci peut être représentée par : le travail, le capital ou une matière première, ce processus de reconnaissance des ressources pousse le territoire a être non pas « *une scène* » H. Gumuchian et al (2003) ou se réunissent les acteurs territoriaux mais a êtres aussi acteur dans sa conceptualisation, en s'inscrivant dans les sciences territoriale comme acteur du développement dit « local », qui défini un développement économique qui cherche a mettre en avant des ressources a l'intérieur du territoire.

Section 2 : Systèmes d'acteurs territoriaux

Dans un processus de développement territorial, des acteurs s'unissent autour d'un projet commun dans un territoire, qui met en évidence l'efficacité des relations entre agents pour valoriser les richesses dont ils disposent, chose qui ne repose pas sur un cadre marchand. Par ailleurs, les démarches de développement territorial impliquent une conception partagée par les acteurs.

Ce partage d'idées est définit une condition nécessaire à l'expression d'un projet, dans cette deuxième section nous tenterons d'identifier les principaux acteurs territoriaux et leurs positions dans le développement territorial.

1. Définition de la notion d'acteur :

Un acteur territorial représente toute personne physique ou morale résidant dans un espace géographique définit, un acteur territorial ce définit comme :

- Tout homme et/ou toute femme peut être acteur, les statuts, fonctions, mandats ne sont pas des différences fondamentales ;
- Tout acteur est doté d'une personnalité (composante physique) et d'une individualité (constitution propre) qui ne se dissolvent pas dans l'action et qui structurent les expériences individuelles ;
- Tout acteur à une compétence territoriale, si elle n'est pas juridique ou politique, elle est géographique, c'est-à-dire spatiale, sociale et culturelle ;
- Le sujet agissant devient acteur territorialisé lorsqu'il se trouve en situation d'action; La situation d'action se définit comme un cadre spatial et temporel, une modalité concrète de rencontre et d'échange, un contexte d'accomplissement d'une liberté ontologique et donc d'exercice d'une liberté d'agir ;

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

- L'acteur territorialisé opère au sein de systèmes d'action concrets qui sont évaluatifs et perméables les uns aux autres, qui permettent de construire la décision et de transformer collectivement des objets spatiaux.

2. La coordination entre les acteurs dans le développement territorial :

Dans la mise en place de stratégie de développement des règles doivent être mises en place afin de normaliser les comportements des acteurs, elles visent à consolider les intérêts individuels et permettent l'adhésion des individus à un programme de développement mis en place, en effet, la limitation de démarches individualiste et le succès de l'action collective.

Ces règles partagées correspondent à un ensemble d'institutions invisibles, parmi lesquelles on peut mentionner par exemple la confiance. Ces rapports de confiance s'appuient sur les engagements mutuels que prennent les agents les uns envers des autres. Ils facilitent leurs capacités d'anticipation et régulent leur liberté de conduite d'action ainsi que forment une meilleure compréhension entre les agents, en encourageant la transparence et la circulation de l'information, ces liens de confiance facilitent la coopération.

3. La gouvernance territoriale :

La gouvernance territoriale n'a cessé d'évoluer durant les années elle est passée d'une gouvernance centralisée où les parties prenantes impliquent seulement les pouvoirs publics ainsi que les producteurs de biens et services industriels, par la suite résulte de l'implication de plus en plus forte des populations qui désirent participer aux processus de décision et aux projets de territoires et jouer un rôle dans les évolutions de la démocratie locale, La troisième tient à la multiplication des niveaux de gouvernance : aux échelons locaux (ou régionaux) et nationaux (fédéraux) est venu s'ajouter le cran européen, avec son cortège de décisions et de règlements. L'échelon local lui-même a vu croître le nombre d'instances décisionnaires et porteuses de diverses politiques publiques : les communes en sont certes la base, mais le développement des Etablissements Publics de Coopération Intercommunale tient à la multiplication des niveaux de gouvernance : aux échelons locaux (ou régionaux) et nationaux (fédéraux) est venu s'ajouter le cran européen, avec son cortège de décisions et de règlements, puis des Pays, a sensiblement complexifié le panorama de l'action publique.

3.1. Les protagonistes de la gouvernance territoriale :

Les différents acteurs de la gouvernance des territoires se trouvent localisés au sein d'un même espace, et donc tenus par des relations de proximité géographique. Ils sont localisés à faible distance les uns des autres, et peuvent se concerter et travailler ensemble grâce aux faibles temps d'accès entre leurs lieux de travail ou de vie. Mais ils entretiennent dans le même temps des relations entre eux, afin de travailler ensemble. Ils sont ainsi liés par ce que l'on a coutume d'appeler des relations de Proximité Organisée, qui sont dues au fait qu'ils appartiennent aux mêmes réseaux (logique d'appartenance) ou qu'ils partagent des valeurs et des objectifs communs (logique de similitude) (**Torre, 2010**). Ces acteurs de la gouvernance comprennent évidemment les pouvoirs publics, qu'il s'agisse des services déconcentrés de l'Etat ou des Pouvoirs publics locaux. Mais il faut

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

dorénavant ajouter, à ces protagonistes traditionnels de la gouvernance mentale, le rôle joué en commun par différentes parties prenantes, de nature privée ou semi-publique, dans les processus de coordination et les projets d'actions au service des territoires.

Dans la sphère de la production, il s'agit des groupes d'acteurs qui portent les projets de territoires et structurent les relations locales, avec des niveaux variables de représentativité. Ce sont notamment les coopératives et regroupements de producteurs de l'agriculture, qui forment des systèmes de lobbies anciens et toujours très ancrés. Il s'agit également des réseaux d'innovation et de transfert des technologies et de connaissances, qui interviennent dans le cadre des systèmes locaux de production ou d'innovation.

Dans le registre de l'aménagement du territoire et du bien commun, il faut souligner le rôle croissant joué par les associations, un rôle qui marque l'irruption des citoyens dans les processus de décision et la part croissante qu'ils prétendent prendre au niveau local, qu'il s'agisse de porter des projets ou de les contester. On pense en particulier aux associations de protection de la nature.

On sait que ces associations, longtemps essentiellement tournées vers la contestation de la décision publique, sont devenues maintenant des parties prenantes de la discussion publique, et particulièrement de l'élaboration concertée de normes au niveau local (**Lascoumes, 1994**), ainsi que de la construction et de la mise en place de protocoles de négociation.

3.2. Les outils de la gouvernance :

La mise en exergue des acteurs des territoires ne doit pas faire oublier que ces derniers se confrontent à des dispositifs légaux et juridiques, qu'il s'agisse des lois édictées au niveau national (codes civil, pénal, rural, de l'environnement...) et de leurs déclinaisons, des règlements nationaux et communautaires (en matière de sécurité, de législation du travail, de discrimination), ou des instruments financiers (aides et transferts nationaux ou communautaires, impôts et taxes, contributions des usagers). La gouvernance devient aujourd'hui multi-niveaux (**Bache & Flinders, 2004**), avec les politiques publiques nationales ou décentralisées au niveau des Régions européennes : politiques économiques de développement, de services, d'agriculture ou d'énergie ; politiques sociales concernant le travail, le logement, la santé, l'éducation ; politiques d'aménagement du territoire, souvent liées aux questions d'infrastructures et aux dimensions foncières, si sensibles aujourd'hui.

Mais elle prend également sa source à un niveau plus local, au travers d'instruments concrets d'aménagement de l'espace ou de structures de gouvernance des activités. En France par exemple, elle s'incarne dans les documents d'urbanisme, qui déterminent la manière d'habiter et d'aménager les espaces, les Plans locaux d'urbanisme et les Schémas de cohérence territoriale, les schémas de planification menés au niveau régional et les différents types de zonages issus de l'action publique.

En guise de conclusion, La gouvernance des territoires ne se limite donc pas à une vision idyllique des relations économiques et sociales, i.e. aux formes de coopération et de constructions communes (**Torre et Traversac, 2011**). Il s'agit également d'une interaction entre des forces poussant à la coopération et d'autres forces, qui poussent au conflit

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

Section 3 : Ressources territoriales entre identification et valorisation

La notion de Ressource territoriale en tant qu'élément d'une production de la société à partir des ressources locales, qu'elles soient naturelles, humaines ou culturelles, sont un atout et un élément majeur, à prendre en considération lors de l'élaboration de stratégies de développement territorial.

Pour ce fais, les ressources doivent dans un premier être identifier, puis classer selon leur typologies et leur caractéristiques, pour les mettre en évidence et choisir les meilleurs moyens de valorisation de celle-ci.

1.1. Définition des ressources territoriales

Selon CORRADO (2004 p 23) définit les ressources comme étant : « la découverte et l'actualisation d'une valeur latente du territoire par une partie de société humaine qui la reconnaît et l'interprète comme telle, à l'intérieur d'un projet de développement local »⁷

On peut considérer comme « ressource » tout objet matériel (un produit par exemple) ou immatériel (un savoir-faire, un patrimoine culturel, etc.) dont la valeur est reconnue localement, et qui peut de ce fait faire l'objet d'une valorisation individuelles ou collective.

La notion de « ressource » est transversale : elle s'étend à tout domaine d'activité (agricole, artisanal, industriel, etc.), et concerne autant des objets matériels que des composantes immatérielles du territoire.

Une ressource n'existe que par la valeur que les gens lui reconnaissent. Elle résulte d'une construction collective, et n'existe donc par « à priori » : elle reste potentielle tant qu'elle n'est pas activée par un projet de valorisation. Cette valorisation peut être marchande, ou non marchande (patrimoniaire, culturelle...).

Activer une ressource territoriale, c'est donc créer des liens de complémentarités, de synergies, entre une diversité de valorisations. Aucune ressource n'est figée... Les ressources territoriales sont le résultat de processus d'évolution et de construction. Elles sont épuisables par l'épuisement des acteurs qui les activent.

1.2. Les caractéristiques fondamentales attribuées à la ressource

Selon (GUMUCHIAN, PECQUEURS, 2007) ⁸les caractéristiques fondamentales attribuées à la ressource sont :

- La position : ou se trouve-t-elle sur le territoire ? Endogène ou exogène ?
- La constructibilité : comment la ressource naît (stratégies d'acteurs) ? Et comment s'intègre-elle dans un processus de mise en valeur ?
- La complexité systémique: comment elle se combine avec d'autres ressources sur le territoire?

⁷ <http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpert.php>

⁸ GUMUCHAIN Hevré, PECQUEUR Bernard, (2007), « la ressource territoriale », *Economica*.

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

- Le sens et la temporalité : quelle est la nature : matérielle ou idéale ? et son cycle de vie (sa durabilité) ?

Les ressources tiennent une place fondamentale dans le processus de construction de territoire. Leur révélation, valorisation et spécification par les coordinations des acteurs conditionnent l'émergence des territoires.

1.3. Les processus pour reconnaître la ressource territoriale

Selon LAJARGE et PECQUEUR (2011)⁹, Pour reconnaître une ressource territoriale, il faut passer par plusieurs processus qui sont les suivants :

Processus A : Coordination collective

La ressource territoriale procède d'un processus interactif entre certains acteurs et nécessite donc une certaine coordination entre eux, de l'ingénierie et de l'organisation collective avérée.

Processus B : Appropriation commune

La ressource territoriale procède d'un processus de mise en commun d'idées, d'objets, de produit, de savoir-faire, ... et nécessite donc une appropriation collective au sein d'un réseau d'acteurs constitué (ce processus B est relié directement au processus A souvent après lui mais pouvant être instigateur du processus A)

Processus C : Apprentissage cumulatif

La ressource territoriale procède d'un processus cognitif dans lequel les acteurs apprennent ensemble et de manière cumulative à entreprendre, résoudre des problèmes, changer de manière de faire, ... et nécessite donc un apprentissage collectif de nouveaux savoirs communs.

Processus D : Spécification progressive

La ressource territoriale procède d'un processus permettant de sortir progressivement (car il n'y a pas de seuil entre ce qui est générique et ce qui est spécifique) une ressource de sa dimension générique en la spécifiant et nécessite donc de la spécification concrète, tangible, attestée, voire certifiée.

Processus E : Territorialisation instituée

La ressource territoriale procède d'un processus de stabilisation et de légitimation dans des formes territoriales existantes (ou émergentes mais se comportant « comme des territoires » et nécessite donc de s'inscrire dans des cadres, logiques et dynamiques qui sont ceux des territoires.

⁹ LAJARGE Romain, PECQUEUR Bernard (2011), ressource territoriales : politique publiques et gouvernance au service d'un développement territoriale générant ses propres ressources. Edition : Economica, Disponible sur https://www.psd-r.fr/content/download/3284/33485/version/1/file/Ressterr_4_pages_resultats_2011.

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

1.4. Processus d'activation des ressources territoriales

L'activation de la ressource peut être analysée selon un cycle de développement en quatre étapes clés :

- La révélation : un changement de regard porté sur la ressource (souvent par quelques acteurs extérieurs), lui attribue une valeur nouvelle.
- L'élargissement de la valorisation à de nouveaux acteurs et réseaux et à de nouvelles composantes valorisées (matérielles et immatérielles).
- Le développement de diverses valorisations portées par des collectifs organisés marque l'appropriation territoriale de la ressource. Un acteur public peut jouer un rôle de coordinateur.
- Le renouvellement de la ressource, soit par sa transmission, soit sa requalification par combinaison à d'autres ressources par exemple. A défaut, la ressource peut aussi se banaliser et perdre sa spécificité.

1.5. Principe de renouvellement de la ressource territoriale

La ressource territoriale est a priori « inépuisable » (comparée à ce que sont les ressources naturelles par exemple) mais par contre les processus qui la font exister peuvent s'affaiblir jusqu'à disparaître ; alors la ressource territoriale disparaît également (même si ses attributs persistent). La ressource territoriale peut donc se banaliser. La ressource territoriale ne « s'exploite » pas, elle s'active ... elle n'est donc pas épuisable, car elle ne préexiste pas aux processus qui permettent son activation. Elle n'est pas épuisable car elle se renouvelle en s'en servant.

2. Classification des ressources territoriales

Les ressources territoriales sont multiples : existantes ou latentes, activées ou potentiellement activables, marchandes ou non marchandes. Elles peuvent être génériques ou données, ou spécifiques, ancrées dans un territoire et construites.¹⁰

Les ressources territoriales sont composées dans un premier temps en deux catégories tangible (matérielles) et intangible (immatérielles)¹¹ et ces dernières sont composées de ressources génériques et spécifiques.

- **Ressource tangible (matérielles) :** c'est l'ensemble des caractéristiques agro-géo climatique qui délimite les zones de production ou bien des exploitations (POLGE Marion, 2003) telle que les caractéristiques agricoles, géologiques, climatiques, les ressources en eaux ...etc.
- **Ressources intangibles (immatérielles):** parmi ces ressources intangibles Nelson et Winter (1982) cité par Marion POLGE 2003 distinguent le savoir-faire

¹⁰ LABIADH Ines, Dirigé par PECQUEUR Bernard ; « Le développement territorial et la valorisation des ressources spécifiques dans les zones difficiles : acteurs et gouvernance. Cas de la région Nord-Ouest de la Tunisie » ; Université Pierre Mendès France

¹¹ POLGE Marion, (2003/3), Petite entreprise et stratégie de terroir, revue française de gestion, N° 144, P, 181193.

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

individuel et les routines organisationnelles qui sont le produit des interactions entre savoirs individuels. S'ajoutant la culture, les coutumes et les traditions, ... etc.

En ce qui concerne ces deux types de ressources, deux types de distinctions peuvent être mises en évidence :

La première oppose les ressources qui « représentent un potentiel pour le territoire... à révéler ou à organiser, c'est-à-dire n'existent pas comme telles », des actifs qui peuvent être définie comme « des facteurs en activité, réalisés sur un marché » Pecqueur 1993.

La second sépare les ressources et /ou actifs génériques des ressources et/ou actifs spécifiques. la nature générique exprime le processus exogène de la création des ressources et/ou des actifs alors que le terme spécifique « résulte explicitement des stratégies d'acteurs et dédié à un usage particulier »¹².

Pecqueur. B distingue quatre cas de figures dont peut se prévaloir un territoire. Ces situations sont les suivantes :

- ❖ La ressource générique qui est un potentiel à la fois non exploité et donné (potentiel naturel, culturel). elle se définissent par le fait que leur valeur est indépendante de leur participation à un quelconque processus de production contrairement aux ressources spécifiques qui elles naissent le processus interactifs et sont alors engendrées dans leur configuration (Pecqueur, 2005).
- ❖ L'actif générique, cette ressource est activée sur le marché (facteurs locaux en activité).
- ❖ L'actif spécifique est construit par les acteurs et valorisé par le marché.
- ❖ La ressource spécifique est un avantage révélé résultant de la combinaison dynamique des stratégies d'acteurs .cette ressource, jusque-là virtuelle, est le résultat d'une mise en relation créatrice d'acteurs confrontés à un problème.

La spécificité n'est pas « donnée » : elle résulte au moins en partie d'une démarche de spécification : définition et reconnaissance de modes de production en lien plus ou moins étroit à un territoire. Elles sont dits spécifiques s'ils s'attachent à un processus de production particulier.

Par actifs, on entendra des facteurs « en activité », alors que par ressources, il s'agira de facteurs à exploiter, à organiser, ou encore à révéler. Les ressources, à la différence des actifs, constituent une réserve, un potentiel latent ou virtuel qui peut se transformer en actifs si les conditions de production ou de création de technologie le permettent.

Des actifs ou des ressources génériques se définissent par le fait que leur valeur ou leur potentiel est indépendants de leur participation à un quelconque processus de production. Les actifs ou ressources sont ainsi totalement transférables, leur valeur est une valeur d'échange.

¹² SERSOUR Cylia « Développement territoriale et valorisation des ressources de la Wilaya de Tizi-Ouzou. Cas des savoirs faire artisanaux » mémoire en vue de l'obtention du diplôme de master en management territoriale et ingénieries de projets option management des services publique territoriaux .2013/201

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

Le lieu de cet échange est le marché. Le prix est le critère d'appréciation de la valeur d'échange, laquelle est déterminée par une offre et une demande à caractère quantitatif.

En revanche, les actifs spécifiques existent comme tels, mais leur valeur est fonction des conditions de leur usage. Alors qu'un actif générique est totalement transférable, un actif spécifique implique un coût irrécouvrable plus ou moins élevé de transfert.

Des actifs génériques ne permettent pas à un territoire de se différencier durablement puisque, par définition, ils existent ailleurs et peuvent être transférés. Une différenciation durable, c'est-à-dire non susceptible d'être remise en cause par la mobilité des facteurs, ne peut naître véritablement que des seules ressources spécifiques, lesquelles ne sauraient exister indépendamment des conditions dans lesquelles sont engendrées. L'enjeu des stratégies de développement des territoires est donc essentiellement de saisir ces conditions et de rechercher ce qui constituerait le potentiel identifiable d'un territoire. Ces conditions ne sauraient être définies de façon abstraite. Elles dépendent du contexte dans lequel s'inscrit le processus heuristique d'où naissent les ressources spécifiques.

2.1 Ressources et actifs génériques

Le qualificatif « générique » recouvre l'ensemble des facteurs traditionnels de définition spatiale (ou de localisation des activités économiques) discriminés par les prix et qui font l'objet d'un calcul d'optimisation de la part des agents.

Les ressources comme les actifs génériques sont totalement dans le marché. C'est-à-dire que, pour les acquérir, il existe un prix de marché. Ils sont totalement transformables, immédiatement disponibles, à condition de s'acquitter de leur prix. Pour ces actifs, il n'existe pas de contrainte géographique (hors matière première, mais ce dernier est substituables).

Ajoutons enfin que leur acquisition ne nécessite pas l'existence et l'activation de formes de coordination partiellement hors marché.

2.2 Ressources et actifs spécifiques

Le qualificatif de spécifique recouvre l'ensemble des facteurs, comparables ou non, dont la valeur ou la production est liée à un usage particulier.

Les actifs spécifiques ont donc un coût d'irréversibilité que l'on pourrait appeler aussi un « coût de réaffectation ». Cela signifie que l'actif perd une partie de sa valeur productive dans le cas où il est redéployé vers un alternatif.

Les ressources spécifiques constituent l'élément de base pour la réussite d'un processus de développement territorial (Colletis et Pecqueur, 1993)

3. Les étapes de la valorisation de la ressource territoriale

Selon Campagne et PECQUEUR (2014)¹³, le passage de la ressource potentielle à une valeur marchande passe par une série d'étapes dans sa construction par les acteurs.

¹³ CAMPAGNE Pierre et PECQUEUR Bernard, « le développement territorial, une réponse émergente à la mondialisation », éditions Charles Léopold Mayer, 2014

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

- L'identification de la ressource : il est nécessaire que les acteurs concernés formulent la ressource. Ils doivent donc pouvoir se rencontrer en un lieu de débat et nommer le potentiel à faire émerger
- La décision du mode de valorisation : une fois l'identification faite, il faut que les acteurs s'entendent sur la stratégie à mener (la décision du monde). Le monde de la valorisation a eu son importance dans la réussite de la valorisation dans la mesure où la qualité s'est fondée sur des caractéristiques notamment culturelles et paysagères du lieu.
- L'organisation de la valorisation : l'articulation aux spécificités du lieu est cruciale
- La mise en œuvre de la commercialisation : la commercialisation de la ressource valorisée ne relève pas seulement du marketing mais de l'image que les acteurs souhaitent construire et du type d'offre globale qui va émaner du site tout entier.

3.1. Contribution des ressources au développement territorial

Les ressources territoriales créent une certaine dynamique locale assurant le développement local et durable du territoire en question.

Les ressources territoriales permettent un développement territorial qui résulte de la coordination des acteurs locaux autour d'un projet basé sur l'exploitation des ressources territoriales ce qui permet de maintenir et d'augmenter les revenus locaux et d'emploi liés aux différentes étapes de production (production, transformation) ce qui va contribuer au soutien de l'économie locale.

Ces ressources permettent aussi aux acteurs locaux de continuer à maintenir leur tradition, savoir-faire, recette traditionnelle et notamment en préservant les ressources naturelles locales, ce qui fait la préservation de la biodiversité :

3.1.1 La ressource territoriale permet le développement durable

Le développement durable touche toutes les dimensions : économique, sociale, environnementale. Selon l'ONU (1987) cité par Girard Garibaldi (2008), le développement durable « est un développement qui répond aux besoins de présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ».

3.1.2. La ressource territoriale permet la création d'emploi

Par la valorisation de la ressource et la création des activités économiques et des bassins d'emplois autour de cette ressource.

3.3.3 La ressource territoriale permet par sa valorisation la création des districts industriels et SPL

Pour Becattini, le district industriel renvoie à une entité socio-territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donnée. Dans tous les cas, les institutions locales

Chapitre I : Territoire ; genèse, évolution et prolongement

(municipales, corporations, associations professionnelles, etc.) en liaison avec les institutions nationales peuvent contribuer grandement à la régulation des relations de coopération.

La notion de système de production localisé (SPL) découle de celle du district industriel. Par rapport à la notion de district industriel, dans le SPL, les entreprises ne sont pas nécessairement concentrées dans une seule branche, ni spécialisée dans la production des composants d'un seul produit.

3.1.4 La ressource territoriale permet par sa valorisation la création des milieux innovateurs

Selon Crevoisier, (2001)¹⁴ La théorie des milieux innovateurs considère avant tout le territoire et ses ressources en tant que vecteur de l'innovation.

Les milieux innovateurs s'articulent autour de trois axes particulièrement importants : la dynamique technologique, la transformation des territoires et les changements organisationnels. Chacun de ces axes renvoie à des préoccupations essentielles de la société et à une vaste littérature spécialisée. En ce sens, le milieu innovateur est un concept intégrateur, un outil synthétique d'analyse et de compréhension des transformations économiques à l'articulation du géographique, du techno-économique et de l'organisationnel.

¹⁴ CREVOISIER, Olivier. 2001. L'approche par les milieux innovateurs : état des lieux et perspectives. Revue d'Economie Régionale et Urbaine, 1, P153-166

Conclusion

Dans ce chapitre on a pu voir le tournant qu'a pris la notion du territoire partant d'une simple définition géographique la limitant à une portion terrestre, et à un construit sur lequel repose et interagissent un ensemble de ressources tangibles et intangibles.

Des ressources qui une fois activées par les acteurs deviennent un facteur fondamental dans le processus de développement territorial. En effet cette activation de ressources suppose une mobilisation des acteurs locaux dans des processus de coopérations qui mettent en avant le rôle des relations hors marché et les pratiques de coordination qui s'y rattachent.

Toutefois, l'intervention publique ne doit pas être menée au niveau national et ne doit pas cibler des grandes entreprises publiques ou l'ensemble du secteur privé de telle filière, elle doit au contraire se fonder sur des actions publiques spécifiques au niveau local. Pour cela, une réelle décentralisation est nécessaire, qui signifie que l'Etat doit renoncer à certaines compétences en les confiant aux échelons régionaux et locaux : collectivités territoriales, administrations locales, chambres consulaires, etc.

La finalité de ce chapitre qui porte sur la construction territoriale, sera de dégager les actions publiques spécifiques, à chaque territoire, à mettre en œuvre pour identifier les systèmes productifs locaux et pour contribuer à la construction et à la pérennisation de ces derniers sur le territoire de chaque région.

Chapitre II :

*Produits de terroir :
cadre théorique et
formes de valorisation*

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

Chapitre II : Produits du terroir : cadre théorique et formes de valorisation

Introduction

Les produits de terroirs sont issus ou sont le résultat de longues années d'interaction entre des savoir-faire des nations, des ressources locales, des ressources tangibles et intangibles.

Les produits de terroir, véhiculent des traditions, des modes de consommation, des identités, des coutumes, ces produits assuraient pour plusieurs années la sécurité alimentaire de la population locale. Aujourd'hui, ils peuvent constituer une source d'un développement local, si ces produits sont exploités d'une manière raisonnable et durable.

La mondialisation a pour effet la standardisation des produits, l'uniformisation des cultures et les modes de consommation, malgré cela et face à cette uniformisation, il ya toujours certains consommateurs qui cherchent des racines locales rassurantes en favorisant la consommation des produits typique du terroir.

Dans tous les pays, on remarque l'attention accordée à la valorisation des produits de terroir et cela par le biais de différents moyens visant une différenciation et une création de la valeur économique pour ces produits.

L'Algérie est un pays méditerranéen qui s'étend sur une superficie importante, dispose un potentiel important en matière des produits de terroir, des produits ancrés localement et enrichis de valeurs et d'identité, mais en contrepartie, en ce qui concerne les démarches de labellisation, le travail reste dans ce début et qui connaît des difficultés et des retards qui nécessitent plus d'efforts.

Dans le présent chapitre, nous allons présenter dans une première section quelques concepts à savoir, le terroir, territoire, les produits de terroir, leurs caractéristiques.

Dans une deuxième section, nous allons présenter les signes officiels de garantie et de qualité développés au fils du temps et son impact sur les produits de terroir.

La troisième section sera quant à elle consacrée au phénomène de la mondialisation et son impact sur les produits de terroir.

SECTION 1 : GÉNÉRALITÉS SUR LES PRODUITS DE TERROIR

Dans cette section, nous allons définir quelques concepts de base à savoir le terroir, les produits de terroir et leurs caractéristiques.

1- LE TERROIR

La notion du terroir a connu sa naissance dès la fin du 19ème siècle, avec le développement de la pédologie et la science du sol. Au début, le terroir était considéré uniquement comme étant un espace géographique qui abritait la population.

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

Cependant, grâce aux travaux menés par des chercheurs dont des géographes, des sociologues, des économistes, des agronomes, une évolution du terme va s'opérer. Le terroir devient aussi compris comme l'expression d'une société humaine et de son organisation sociale, de ses pratiques, de ses activités et de son histoire.

1-1 Définitions du terroir

L'intérêt porté au concept du terroir par les différents intervenants a fait que plusieurs définitions ont été accordées à ce concept.

Casabianca et al(2005) donnent la définition suivante : « *un terroir est un espace géographique délimité, ou une communauté humaine, a construit au cours de l'histoire un savoir intellectuel collectif de production, fondé sur un système d'interaction entre un milieu physique et biologique et un ensemble de facteurs humains, dans lequel les itinéraires sociotechniques mis en jeu, révèlent une originalité, confèrent une typicité, et engendrent une réputation , pour un produit originaire de ce terroir* »¹⁵

Selon L'UNESCO : « *un terroir est un espace géographique délimité, défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctif, de savoirs et de pratiques fondés sur un système d'interactions entre le lieu naturel et les facteurs humains, les savoirs –faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et permettent une reconnaissance pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent, les terroirs sont des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition* ».¹⁶

Le terroir peut être aussi défini comme : « un symbole culturel et affectif qui s'enrichit de notions annexes telles que la gastronomie, le goût, le savoir-vivre, le savoir-être, la tradition, l'authenticité, la rusticité, l'espoir d'une meilleure qualité des aliments de la vie. ».

¹⁷

D'après ces deux définitions, nous comprenons que le terroir est tout d'abord :

A-Un espace géographique délimité

Le terroir est tout d'abord un espace, concret, géographique dont les limites, peuvent être naturelles ou être celles de la communauté.

¹⁵ RAPPORT FINAL, PRODUITS DE TERROIRS MEDITERRANEEN : Conditions d'émergence, d'efficacité et modes de gouvernance », coordonné par Hélène Ilbert, Juin 2005, P 40.

¹⁶ Melle ADANE Feroudja, mémoire du master : « valorisation des produits du terroir par l'initiative locale innovante cas : l'entreprise IFRI OLIVE », UMMTO, 2013, P. 6. 7

¹⁷ Mr TALOUANOU Mohamed Faouzi, Thèse de magister ; « Marketing de l'agroalimentaire : Cas des produits de terroir, exemple de Deglet Nous en Algérie » université de d'Oran, 2012 –P. 69.

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

B- Le terroir un espace ayant une identité, faisant l'objet d'une appropriation et d'un enracinement

Un premier avantage réside dans le fait que les espaces-lieux n'existent pas seulement en eux-mêmes, certaines de leurs fonctions, de leur localisation même, découlent de l'existence des autres¹⁸, cette formulation retrace parfaitement le sentiment selon lequel, l'espace lieu se distingue des autres espaces.

C- Une communauté humaine, des traits culturels fondés sur un système d'interaction entre le milieu naturel et les facteurs humains

Sans hommes, il n'ya évidemment pas de terroirs. Le terroir est construit par une communauté humaine, grâce aux efforts entrepris par cette communauté, les potentialités sont mises en valeur.

Autour de ce travail, se créent des liens de solidarité, des identités, des histoires et des règles collectives partagées. Cette communauté humaine est intégrée à une société plus large qui impose ses règles générales.

D- Des savoir-faire qui révèlent une originalité et confèrent une typicité

Les savoirs, partagés et transmissibles sont un processus continu d'évolution et d'innovation, fondés sur des interactions constantes entre les facteurs humains et du lieu et sur l'accumulation d'expériences individuelles et collectives dans le temps. Ces interactions donnent aux produits du terroir une originalité qui les distingue des autres produits semblables.

E- Une reconnaissance pour les produits et pour les hommes qui les produisent

Les communautés des terroirs se reconnaissent grâce à leurs savoir-faire et leurs produits. Cependant, la reconnaissance peut être aussi externe notamment quand les produits de terroir grâce à leur typicité et à leur mise sur le marché savent se donner une réputation et donc une image de marque pour tout le terroir dans lequel sont fabriqués ces produits.

F- Le terroir : un espace vivant car il est innovant

Les produits issus des terroirs sont connus par leur mode de production ancestral, traditionnel, des facteurs qui assuraient durant plusieurs années le succès de ces produits. Actuellement, les comportements des consommateurs et leurs désirs changent, la poussée des concurrents rend l'innovation une nécessité primordiale dans l'objectif d'assurer le succès de ces produits.

Les innovations à mettre en œuvre peuvent concerner plusieurs champs, à savoir

¹⁸ Marc DEDEIRE Marc DEDEIRE, thèse de doctorat, LE concept d'agriculture de terroir, université de Montpellier I, 1997. P 317.

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

- L'inscription avec succès des terroirs et de leurs produits dans l'économie moderne.
- Aider les communautés à réduire la pénibilité des tâches quotidiennes, à avoir leurs revenus améliorés et à faire en sorte que les jeunes s'investissent pour devenir les acteurs d'une « nouvelle agriculture » et d'une « nouvelle ruralité ».

D'un autre côté, le terroir peut se représenter comme étant une communauté humaine qui fait appel à une histoire, à l'élaboration des règles partagées et acceptées par tous les membres de cette communauté. Ainsi, un savoir-faire collectif de production n'est pas une chose qui se décide, il est acquis au cours d'un processus qui évolue en permanence et qui est une accumulation d'expériences individuelles et collectives dans la durée.

Il est aussi un système d'interaction entre le milieu physique et biologique et un ensemble de facteurs humains, le milieu ne devient pas un terroir que s'il est mis en valeur par l'homme. Les terroirs révèlent une originalité, les produits qui sont issus d'un terroir possédant des caractéristiques qui les différencient des autres produits, les consommateurs sont capables de connaître les différences et acceptent de payer un prix supérieur pour le produit, ces différences créent une réputation pour les produits.

1-2-TERROIR ET TERRITOIRE

Malgré le fait que les deux concepts appartiennent à une même origine étymologique, les deux concepts sont différents, un terroir est une portion d'un territoire, caractérisé et connu par ses produits typiques. Ainsi, le territoire peut se présenter comme étant, « *un système complexe, dynamique et caractérisé par de nombreuses variables interdépendantes. C'est une organisation collective animée par les acteurs qui la composent, le territoire désigne aussi un lieu de maîtrise, de synthèse, de compromis, d'expérimentation et d'évaluation* »¹⁹

Sur la base de ces deux définitions, nous pouvons déduire que les deux concepts ont des caractéristiques similaires et différentes qui peuvent être présentées comme suit :

1-2-1- Les caractéristiques similaires

- Le terroir et le territoire sont tous les deux un espace physique, c'est-à-dire, une zone définie selon des limites géographiques
- Sont aussi un lieu caractérisé par une certaine présence et l'implantation de l'homme.
- Ils véhiculent un ensemble de valeurs culturelles et historiques lié à la tradition et au caractère typique des productions.

¹⁹ CHAKOR Abdellatif – Le marketing territorial et ses applications au Maroc – P.5 - Document Internet – www.abdellatifchakor.com/pdf/marketing_territorial_applications_maroc.pdf

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

1-2-2- Les caractéristiques différentes

• Le territoire

- Est un espace géographique avec une grande dimension
- Les frontières qui séparent le territoire peuvent être politiques, culturelles, historiques.
- Le territoire regroupe un ensemble de terroirs.

• Le terroir

- Est un petit espace, une portion d'un territoire.
- Est limité par un savoir-faire typique lié à la production locale.

1-3 RESSOURCES, COMPETENCES ET CAPACITÉS DONT DISPOSENT LES TERROIRS

Les terroirs possèdent un ensemble important de ressources, généralement limitées en 03 grandes catégories, les premières sont des ressources matérielles ou tangibles regroupant les ressources naturelles et agro-climatiques (la terre, le climat). Le seconde type de ressources relève du domaine de l'immatériel, de l'intangible, il s'agit des compétences, des savoir-faire, des recettes originales, des traditions locales...etc. Enfin, les ressources temporelles, c'est-à-dire, une histoire qui rassemble en générale plusieurs générations de professionnels souvent liées par les parentés familiales et ancrées dans une petite région, ce qui est souvent indispensable pour qualifier un produit de terroir.

2-LES PRODUITS DE TERROIR

Le produit de terroir est le résultat d'une convergence entre les facteurs naturels (la nature comme étant la source de la matière première) et le facteur humain caractérisé par un savoir-faire unique, propre à chaque terroir qui se transmet d'une génération à une autre).

2-1 Définition des produits de terroir

Le produit de terroir : « *Est un produit qui provient ou dont les principales composantes proviennent d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significatif des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire. Ces caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire, ainsi que du savoir et du savoir-faire traditionnel ou émergent de ses habitants* »²⁰.

²⁰ Melle SALAH MANSOUR Salima, mémoire du master : « Les produits de terroir levier du développement local dans les zones rurales et montagneuses : cas des fromageries artisanales de « Saint Amour » et de « Fromagerie Artisanale Fatma Ibersien », UMMTO ,2013 P 39.

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

Les produits de terroir sont définis comme, « *des produits construits à l'échelle locale par une interaction étroite entre la production et la consommation généralement sur un laps de temps très long. Ils incorporent une identité forte liée au terroir auquel ils sont associés* »²¹

D'autres définitions des produits de terroir

Le tableau ci-dessous regroupe un ensemble de définitions des produits de terroir

Tableau N°01 : ensemble des définitions des produits de terroir

Object	Définition	Référence
Produits de terroir	Ils se caractérisent par une réelle originalité liée au milieu locale comprenant les caractères physiques du terroir et des contraintes de fabrication importantes. Le produit est spécifique de l'aire géographique dont il est originaire et il apparait impossible aux intervenants d'autres régions de fabriquer exactement le même produit.	Ricard, 1994
Les produits de terroir	Regroupent tous les produits alimentaires transformés ou non, portant un signe de qualité ou non, ayant un lien avec le terroir tangible ou non, déclinant une identité géographique ou non, étant récent ou ancien, qui bénéficient auprès des consommateurs de par sa dénomination et la communication qui soutient sa commercialisation, d'une image de terroir	Lagrange et Trongon, 1995

²¹ RAPPORT FINAL, PRODUITS DE TERROIRS MEDITERRANEEN : Conditions d'émergence, d'efficacité et modes de gouvernance », coordonné par Hélène Ilbert, Juin 2005,P 39.

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

Produits traditionnels de terroir	Tous les produits commercialisés quel que soit leur mode de commercialisation dont la fabrication traditionnelle est liée à la transmission de savoir-faire de génération en génération, qui sont attachés à une zone géographique quelle que soit l'échelle ou le type de zone (urbain, rural) qui bénéficient d'une certaine notoriété qui sont stables sans leurs dénominations et techniques de fabrication et qui se caractérisent par un savoir faire particulier sur au moins un des maillons de la chaîne de fabrication	Conseil National des arts culinaires, 1995
-----------------------------------	---	--

Source : Melle SALAH MANSOUR Salima, mémoire du master : « Les produits de terroir levier du développement local dans les zones rurales et montagneuses : cas des fromageries artisanales de « Saint Amour » et de « Fromagerie Artisanal Fatma Ibersien » (FAFI), UMMTO, 2013-P. 40.

2-2 Caractéristiques des produits de terroir

Un produit de terroir est doté d'un ensemble de facteurs qui le distinguent d'autres produits semblables (qui satisfaisaient les mêmes besoins), parmi ces facteurs nous trouvons ; la zone géographique délimitée, les facteurs naturels, les facteurs humains, la tradition, le temps et la capacité de différenciation.

a- La zone géographique

C'est le lieu géographique qui assure la rencontre entre les facteurs dont résultent la naissance du produit et son évolution. Les produits du terroir diffèrent selon l'apparence des différentes zones géographiques, chaque zone géographique contient un produit spécifique.

b- Les facteurs naturels

Ils contiennent le climat, les matières premières, le relief qui sont des éléments importants. Ces éléments peuvent directement ou indirectement favoriser la production des produits de terroir.

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

c- Les facteurs humains

L'homme est un facteur principal et cela grâce aux savoirs faire hérités et transférés. De ce fait, sans savoir-faire et sans connaissances, ces produits ne peuvent exister.

d- La tradition

L'histoire du produit, les modes de production et les savoirs faire donnent ainsi au produit de terroir une célébrité, une place dans les esprits des consommateurs.

e- La capacité de différenciation

L'élément principal qui assure la pérennité d'un produit est sa capacité de différenciation, le fait d'être différent assure un avantage par rapport aux autres produits.

Un produit de terroir doit donc être produit dans une zone géographique délimitée et identifiée ayant un rapport avec l'origine du produit Mais aussi justifié d'un savoir-faire et d'une recette propre à son élaboration. » .

On peut dire que l'appellation seule du produit de terroir n'assure pas un avantage concurrentiel par rapport aux autres produits, mais il doit aussi être un produit de qualité qui lui permettrait d'être unique, différent, afin qu'il puisse se distinguer des autres produits.

2-3 Attentes des consommateurs des produits de terroir

Les produits alimentaires ruraux et les produits de terroir sont de plus en plus appréciés et valorisés par les consommateurs et cela comme alternative aux produits standardisés et mondialisés. Les consommateurs cherchent souvent des produits qui véhiculent une certaine authenticité, une typicité, une originalité qui assurent la qualité des produits.

A- La sécurité alimentaire

Suite à l'avènement de la mondialisation, le monde alimentaire est envahi par la diversité, des millions de repas se préparent chaque jours, la rareté du temps au milieu du travail pousse les gens à consommer rapidement, ces derniers représentent un danger pour la santé à cause des risques d'intoxication. A cet effet, de nombreux consommateurs voient dans les produits locaux et dans certains modes de commercialisation en circuits courts une réponse à leurs attentes, les produits locaux étant souvent considérés comme des produits plus « sains » et « naturels ». Ces produits sont souvent associés à des exploitations à taille humaine et à des modèles de production en opposition avec l'agriculture intensive ce qui garantit la qualité sanitaire des produits.

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

B-Fabrication artisanale

Dans les esprits des consommateurs, les produits du terroir sont le signe d'une fabrication artisanale, ce qui signifie que l'entreprise qui est chargée de les fabriquer est d'une taille simple et modeste, donc les quantités produites sont limitées, le circuit de distribution court, simple et clair.

C-La typicité

Les produits de terroir sont des produits qui présentent des caractéristiques spécifiques, ces caractéristiques sont liées à un territoire plus au moins défini, identifié grâce à des spécificités telles que les spécificités physiques (climat, sol, ...), des spécificités humaines (histoire, culture, relations sociales, ancrage territorial.).

En achetant un produit de terroir, un consommateur prend connaissance d'une « personnalité » propre à une collectivité, au même titre que l'on s'intéresse à l'histoire d'un peuple, à l'art d'une époque et d'un lieu, au folklore d'une localité²²

D-Qualité gustative

La qualité gustative est une caractéristique essentielle des produits du terroir, chaque produit détient son propre goût, sa propre odeur et cela contrairement aux produits mondialisés qui sont généralement des produits qui ne présentent pas de caractéristiques particulières, se sont des produits qui se trouvent partout dans le monde.

Prenant l'exemple de l'huile de soja, elle trouve son succès dans le fait qu'elle soit inodore, incolore, ce qui lui a permis de plaire à tous les consommateurs, contrairement à l'huile d'olive qui possède un goût identifiable qui ne plaît pas à tous les consommateurs.

E-Un moyen de consommer de manière responsable

Derrière la consommation de produits locaux se cache la volonté de consommer de manière responsable en se basant sur deux éléments clés : la dimension sociale et la dimension environnementale.

Sur le plan social, consommer local est considéré comme un achat qui, tout en contribuant à la sauvegarde des traditions, permet de faire vivre l'économie locale en apportant un soutien aux pays et aux producteurs locaux qui sont près de chez soi. Un acte qui pourrait être une riposte contre la montée du chômage, à la recrudescence des faillites d'agriculteurs mais aussi au développement de la mondialisation.

Sur le plan environnemental, la consommation locale est vue la plupart du temps, comme un acte permettant, d'une part, de sélectionner des fournisseurs selon leur mode de production et d'autre part, de réduire les distances kilométriques. La volonté de ne pas se

²² Ph, BURNY, Valorisation des produits de terroir, « Expérience de la région Wallone de Belgique » 2005, P 3

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

fournir chez des producteurs pratiquant une agriculture intensive et ayant recours de manière excessive à des produits phytosanitaires est évoquée par les consommateurs.

Par ailleurs, certains consommateurs soulignent leur volonté de contribuer à réduire les émissions de CO₂ en préférant des produits dont la distance parcourue entre le lieu de production et le lieu d'achat est réduite.

Section 2: formes de valorisation des produits de terroir

La valorisation des produits du terroir consiste à protéger et préserver les savoir-faire locaux et traditionnels, pour ce fait des moyens et des techniques on était mis en œuvre a fin d'assurer la promotion de ces derniers, ces moyens ce reflètent dans les démarches de labellisation

1. Les dispositifs de valorisation des produits de terroir au niveau globale :

Dans le but d'assurer la préservation et les valorisations des produits terroirs des organisations on était mise en place a fin d'assurer la qualité et l'authenticité des produits, mais aussi elles permettent de stimuler et d'encourager les productions locales en leur offrant l'opportunité d'entrer sur les marchés locaux et internationaux. Ces derniers ce déclinent en plusieurs dispositifs, on retrouve alors :

1.1. Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) :

L'appellation d'origine contrôlée est un label Français de qualité créé en 1935 par le décret-loi du 30 juillet, il permet de protéger un produit lié a son origine géographique et qui répond un certains critères de fabrication, autrement dit, il certifie l'origine d'un produit de terroir issu d'un savoir faire et d'une localité spécifique.

1.2. Appellation d'Origine Protégée (AOP)

Appellation d'Origine Protégée est un label européen crée en 1992 en équivalence à l'AOC français, elle désigne un produits dont toutes les étapes de production sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique, qui donne ses caractéristiques au produit. C'est un signe européen qui protège le nom de produit dans toute l'union européenne.

1.3. Indication géographique protégé :

C'est un label européen crée en 1992, il désigne le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de cet pays, et dont une qualité déterminée, la réputation ou d'autres caractéristiques peuvent être attribués à cette origine géographique, et dont la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique déterminée.

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

2. La valorisation des produits de terroir en Algérie

De part son histoire marquée par de nombreux événements qui ont laissé un patrimoine culturel important ainsi que sa position géographique et sa vaste superficie, l'Algérie regorge de produits de terroir sous toutes les formes : agricoles, artisanaux, forestiers..., faisant de ce pays un réservoir de produits locaux qui déterminent l'identité de chacune de ses régions, afin de préserver ces produits des textes juridiques et des pratiques on en a instauré afin de les valoriser.

2.1. Les lois relatives à la labellisation des produits de terroirs :

Selon (Belletti G., Marescotti A., 2009), un produit de terroir, peut être associé à des conditions de production et de transformation territoriales basées sur les ressources spécifiques locales, notamment sociales, culturelles et environnementales, en ce qui concerne cette définition on peut dire que la reconnaissance d'un produit de terroir se base sur le lien de ce dernier à son milieu et aux acteurs qui lui donnent cette spécificité. Pour garantir cette typicité l'Algérie a mis au point des politiques dans le cadre de la labellisation des produits de nos terroirs, cette procédure constituée d'ordonnances, de décrets et de lois, permet de garantir, de protéger et de faciliter la commercialisation de ces derniers.

- **L'Ordonnance 76-65 du 16/07/1976** relative aux Appellations d'origine qui sont créées à l'initiative des départements ministériels compétents, en coordination, le cas échéant, avec les autres départements ministériels intéressés et à la demande de toute institution légalement constituée ou de toute personne physique ou morale qui exerce une activité de producteur dans l'aire géographique considérée .
- **La loi 89-02 du 07/02/1989** relative aux règles générales de la protection du consommateur, avec des décrets exécutifs assez clairs sur diverses questions liées au contrôle de la qualité des produits et à la répression des fraudes, la garantie des produits et des services, les conditions d'hygiène des produits, les additifs, l'auto contrôle, les laboratoires d'analyse, la métrologie légaleetc.
- **Le décret exécutif 98-68 du 21 février 1998** : portant création et statut de l'institut national algérien de propriété industrielle (INAPI) ;
- **Le décret exécutif 98-69 du 21 février 1998** : portant création et statut de l'institut algérien de la normalisation (IANOR), avec comme attributions principales : l'adoption de marques de conformité aux normes algériennes et de labels de qualité, ainsi que le contrôle de leur usage dans le cadre de la législation en vigueur
- **L'ordonnance 03-06 du 19 juillet 2003** relative aux marques ;
- **La loi 03-10 du 19 juillet 2003** relative à la protection de l'environnement dans le cadre du développement durable ;
- **La loi 04-04 du 23 juin 2004** relative à la normalisation ;

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

- **Le décret exécutif 05-466 du 6 décembre 2005** portant création, organisation et fonctionnement de l'organisme algérien d'accréditation « ALGERAC » ;
- **La loi 08-16 du 3 août 2008** : portant orientation agricole, notamment son article 32: pour la valorisation et la promotion des produits agricoles et des produits d'origine agricole, il est institué un système de qualité et son Article 33 : Le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, institué par les dispositions de l'article 32, comporte: des labels agricoles; des appellations d'origine des indications géographiques; des prescriptions permettant de déclarer le caractère de produits d'agriculture biologique.
- **La loi 09-03 du 25 février 2009** relative à la protection du consommateur et la répression des fraudes ;
- **Le décret exécutif n° 13-260 du 7 juillet 2013** qui détermine le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole.

3. Les événements de valorisation des produits de terroirs dans la wilaya de Tizi ousou :

La wilaya de Tizi-ousou est réputée pour ses vastes produits qui reflètent les origines Amazigh de la localité, et dont les caractéristiques de chaque produits revient a une région ou un village spécifique, a fin de faire connaitre leurs culture et leur produits, plusieurs communes organisent des événements annuelles pour illustrer leur patrimoine.

3.1. La fête de l'olivier

Organisée chaque année le 21 au 24 Mars dans la commune Maatkas cette fête a pour objectif d'informer mais aussi de promouvoir et de valoriser l'olivier en particulier et de produits du terroir en général. Plusieurs ateliers anime cette fêtes ou ils font des démonstration de fabrication de savon a base d'huile d'olive, des expositions de plats traditionnels de la région, bijoux..., accompagner d' animation culturel tel que des pièces théâtrales ou encore des chants.

3.2. La fête de la figue de barbarie

Le village Sahel (commune de Bouzeguène) est réputé depuis très longtemps pour les processions de cactus, la fête se propose également de relever un défi économique à travers la redynamisation de la culture de la figue de barbarie ainsi que sa valorisation. Cependant, depuis 2011, l'objectif de ce rendez-vous autour de la figue de Barbarie vise, selon les organisateurs, à valoriser notamment les filières de transformation de ce fruit, et ce, dans les domaines alimentaire, humain et animal, pharmaceutique et cosmétique.

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

3.3. Festival culturel de la poterie :

La fête de la poterie se déroule chaque année, au mois de juin, où les artisans et les artistes exposent leur plus belle œuvre en terme de poterie Kabyle, c'est aussi une occasion de découvrir les nouvelles tendances en ce qui est de peintures de manières de façonner les objets, les matières et les techniques nouvelles liées à ce métier, mais aussi, de redécouvrir les poteries anciennes. À ce festival se réunissent donc le moderne et l'ancien nous permettant ainsi de voir l'évolution de cette pratique et de la faire perdurer dans le temps.

3.4. Fête de la cerise

Elle est célébrée dans la commune montagnarde de Larbâa Nath Irathen (LNI) en mois de juin, elle englobe une expo-vente des cerises et autres fruits et produits du terroir et d'objets de l'artisanat, des conférences thématiques en relation avec les activités agricoles ainsi que des activités sportives et culturelles.

Plusieurs autres événements sont organisés dans les quatre coins de la wilaya à savoir : la fête de la plaquemine, la fête des bijoux et autres, tous ces dispositifs et événements mis en place ont pour objectifs de promouvoir et de valoriser les produits de terroirs, toutefois ces derniers jouent un rôle dans la dynamique territoriale.

Section 3 : les retombés de la valorisation des produits de terroirs

Sur le plan économique et social, les produits de terroir jouissent d'une grande importance, cette ressource territoriale spécifique présente davantage des atouts et chances pour les territoires à travers la création des richesses et emplois, autrement dit, il encourage la dynamique territoriale plus précisément le développement local.

1. Le développement local

Selon X. GREFFE (1989), « *le développement local est un processus de vérification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources et de ses énergies* ²³ », de cette définition on peut dire que le développement local est une stratégie de développement orientée vers l'action qui valorise les potentiels locaux, qui régit de la coordination des acteurs sur la réalisation d'un projet collectif.

²³ XAVIER Greffe, décentralisation pour l'emploi : les initiatives locales de développement, éditions Economica 1989, p74 -78

Chapitre II : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

1.1. Dimensions du développement local²⁴

La démarche du développement local nécessite une harmonisation de plusieurs composantes que ce soit économiques, sociales et culturelles. L'approche du développement économique communautaire regroupe quatre dimensions, à savoir : économique ; locale ; sociale et politique et en fin une dimension communautaire.

- **Dimensions économique** : vise le déploiement d'un ensemble d'activités de production et de vente de biens et services.
- **Dimension locale** : c'est la mise en valeur des ressources locales d'un territoire donné, dans le cadre d'une démarche partenariale ou s'engagent les principales composantes d'une communauté.
- **Dimension sociale et politique** : elle vise la relance économique et sociale d'une région marginalisée
- **Dimension communautaire** : c'est la prise en charge des problèmes locaux par la communauté elle-même.

1.2 Les conditions propices au développement local :

Pour un développement local a succès, certaines conditions relatives aux acteurs et a leur mobilisation doivent êtres préalablement existantes.

1.1.1. L'existence d'une communauté locale :

L'une des conditions indispensable a la réussite d'un projet de développement locale , est tout d'abord d'avoir une communauté, plus les individus de cette communauté son conscient, forme et solidaire plus le projet sera réussit

1.1.2. Le partenariat :

Le partenariat illustre l'interaction et la mobilisation des acteurs privés, ou ces derniers collaborent et s'unissent pour résoudre les problèmes aux quel sont confronter les éventuelles projet dans le cadre du développement local.

1.1.3. L'existence d'un climat propice a l'action :

Pour un bon déroulement d'un développement local, ce dernier nécessite un climat et un environnement qui favorise le succès des action et des procédures entamer dans ce cadre, le climat propice au développement local suscite une collaboration et une action communautaire

²⁴ SALAH MANSOUR Salima : « Les produits de terroir levier du développement local dans les zones rurales et montagneuses : cas des fromageries artisanales de « Saint Amour » et de «Fromagerie Artisanale Fatma Ibersien » (FAFI) » ; UMMTO ; Faculté des Sciences économiques, Sciences commerciales et Sciences de gestion ; 2013 ; page 10

Chapitre2 : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

des acteurs locaux qui doivent réunissent leur énergie , les technologie et les compétences favorable a la mise en œuvre des projets.

1.1.4. La mobilisation des identités ²⁵:

Cette phase regroupe deux aspects, l'un sur la qualité du processus de diversification des ressources et d'autre cote sur la capacité de mobilisation des acteurs. Les principaux outils du développement local sont :

- L'aménagement du territoire qui définit les grandes orientations et fixe le cadre du développement durable ;
- Une politique de décentralisation appuyée par la décentralisation des structures de l'Etat ; La gouvernance locale est définie comme l'ensemble des interactions entre les acteurs d'une communauté locale ;
- La participation citoyenne qui s'exprime au sein des structures de gouvernances locales ;
- Le financement via la fiscalité nationale et locale et les agences internationales.

2. Les produits de terroirs et la dynamique locale

Les produit de terroirs rentrent dans le dynamisme du développement local, de part leur apport dans l'activité économique avec la création d'emplois, mais aussi dans le cadre socioculturels avec leur valorisation qui insiste les sociétés a découvrir et a s'informer des cultures d'autres civilisations et localités.

Les produits de terroirs représente une vrai richesse pour le territoire, une idée qu'affirme le ministre de l'agriculture, du développement rural et de la pêche Cherf Omari, lors de l'inauguration du 1^{er} salon national des produit de terroir ou il a affirme que : *« ces produits du terroirs connus pour leur haute qualité, constituent une valeur ajoute pour l'économie nationale et contribuent de même a la promotion des exportation hors hydrocarbure. »*²⁶, en effet les produits de terroirs ont un apport au produit intérieur brut (PIB) est important, les secteurs lies a ces derniers constituent une forte intensité en main d'œuvre ainsi que financement des secteurs sociaux non productifs.

Grace aux dispositifs de valorisation et de promotion, les produits de terroirs on connus un essor et une place économique importante en Algérie, rien que le secteur artisanal a enregistre la création de plus d'un million d'emplois a l'échelle nationale et compte actuellement 450.00 artisans immatriculés au niveau des chambres d'artisanat et des métiers (CAM) du

²⁵ NGANGOUE NGALI Aimerance, SOULEY INKA Rahamatou. « Artisanat comme vecteur du développement local à Tizi-Ouzou : cas de la poterie de Mâatkas (Kabylie) », UMMTO ; Faculté des Sciences économiques, Sciences commerciales et Sciences de gestion, 2018/2019, page23.

²⁶ www.dzentreprise.net

Chapitre2 : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

pays²⁷, autre le secteur de l'artisanat, le secteur agricole a aussi été poussé par la valorisation des produits de terroirs, ou les produits agricoles authentiques du terroir ont réussi à s'imposer sur le marché local, ou le président de l'association nationale des produits de terroir SIDI ALI Lahlou a mis en évidence l'importance de la labellisation des produits de terroirs agricole afin de sauvegarder les pratiques et le savoir faire de la conception de ces produits et qui leur donne toute leur spécificités et leur bien faits.

De ce qu'on a cité ci-dessus la valorisation des produits de terroirs permet :

- Développement des produits typiques d'une région, avec une protection qui permet de garantir que le produit est élaboré dans la région;
- Accès au marché renforcé pour les produits locaux traditionnels;
- Permet de lutter contre les imitations hors de la zone d'origine;
- Permet d'empêcher la délocalisation;
- Peut donner l'occasion de création de PM ;
- La mise en place de produits légaux de consommation en termes de santé et sécurité pour le consommateur ;
- La découverte des cultures et des savoirs faire.

²⁷<https://www.aps.dz/economie>

Chapitre2 : produits de terroir : cadre théorique et formes de valorisation

Conclusion

Les produits de terroir représentent une importante source de revenu pour un nombre important de personnes à travers le monde, surtout pour ceux des zones rurales et les zones montagneuses généralement défavorisées, afin d'assurer la pérennité de cette source de revenu, il est nécessaire de mettre en place des stratégies de valorisation et de protection basées sur les signes de qualité et de garantie.

La valorisation des produits de terroir sert à la fois à la protection des poste d'emplois, de faire des zones rurales des destinations touristiques grâce aux circuits gastronomiques mais aussi participer au désenclavement des zones rurales.


L'Algérie est un pays à fort potentiel, grâce à sa diversité naturelle, le pays possède des produits qui pourraient faire l'objet des produits de terroir, mais en contrario on voit un manque flagrant en termes de dispositifs qui veillent pour que ces produits soient valorisés et exploités. Cela est dû au manque de volonté politique qui pourrait mener le pays vers une économie diversifiée.

La Kabylie est l'une des régions les plus riches en matière de produits de terroirs, une région connue pour ces montagnes, par sa population rurale toujours attachée à ses terres, à ses traditions, ont fait de l'agriculture le secteur le plus important de la wilaya.


Ainsi la Kabylie est une région difficile à aménager en cause son caractère montagneux ce qui augmente l'idée de faire de la région une des plus dynamique du pays.

Le mode actuelle est caractérisée par la montée rapide de la population, ce qui explique que le nombre de consommateurs est aussi en montée, à cet effet, les comportements changeants, les goûts différent, la concurrence rude oblige les consommateurs à faire face à plusieurs choix.

Chapitre III :



Dynamique territoriale et valorisation des produits de terroir



Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

CHAPITRE 3 : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi-Ouzou : cas du miel et de l'huile d'olive au sein de la daïra de Maâtkas ainsi que la plaquemine au sein de la commune de Mechtras

Introduction

Dans ce chapitre, nous nous efforçons à travers trois sections de montrer la dynamique territoriale de la wilaya de Tizi-Ouzou, autour de la valorisation des produits du terroir cas du miel de l'huile d'olive et de la plaquemine, notamment par l'initiative des acteurs du territoire et la valorisation par la solidarité et l'entraide des relations et pratiques socio-économique de des régions d'études et de la wilaya.

Pour cela, la première section sera consacrée au cadre théorique : pour la de présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou et ses composantes ainsi que les communes d'enquête, ou on illustrera l'évolution des productions des produits choisis dans ses communes. Puis essayer de présenter dans la deuxième section la méthodologie de travail du terrain, ainsi que la présentation des produits à travers des statistiques, conditions, variétés, production de ces derniers.

Enfin dans la troisième section, nous nous intéressons aux dynamiques productives, les acteurs contribuant à la valorisation et labellisation de ces produits du terroir par des fêtes et salons, en proposant une perspective de valorisation des filières étudiées dans la wilaya de Tizi-Ouzou, et leur finalité pour un développement local durable.

Section 1 : présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou et les communes d'étude (daïra de Maâtkas et commune de Mechtras)

Dans notre enquête de terrain nous avons pris comme échantillon la daïra de Maâtkas et la commune de Mechtras, car elles représentent les dynamiques territoriales les plus importantes en matière de production du miel, d'huile d'olive et de la plaquemine dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

1. -La wilaya de Tizi-Ouzou : un territoire à fort potentiel de ressources

Nous tenterons de dresser une étude brève devant servir de base pour l'analyse de la dynamique du potentiel dont recèle la Wilaya de Tizi-Ouzou.

1.1. Données géographiques, économiques et organisation territoriale de la Wilaya

La wilaya de Tizi-Ouzou est une wilaya algérienne située dans la région de la Kabylie en plein cœur du massif du Djurdjura. Elle se situe à 110 kilomètres de la capitale et à 80 kilomètres de l'aéroport international d'Alger, elle s'étend sur 2992,96 km² dominée par des ensembles montagneux, un potentiel agricole cultivable très faible (32%), une densité de 377 hab/km², une ouverture sur la mer méditerranée par 70 Kms de côte. L'activité agricole est

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

dans un état de dégradation en raison de l'insuffisance des terres fertiles ; un territoire à relief géographique montagneux. La superficie agricole utile dans la wilaya est de 98842 ha, la superficie agricole irriguée représente 6729 ha. La Wilaya de Tizi-Ouzou est divisée administrativement en 67 communes et 21 daïras, de ce fait, elle contient le plus grands nombres de communes en Algérie.

1.2. Potentialités de développement

Les potentialités de développement dans la wilaya de Tizi-Ouzou se présentent comme suit :

- **Agriculture** : La wilaya est une région à vocation agro-sylvo-pastorale et converge vers un projet de développement d'une agriculture de montagne qui vise à rationaliser l'occupation des sols et à développer des cultures hors sol de petites capacités (aviculture, apiculture, cuniciculture, caprins), l'arboriculture en générale et l'oléiculture en particulier.

Du fait de l'aspect du relief de la wilaya, on distingue plusieurs zones de potentialités qui correspondent à des types d'agriculture bien différenciés :

- **LA ZONE 1** : Cette zone est composée de vallées et de plaines dont la pente est inférieure à 3%, elle présente une nature du sol à prédominance limono-sableuse et une pluviométrie supérieure à 600 mm d'eau par an.
- **LA ZONE 2** : C'est la zone des bas piémonts. Les caractéristiques de cette zone s'apparentent à la précédente avec cependant une pente des terrains compris entre 3 % et 12,5%.
- **LA ZONE 3** : C'est la zone des hauts piémonts, elle englobe des terres présentant une pente comprise entre 12,5% et 25% avec une superficie de 92 940 hectares, soit 31,42 % du territoire de la wilaya.
- **LA ZONE 4** : C'est la zone des massifs montagneux de l'intérieur où la pente des terrains est supérieure à 25%. L'arboriculture rustique est dominante (oliviers et figuiers).
- **Secteur de l'industrie et de l'énergie** : La wilaya dispose de deux grands complexes: L'ENIEM (Oued Aissi) dans le domaine de l'électroménager et l'unité de coton de Draa Ben Khedda.

❖ **Tourisme** : De par la variété de ses Richesses naturelles, la wilaya est considérée comme une des régions les plus touristiques du pays. Elle renferme un potentiel naturel alternant entre un tourisme culturel, balnéaire (région côtière) et climatique (région de montagne) auquel il faut ajouter une richesse artisanale. La wilaya dispose aussi d'un riche patrimoine archéologique dont une grande partie se trouve dans la zone côtière de TIGZIRT et AZZEFOUNE.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

Tableau n°2 : présentation de la production des produits étudiés selon le nombre d'effectifs dans les exploitations.

Produits et production	Oliviers		miel		plaquemine	
	Nombre cultivés	Production d'huile d'olive (hl)	Nombre De ruche	Production (kg)	Nombre de plaqueminiers productifs	Production En moyenne (Qx)
2017-2018	4 405,888	79,694	115,779	264	105	735
2018-2019	4 440,777	103,074	****	196,830	104	572
2019-2020	4 462,228	196,3777	131,499	132,329	105	525
2020-2021	4744,065	56,809	124,056	135,089.50	100	400

Source : élaboré par nous même selon les données de la DSA

de part le tableau ci-dessus on note une augmentation des cultures et des productions des produits choisis, partant de 4, 405,888 d'oliviers cultivées avec une production de 79,694hl en 2017/2018 a 4462,228 d'oliviers cultivées pour une production de 196,3777hl pour l'année 2019-2020, pareillement pour les miel qui enregistre 115,779 de ruche au niveau de la wilaya et une production de 264kg ainsi qu'une production de 132,329 pour un nombre de ruche de 131,499kg au cours des même années.

La plaquemine compte a suivie le chemin inverse passant d'une production de 735Qx pour un nombre de plaqueminiers de 105 en 2027/2028 a 525 Qx pour le même nombre de plaqueminiers en 2019/2020.

Par ailleurs on remarque une baisse totale sur les produits choisis en terme de production mais en terme d'effectifs pour la plaquemine qui passe a 100 plaqueminiers en 2020/2021 ainsi que pour les ruche dont le nombre a baisser de manière conséquente arrivant a 124,056 ruche, mais la baisse la plus flagrante est signalé dans la production d'huile d'olive une chute qui attend les 56,809 hl dans la même année. Ces diminutions de production ce justifie notamment par l'augmentation des températures durant ces dernières années et le stress hydrique au quel on fait face.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

2. Présentation de la daïra de Maâtkas

Figure N° 1 : représentation de la localisation de la daïra de Maatkas



Source : Google maps 2022

Maâtkas est une daïra de la wilaya de Tizi-Ouzou, située à 20 km au sud-ouest de la wilaya centrée par la daïra Draa el mizane a l'ouest suivit par Boghni au sud, les daïras de Ouadhia et Ath douala du cote sud-est et nord-est et celle La daïra de Draa Ben khedda au Nord, la région de Maatkas s'étend sur une superficie de 66km² perchée sur des collines a une altitude moyenne de 650m abritant 4681 habitant repartis sur deux communes Maatkas et Souk El Tenine selon de découpage administrative de 1984.

La région répond a un climat méditerranéen, toutefois les étés. et les hivers sont un tontiné plus intense par rapport aux régions alentours

2.1. les données socioéconomiques :

Dans notre cas d'étude les données socioéconomiques sont présentées avec deux critères: la production animale, la production végétale :

a) La production animale

La production animale dans ses différents segments est présentée dans le tableau suivant :

Tableau N°3 : Effectif animal pour l'année (2020-2021)

Communes	Cheptel				Aviculture (unité)		apiculture	
	bov ins	ov ins	Capr ins	équi ins	Poulet de chair	Poules pondeuses	Nom bre de ruches	Product ion de miel (qx)
MAATKAS	305	15	178	0	119	4734	1213	12
AS		90			094			
SOUK EL	215	92	150	0	487	4800	1161	35
		3			60			

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

TENINE								
TOTAL	520	25	328	0	167	9534	2374	47
	13				854			

Source : annuaire statistique de la daïra de Maâtkas 2020/2021

Dans ce tableau ci-dessus, on remarque que la région de Maâtkas est très développée dans l'élevage animal avec un effectifs animal total de 183123, dont l'élevage avicole détient 96,5% de l'effectifs total suivit par celui du cheptel avec 1,83% dont 74,7% est détenu par l'élevage ovins, l'apiculture copte a elle ne représente que 1,29% de la totalité de l'élevage animal, une valeur qui demeure faible comparer aux autre élevages, question a laquelle on tentera d y répondre dans les points a suivre .

B- La production végétale

La daïra de Maâtkas est dotée d'un couvert arboricole très important présenté dans le tableau ci-dessus

TABLEAU N°4 : la production végétale (2020/2021)

Communes	Arboriculture (qx)			
	Cultures fruitières	olives	Noyaux pépins	Agumes
Maâtkas	6627.5	6004.0	4465.5	12.00
Souk el Tenine	31322.6	2857.6	2556.5	0.00
Total	37949.5	8861.6	7021.5	12.00

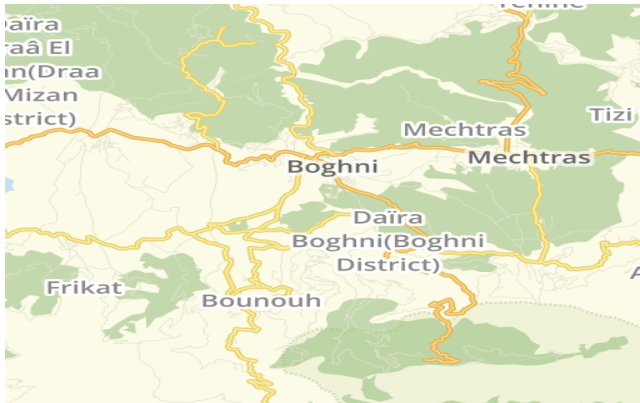
Source : annuaire statistique de la daïra de Maâtkas 2020/2021

Le tableau montre que la production arboricole de la daïra de Maâtkas dont la production fruitière est assez importante avec une production totale de 134787Qx durant l'année 2020 dont une grande partie est dédiée a la culture fruitière avec plus 28,1% de la production totale, toutefois celle de l'olives demeure la plus conséquente avec 65,74% dans la même année, faisant de cette arbre rustique un emblème de la région.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

3. Présentation la commune de Mechtras :

Figure N°2 : localisation de la commune de Mechtras



Source : Google maps2022

Mechtras représente une commune qui compte 21 village et plus de 12221 habitants elle fais partie de la daïra de Boghni, située au sud-est de la wilaya de Tizi ousou elle campe au Nord de la chaine montagneuse du Djurdjura. Cette dernière s'étend sur une pleine de 17,4 km² délimitée par la daïra de Maatkas au nord, celle de Ouadhia de l'est, la commune d'Assi Yousef au sud ainsi que la daïra de Boghni a l'ouest, une situation géographique qui place la commune de Mechtras au centre faisant d'elle un point de relais entre les différentes communes et daïra citées.

Mechtras est une commune très fréquentée de part son emplacement ainsi que les nombreuses richesses dont dispose celle-ci, en effet Mechtras regorge de points d'eau potable elle compte en viron 7 points d'eau ajouter a cela les rivières qui coulent tout au long de ses villages permettant a ses habitants la conception de puits et de forages et de faire face aux crises hydrique qui ne cesse de prendre de l'ampleur .

3.1. Les activités économiques de Mechtras :

L'économie locale repose essentiellement sur l'agriculture qui est renforcé par un centre CFPA qui assure plusieurs formations et technique agricoles. Son climat humide, ses terre fertiles et gorger d'eau permette aux habitants d'avoir des récoltes abondante.

L'agriculture a Mechtras repose essentiellement sur l'agriculture maraichère notamment la courge, la tomate dite la rose, ainsi que le piment, des produits qui font la réputation de la commune, a cote de l'haricot, le maïs et les oliviers qui recouvre une bonne partis de la région destines a la production d'huile, la commune de Mechtras est aussi connue pour sa production fruitière des agrume de tout genre , des prune des noix, et elle compte parmi les rare ville en Algérie avec Blida, Tlemcen et Media ou la plaquemine est cultivée, une culture sur laquelle reposera une partie de notre travaille.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

Sur le plan industriel la commune dispose de deux cimenteries ainsi qu'une ancienne usine de bois qui a un moment nourrissait la majorité de la population de Mechtras mais qui aujourd'hui est transformée en une caserne militaire. Le commerce de proximité est compte a lui moyennement développer avec des échoppes disséminés au long de la N30 et de la W2 et dans les lieux communaux.

Tableau N° 5 : superficies détenues par la culture fruitière et la production par fruit.

Total des exploitations	abricots		Grenade		Pomme		prune		plaquemi ne		Total superfi cie cultivée
	Su perfici e (ha)	Pr oduct ion (q x)	Su perfi cie plant ée (ha)	Pr oduct ion (q x)	Su perfi cie plant ée (ha)	Pr oduct ion (q x)	Su perfi cie plant ée (ha)	Pr oduct ion (qx)	Su perfi cie plant ée (ha)	Pr oduct ion (qx)	
	2.00	13.00	5.50	55.00	1.00	68.00	5.00	30.00	1.00	4.00	19.50

Source : établis par nous même, de part les données statistique de la DSA Compagne agricole 2019/2020.

Ce tableau reflète les différentes superficies exploitées par les différentes cultures fruitière, on remarque que la commune de Mechtras détiens une culture de type arboriculture fruitière très importante dans le rendement en terme de production est considérable.

On note que la culture qui prédomine est celle de la grenade qui occupe 28,2% de la superficie totale cultivée, suivis par la prune qui occupe 25,5% mais qui reste en première place en terme de rendement avec 300QX, on remarque aussi que la pomme et la plaquemine occupent qu'une très modeste superficie avec seulement 5,1% de la superficie totale, a note aussi que la plaquemine est la moins productive comparer aux autres fruit, chose sur laquelle on ce focaliseras dans la suite de notre travaille.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

Section 2 : Présentation des produits de terroir étudiés et la représentation statistique de leur évolution dans les régions d'enquête.

Dans cette section nous évoquant les trois cultures choisis ainsi que leur évolutions durant les derniers années, pour ce fais on s'est entretenus avec 20 producteurs et exploitant dans chacune des filières a fin d'en tirer des informations fiables.

1. L'huile d'olive un symbole de Maatkas

1.1. Présentation du produit

L'huile d'olive est la matière grasse extraite des olives (fruits de l'olivier) lors de la trituration dans un moulin à huile. Elle est un des fondements de la cuisine méditerranéenne (ou régime crétois et principale source d'oméga-9 et nombreuse vitamine A, E). Cette dernière peut être utilisée aussi bien crue en guise d'assaisonnement que cuite (pour la cuisson de viandes ou de légumes ou pour friture).

1.2. Conditions, contrainte et recommandations de la culture oléicole :

a) Conditions géographiques et climatiques :

L'olivier est un arbre rustique qui a peu d'exigences toute fois pour une meilleure production d'olive et un meilleur rendement d'huile, ce dernier nécessite tout de même un climat et des conditions géographiques propices.

L'olivier résiste jusqu'à -8 à -10°C en repos végétatif hivernal. Mais à 0 à -1°C, les dégâts peuvent être très importants sur la floraison. A 35-38°C, la croissance végétative s'arrête et à 40°C et plus, des brûlures endommagent l'appareil foliacé et peuvent faire chuter les fruits, surtout si l'irrigation est insuffisante. Avec 600 mm de pluie bien répartis, l'olivier végète et produit normalement. Entre 450 et 600 mm, la production est possible à condition que les capacités de rétention en eau du sol soient suffisantes (sol profond argilo-limoneux). Avec une **pluviométrie** inférieure à 200 mm, l'oléiculture est économiquement non rentable. Les vents chauds au cours de la floraison, les brouillards et les fortes hygrométries, la grêle et les gelées printanières sont autant de facteurs défavorables à la floraison et à la fructification. L'olivier étant exigeant en lumière, l'insolation est à considérer dans le choix de l'orientation des arbres, la densité de plantation et les tailles d'éclaircie.

- **Le sol:** Le sol doit être profond, perméable, bien équilibré en éléments fins (50% d'argile + limons) et 50% en éléments grossiers (sables moyens et grossiers). Le pH peut aller jusqu'à 8 à 8,5 avec, cependant des risques d'induction de carence en fer et en magnésie (cas de sols trop calcaires).

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

b) Contraintes :

- Les Mouches de l'olive pondent des larves dans la pulpe des fruits et entraînent leur dépréciation. Avant de traiter, il faut effectuer des contrôles par piégeage dans les gobe-mouches. Le traitement est déclenché dès que la moyenne des individus capturés est égale à 1 mouche par piège et par jour.

- La Teigne de l'olivier: C'est un papillon dont les larves dévorent les organes floraux, les amandes des fruits et le parenchyme des feuilles. Il peut causer de graves dégâts sur la productivité des arbres (grappes florales desséchées, olives à terre trouées à la hauteur du pédoncule)

c) Recommandations :

En dépit des progrès enregistrés, l'oléiculture aura à relever de nombreux défis afin d'améliorer la compétitivité du secteur. Ces défis sont :

- l'amélioration de la qualité de la production oléicole ;
- l'accroissement des niveaux de productivité des plantations jugés faibles actuellement aussi bien en bour qu'en irrigué.

1.3. Types d'huile d'olive produite à Maatkas :

Les huiles d'olives sont classifiées et commercialisée selon les dénominations et définitions ci-après :

a) **Huile d'olive extra vierge** : c'est le type d'huile d'olive de meilleure qualité. Elle a une acidité inférieure à 0.8° et un gout et une odeur irréprochables. A vendre au consommateur final. C'est l'huile la plus bénéfique pour la santé.

b) **Huile d'olive vierge** : de qualité inférieure à la précédente, peut avoir jusqu'à 2° d'acidité et légers défauts d'odeur et de saveur. A vendre au consommateur final.

c) **Huile d'olive vierge lampante** : elle a une acidité supérieure à 2° et un gout et une odeur désagréable. Ne convient pas à la consommation et doit être raffinée.²⁸

²⁸ Conseil oléicole international : www.internationaloliveoil.org

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

**Tableau N°6 : évolution de la production d'olives et d'huile d'olive à Maâtkas
(2017/2021)**

année	Production totale		
	olive		Huile
	Pour la conserve (olive de table) (Qx)	Pour l'huile(Qx)	Huile (hl)
2017/2018	0	33 000	62700
2018/2019	0	60 052	10 252
2019/2020	0	121664	21558
2020/2021	0	45620	8669

Source : établi par nous même à partir des données de la DSA

A partir de ce tableau, on remarque que la production d'olives est directement destinée à la transformation en huile d'olive. Les quantités de production en olives et l'huile d'olive dans cette commune sont importantes, elles varient d'une année à une autre. Elles enregistrent une forte augmentation de la production de l'olive et l'huile d'olive durant les saisons de 2017, 2018, 2019 et 2020 avec les quantités de (33000 Qx/62700 Litres), (60052 Qx/ 10252 Litres), (121664 Qx/ 21558 Litres) respectivement. Durant la saison 2017/2018, cette région a contribué à la production de la wilaya de Tizi-Ouzou avec 60000 Qx d'olives récoltées et 1025200 litres d'huiles d'olives produites. Avec cette production, la commune de Maâtkas est la plus importante en termes de superficie plantée en oliviers et de production oléicole.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

La production oléicole de cette commune est remarquable et enregistre des hausses régulières grâce aux programmes de rajeunissement et d'extension des vergers. Selon un représentant de la subdivision agricole de Maâtkas « Cette localité contribue avec une moyenne annuelle d'environ 10% à la production d'huile d'olive de la wilaya de Tizi-Ouzou ».

A notée que la majorité des oliviers sont en rapport, ce qui veut dire que l'ensemble des classes d'âge composant les vergers sont en production. A savoir du plus jeune olivier (nouvellement entré en production), à l'olivier adulte (pleine production), jusqu'à l'olivier âgé (fin de production).

Tous les arbres implantés sur les exploitations des agriculteurs sont comptabilisées quelques soit leur âge ou leur rendement.

2. le miel

1.1. Définition du miel

Le miel est la substance sucrée produite par les abeilles à partir du nectar des fleurs ou du miellat de pucerons qu'elles récoltent et entreposent dans les alvéoles de la ruche, il est issu d'abeilles domestiques élevées en ruches ou d'abeilles sauvages, on parle alors de miel sauvage classé comme produit forestier autre que le bois, il est fréquemment l'unique source de sucre des populations autochtones les plus retirées des forêts tropicales.²⁹

1.2. Facteurs géographiques et climatiques

a) Conditions géographiques : pour un meilleur rendement de production de miel, il est recommandé d'installer les ruches dans un terrain ensoleillé et qui dispose de pleins de ressources mellifères. Ces ressources sont variées et riches et sont comme suit :

- Les arbres fruitiers (pommiers, citronniers, orangers...)
- Les essences forestiers (lavande, bruyère)
- La flore spontanée : on trouve la lavande et la variété de thym
- Flore cultivée : les fourrages artificiels et caroubier

b) Conditions climatiques : pour la survie des abeilles, il est nécessaire qu'elles soient mises dans un climat moyen pas trop chaud pas trop froid car la chaleur tue les abeilles et le froid fait développer des bactéries qui causent leur mort et aussi un climat pas très humide (humidité entre 50% à 70%).

²⁹ Normes préliminaires revues pour le miel, directive du conseil 2001/11.0/Ec du 20 décembre 2001. journal officiel de la communauté européenne L10, 47-52, codex-Alimentaire.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

c) Les moyens utilisés pour la récolte de miel

Le choix des équipements de miellerie et les modèles choisis dépendent du nombre de ruches possédées et du produit extrait. Pour l'extraction de miel les apiculteurs utilisent un couteau à désoperculer, un tamis, un extracteur, un bac à désoperculer...ect. En ce qui concerne l'extraction du pollen les apiculteurs utilisent un plateau à pollen, séchoir à pollen pour le pollen séché et pour le pollen frais ils le gardent au frais.

1.3. Types de miel produit a Maatkas

Il existe une multitude de miel dans le mode, qui ce caractérise par le gout, le couleur, l'odeur est qui ce différencient par leurs valeurs nutritives mais essentiellement par leur provenances, cependant dans notre cas d'étude on se focalisera seulement sur les différents miels qui sont produits dans la région Maatkas. On distingue deux types de miel qui possèdent des couleurs qui dépendent directement de la flore locale, source de vie pour la ruche qui s y trouve. On distingue alors :

- a) **Miel toutes fleurs** : appelé aussi miel de mille fleurs est un miel recueilli par le nectar de divers espèces végétales, il ce distingue non pas par la fleur mais par la saison et la localisation géographique ;
- b) **Miel asphodèle** : l'asphodèle, une plante en forme de bulbe ayant une fleur blanche que l'abeille butine pour données un miel de couleur jaune clair parsemer un léger gout acidulé ;
- c) **Miel thapsia** : de couleur ambre et un gout doux, il est issus des fleurs de thapsia, une plante toxique donnant des petites fleurs jaunes ;
- d) **Miel euphorbe** : il est le résultat du nectar de fleur d'euphorbe, une plante ressemblant un cactus dont les fleurs sont jaune et qui donne une couleur caramel foncé aux miels et un gout légèrement épicé ;
- e) **Miel de jujubier** : dis aussi miel de *sidr* c'est un miel réputé de couleur caramel d'un gout de noisette ;
- f) **Miel d'eucalyptus** : d'une couleur ambrée et un gout légèrement balsamique est issus du nectar de fleurs poussant sur l'arbre d'eucalyptus ;
- g) **Miel zygothylle** : un miel méconnu de beaucoup au gout doux et de couleur dorée, il est issus du zygothylle, une plante sous forme d'arbuste avec des petite fleurs blanche ;

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

h) Miel de chardon(le chouk) : une plante épineuse ornée de fleur violettes, dont les abeilles façonnent un miel a la dorée ayant un gout d'anis ou de réglisse ;

i) Miel de bruyère : Jaune orangé voir brun au gout fort et amère, issus d'un nectar de petite fleurs de couleurs rose fuchsia.

Tableau N°7 : indications thérapeutiques des variétés de miel produites au niveau de la commune de Mâatkas

Miel	Indications thérapeutiques
TOUTES FLEURS	En fonction des fleurs butinées, Fortifiant, brulures, grippe, toux...
ASPHODELE	Vertus apaisantes, soins de la peau et tous types d'irritation, vertus antiseptiques, diurétiques, antispasmodiques et anti-catarrhal
THAPSIA	Propriétés tonifiantes et laxatives. On s'en sert aussi comme remède contre les infections rhumatismales
EUPHORBE	Purge l'excès de liquide en cas de pleurésie et d'anasarque (accumulation de liquide dans l'abdomen), hémorroïdes, application sur plaies irritées voire purulentes, action antispasmodique, asthme et infection respiratoire (décontracte les bronches et facilite la respiration), laxative et expectorante.
JUJUBIER	Stimulant du système immunitaire, excellent pour les troubles hépatiques (foie) anémie, antiseptique général. Stimule l'intellect. Augmente la vitalité. Stimule la bonne humeur et chasse le stress. Facilite et améliore la digestion. Renforce les défences naturelles de l'organisme.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

	Tonic sexuel (aphrodisiaque). Différents cancers.
EUCALYPTUS	Bronchite, colibacillose, cystite, diarrhées, fatigue, grippe, oxyures pleurésie, toux, tuberculose, urémie
ZYGOPHYLLE	Rhumatisme, hypertension, antispasmodique, eczéma
POLLEN	Bronchite, usthme, constipation, prostate, fatigue, fièvre, fatigue générale, anémie, impuissance, ballonnement flatulences, diabète.
CHARDON	Guéris les différentes maladies du foie, combler l'anémie, traiter et prévenir certains cancers, améliorer le confort digestif en soulageant les troubles et douleurs, combattre l'impuissance sexuelle, traiter les problèmes de la vésicule biliaire, stimule la lactation, antidépresseur.
BRUYERE	Acidité sanguine, anémie, ascite, cellulite, cystite, fatigue générale, prostate, troubles intestinaux et rénaux.
LAVANDE	Acidité sanguine, amibes, anémie, bronchite, angine, anorexie, arthrite, brulures ; calcul biliaires, cellulite, coqueluche, colibacillose, dysenterie, eczéma, engelure, état précancéreux, grippe, hypertension, insomnie, rachitisme, surmenage, toux, typhoïde, ulcères.

Source : JEAN LEPAGE, les bienfaits de la ruche, édition équilibre d'aujourd'hui, 1990. Encyclopédie

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

De part les entretiens tenus avec les exploiters et les consommateurs, le miel de type jujubier est celui qui est le plus produit et le plus consommé de part :

- Ses bienfaits nutritionnels qui sont importants et qui englobent une partie des problèmes de santé auxquels font face les individus (voir le tableau précédent)
- La production élevée de type de miel, due à la disponibilité de jujubiers :
- Son goût particulièrement plus sucré que les autres et parfumé.

1.4. Contraintes et recommandations :

La culture apicole est soumise à une multitude de contraintes qui freinent le développement de celle-ci, on retrouve :

a) Les contraintes

À travers notre enquête nous avons pu entrevoir plusieurs contraintes pesant sur l'apiculture et son développement de la daïra de Maâtkas :

- **Un marché désorganisé**: La majorité de la population rencontre des difficultés dans le transport, ils ne peuvent vendre leur production qu'aux collecteurs, lesquels fixent les prix au plus bas et revendent le miel en ville plusieurs fois le prix d'achat. En plus de cela, les producteurs ne produisent pas au même coût : la plus grosse quantité de miel produite provient des "api-cueilleurs" dont la pratique ne nécessite que très peu d'investissements. Les autres apiculteurs, ayant investi plus, doivent s'aligner sur les prix des "api-cueilleurs", par peur de ne pas écouler leur production. L'investissement n'est par conséquent pas rentable.
- **L'exploitation excessive des ressources naturelles** : on désigne les pratiques humaines qui mènent à la déforestation progressive de la zone (exploitation de bois et de végétaux pour divers usages, feux de brousse ...), ce qui par conséquent menace les colonies d'abeilles sauvages et la production apicole
- **Vols de ruches et l'insécurité en milieu rural** : Il y a une recrudescence de vols de ruches installées loin des habitations. Ce phénomène rend ainsi les apiculteurs plus réticents vis-à-vis de l'acquisition de ruches modernes. Les vols peuvent viser la ruche dans son ensemble ou bien simplement l'essaim, le miel ou la caisse. Des patrouilles locales sont mises en place par certains villages, mais cela reste

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

insuffisant. De plus, ces abeilles étant sensibles au stress, désertent très vite lors de leurs déplacements. L'apiculteur perd ainsi sa colonie.

- **L'Apparition de la maladie «Varroas»:** C'est un parasite qui se fixe sur les abeilles et les larves causant leur affaiblissement et leur mort. Pour y faire face, les apiculteurs utilisent des médicaments tels que l'Apistan, mais d'autres utilisent l'ail en l'écrasant et en le mettant dans un bout de tissu à l'intérieur de la ruche.
- **Information, communication, distribution et commercialisation :** Le manque d'informations et de communication sur la filière handicape le développement de celle-ci. Il existe très peu de centres d'information et de formation pour les acteurs de la filière. Les apiculteurs, plus touchés par ce manque d'information, ne peuvent accéder à un marché fiable ni aux évolutions techniques. Ils ne possèdent de plus aucune information sur la demande et connaissent mal l'importance du respect de l'hygiène, des normes et du conditionnement des produits.

Le manque d'information, de communication et d'un réseau de distribution et de commercialisation plus officiel ne permet pas de différencier les miels de chaque type d'apiculteur. Ainsi, vendre les produits localement est une perte surtout dans le cas où les consommateurs ne peuvent pas distinguer les produits de cueillette ou d'élevage. Or un miel récolté sur un essaim va être mélangé au couvain, au pollen et à la cire, ce qui réduit considérablement sa qualité et donc son temps de conservation et son goût.

- **Le couvain plâtre ou mycose** Il est causées par un champignon, les larves atteintes par cette maladie se dessèchent et deviennent blanches. La solution est d'éviter les situations trop humides, isoler les ruches du sol, assurer une bonne aération des ruches, incliner les ruches vers l'avant pour éliminer l'eau.

b) Suggestions face aux contraintes

- Donner plus d'importance pour l'activité d'apiculture que ça soit au niveau de la daïra de Maâtkas ou au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou ;
- Proposer des formations accélérées et faire la mise à jour des informations sur l'activité ;
- Donner plus d'importance pour l'abeille ;
- Créer une coopérative apicole pour valoriser les produit de la ruche locaux;
- Mettre en place un encadrement sanitaire compétent et disponible, maillant tout le territoire avec des visites sanitaires fondé sur une analyse de risques ;

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

- Nommer des vétérinaires sanitaires spécialisés (deux à trois par commune) ;
- Encourager la recherche d'un système fiable et complet d'identification des ruches et des colonies ;
- Mieux contrôler les importations de reines et de cheptels ;.
- Encourager les chambres de l'agriculture à soutenir les exploitants agricoles, apiculteurs, notamment lors de leur Installation et dans les phases importantes du développement de leur exploitation.

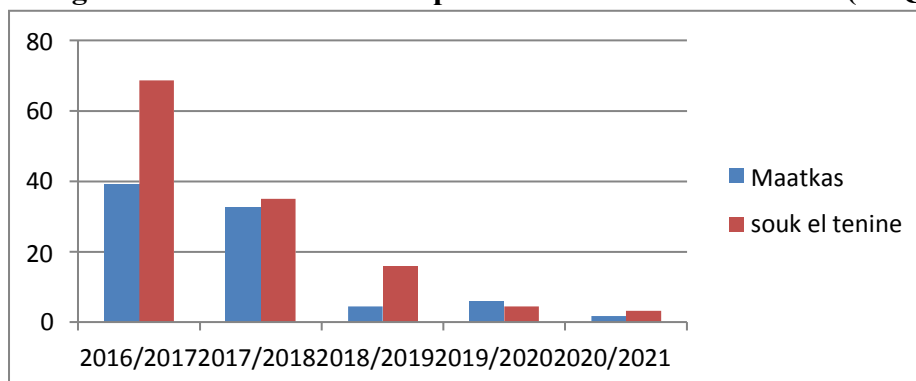
Tableau N°8 : La production de miel dans les communes de Maâtkas en (2016-2021) en Qx

communes	Mâatkas	Souk el tenine
compagne	La production(Qx)	
2016/2017	39.20	68.6
2017/2018	32.6	35
2018/2019	4.5	16
2019/2020	6	4.5
2020/2021	1.8	3.3

Source : établi par nous même d'après les données de la DSA

Nous pouvons indiquer les données du tableau dans la figure suivant :

Figure N°3 : Evolution de la production de miel 2016-2021 (en Qx)



Source : construit par nous-mêmes, d'après les résultats du tableau

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

Durant la campagne (2016-2017), la production de miel est très élevée, cette production était entre 32.6 Qx dans la commune de Maâtkas et 35 Qx de la commune de souk El Tenine, suite aux bonnes conditions de miellée et le climat qui ont joué un rôle important sur la récolte de miel.

Cependant lors de l'année (2017-2018), une baisse considérable de la production de miel a été enregistrée atteignant 32.6 Qx dans la commune de Maâtkas et 35 Qx dans la commune de souk el Tenine, continuant dans le même axe en 2019 /2020 jusqu'à attendre les 1,8Qx Maatkas et 3,3Qx a souk el Tenine dans l'année 2021.

1.5. les produits de la ruche

Les apiculteurs ne s'arrêtent pas seulement à la production de miel mais diversifient leurs paniers de produits, en offrant d'autre produits dit produits de la ruche a savoir :

a) le pollen : Le mot pollen désigne la farine et la poussière qui se forme sur les plantes. Il résulte d'un ensemble de caractères que lui confère son enveloppe (taille, forme, stratification, structure et aperture) et ce diversifie selon les végétaux. Les abeilles l'utilisent comme source principale de protéines. Par ailleurs, l'homme connaît ses propriétés médicinales depuis des millénaires³⁰.

b) la cire : La cire d'abeille est une matière molle jaunâtre et fusible produite par les glandes cirières des ouvrières. Les glandes cirières situées sur la face ventrale de l'abdomen de l'abeille excrètent des lamelles ou « écailles » de cire transparentes.

Durant sa courte vie, l'abeille accomplit différentes tâches en fonction de son âge. Du 10^e au 20^e jour de leur existence, il n'y a qu'un groupe restreint d'abeilles au sein de la ruche qui produisent de la cire.

c) la gelée royale : La gelée royale est le produit de sécrétion des glandes hypophrygiennes qui se trouvent dans la tête des abeilles ouvrières. C'est une substance blanchâtre à consistance gélatineuse acide et légèrement sucrée produite par les abeilles nourrices, elle constitue la nourriture exclusive de toutes les larves de 0 à 3 jours et de la reine pendant toute la durée de son existence, elle est le lait maternel des abeilles. La gelée royale fait partie des compléments alimentaires; cet aliment rare de qualité est composé de substances essentielles à l'organisme humain.³¹

d) la propolis : La propolis est un produit essentiel à la vie de la ruche ; la propolis est une substance que les abeilles utilisent pour colmater les brèches

³⁰Jean-François Mallein, Qu'est-ce que le pollen ? Définition miel direct, 11 avril 2016.

³¹Yves Roberti Lintermans, société Royal d'apiculture de Bruxelles et ses environs a.s.b.i, Oyenbrugstraat 40,1850 Grimbergen, avril 2011, p 1.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

dans leur ruche, un peu comme du mastic. Dotée de propriétés anti-infectieuses, elle contribue également au maintien de la propreté de l'intérieur de l'habitat.

Tableau N° 9 : production de produits de la ruche

		Nombre
D'autres produits de la ruche	Propolis	2
	Cire	3
	Gelée Royale	14
	Pollen	8
Total		20

Source : Elaboré par nous-mêmes d'après la base des données de l'enquête.

On remarque de part les données représentées dans le tableau6 que les produits de la ruche restent peu exploités par les apiculteurs hors mis celle de la gelée royales qui est produites par 14 éleveurs sur 20, le reste des production des produits de la ruches restent en restreint pour cause de :

- absence de formation pour ce type de produits ;
- faible rendement en comparaisant avec le miel ;:
- cherté des produits ce qui freine leur commercialisation.

A noter aussi, que durant notre enquête nous avons pu découvrir d'autres usages que les habitant de Maatkas donne aux produits de la ruche et au miel, en effet on as pu découvrir que ces derniers sont mélanger a d'autres composants pour confectionner des savons, des crèmes pour soigner différents problèmes cutané (cicatrices, acné, psoriasis...) production de bougie avec la cire.

3. La plaquemine

Appelé aussi *kaki* est un fruit du plaqueminier, un arbre originaire di l'Asie, plus précisément de l'est de la Chine, il est aussi cultive au Japon depuis plus de mille ans, il ce caractérisé par sa forme de tomate d'une tinte orangée a la peau translucide a la maturité.

Ce n'est qu'après le 17eme siècle que la culture du kaki parvient en Europe, implante a Toulon par [Joseph Banks](#), botaniste du premier voyage du [capitaine Cook](#) en 1768³², le kaki

³² <http://arnoldia.arboretum.harvard.edu/pdf/articles/846.pdf>

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

connu rapidement un grand succès en Provence, et copte aujourd'hui plus de 2800 variétés³³, en Chine et au Japon le kaki est consommé crus après avoir été pelé ou séché³⁴, dans d'autres régions à savoir le sud de France et l'Algérie où il a été introduit par les colons Français en 1870 ce dernier se consomme à l'état brut ou en confiture.

3.1. Généralités sur la plaquemine :

Le plaqueminier désigne un arbre fruitier dont la hauteur varie de 3 à 5 mètres donc les fruits persistent sur l'arbre après la chute des feuilles et qui évoque des tomates plus ou moins coniques ou arrondies et dont le poids pèse plus de 500g.

Le kaki est un fruit climatique dont la maturation peut être contrôlée après la cueillette soit en le laissant en air libre ou dans un sac en plastique et même si possible le mettre dans un panier de pomme de terre recouvert de papier afin d'accélérer sa maturation, une fois mur il est possible de le mettre au réfrigérateur où il se conservera quelques jours.

a) La culture du plaqueminier :

Le plaqueminier est un arbre rustique qui se cultive dans des climats frais et humides, avec un sol limoneux et alluvial bien drainé au pH variant de 5,5 à 7,5.

Le plaqueminier tolère aussi les fortes gelées et survit à des températures basses de -20°C, toutefois il exige une bonne luminosité.

- **La plantation** : étant donné la croissance lente du kaki il est donc préférable d'acheter un jeune plant et de le planter, le plaqueminier tout comme les autres arbres fruitiers se cultive au printemps en creusant un trou d'un mètre de profondeur y déposer ensuite du compost et du terreau et placer le plant au milieu puis recouvrir à la longueur de la tige.
- **L'espacement** : cela varie de 6 à 12 mètres de distance selon le porte-greffe et la variété.
- **Le greffage** : un plaqueminier nécessite toujours un greffage, en effet un jeune plant non greffé à sa croissance devient un plaqueminier sauvage ayant une production est un fruit médiocre, pour ce fait un plant est greffé durant l'année qui précède sa plantation.
- **Les outils utilisés** : la culture du kaki ne nécessite pas un grand nombre d'outils ou exige des outils modernes, le kaki nécessite une bêche pour retourner la

³³ « Fruits d'Outre-Mer », vol. 3, n°4, pages 124 à 132, 1948 par V.-A. Evreinoff

³⁴ Masahiko Yamada, Satoshi Taira, Masako Ohtsuki, Akihiko Sato, Hiroshi Iwanami, Hiroshi Yakushiji, Renzi Wang, Yong Yang, Gaochao Li, « Varietal differences in the ease of astringency removal by carbon dioxide gas and ethanol vapor treatments among Oriental astringent persimmons of Japanese and Chinese origin », *Scientia Horticulturae*, vol. 94, p. 63-72, 2002

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

terre, un sécateur utile lors de tailles mais aussi lors de la cueillette du fruit pour ne pas abimer ce dernier

3.2. Les exigences climatiques et géographiques :

Le plaqueminier est classé parmi les espèces les plus rustiques vis-à-vis du climat, toute fois son aire de production est très limitée dans le territoire. tempérée, il prospère dans les climats tempérés ou dont la température est basse. En Algérie, son aire de culture s'étend dans les petites plaines et vallées sublittorales et à des altitudes ne dépassant pas les 800m Les exigences climatiques favorables pour la culture de la cerise englobent un ensemble de conditions, qui permettent aux cerisiers de se germer avec un rendement de production très important.

a. La température :

Le plaqueminier se cultive dans des régions où la température est plus au moins élevée allant de -20°C jusqu'à 30°C , toute fois une température de -5°C est destructrice pour un jeune plant, tout comme dans le cas d'une température élevée le plaqueminier jeune et adulte doit être constamment drainé au risque de déshydratation.

b. La lumière :

Ce facteur est primordial chez le plaqueminier. Un bon éclairage de tout l'arbre influence favorablement la croissance des plants, l'induction florale, le développement des bourgeons mais aussi pour le murissement des fruits. Un manque d'éclairage, notamment à l'intérieur des arbres insuffisamment élagués peut entraîner un dénudement progressif des rameaux ainsi que sur le fruit sachant que ce dernier a besoin de lumière pour murir. L'ombrage a un effet négatif sur la qualité des fruits. Toute fois une forte radiation solaire peut occasionner des brûlures sur le tronc.

3.3. Caractéristiques, contraintes et recommandations :

a. Caractéristiques :

Ce sont :

- De petites exploitations plus au moins âgées appartenant aux particuliers avec de faibles rendements,
- Les exploitations sont de faibles superficies, elles sont des exploitations familiales avec une centaine de mètres seulement;
- Les terres cultivables pour le plaqueminier sont restreintes :
- La plaquemine est un fruit méconnu de beaucoup de personnes.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

b. Contraintes :

Le plaqueminier fait faces a certaines contraintes qui rendent sa cultures difficiles et dans la majorité des temps impossible

- **Mouche méditerranéenne des fruits:** en zone méditerranéenne : c'est un insecte ravageur pour le fruit elle apparait dès le mois d'août et dépose ses œufs dans le fruit qui une fois éclos donne de petites larves blanchâtres qui s'attaquent à la pulpe du fruit. Celle-ci se transforme en une masse grisâtre, décomposée, alors que la surface reste intacte.



- **Nécroses** : c'est un champignon qui provoque une apparition de taches nécrosées sur les feuilles, suivies d'une défoliation de l'arbre qui entraîne la chute des fruits.

A cote des contraintes cite auparavant liées aux conditions climatiques (température élevé, manque d'eau) ainsi que les différentes maladies et ennemis attaquant ce fruit, on trouve aussi d'autres contraintes exogènes entravant le développement de cette culture telles que :

- Greffage non maîtrisé ;
- Méconnaissance sur l'entretien de plaqueminier ;
- Cherté du plant environ 700à 800 DA/plant, ce qui engendre la cherté du fruit environ 400 à 600 Da/Kg ;
- Absence de plants de qualité saine et authentifiée ;
- Absence de diversification variétale et de porte greffes;
- Absence de formation spécifique.

3.4. les variétés du kaki :

A partir de plaqueminiers existant dans les forêts, l'homme a progressivement domestiqué les kakis cultivés. Il en existe aujourd'hui plus de 2000 variétés. Toute différentes les une des

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

autres selon la productivité, précocité, chair croquante ou molle, de forme allonger ou plate..., orange, vert ou encore rouge orangé. De nombreux caractères les différencient.

Les variétés de plaquemes ce divisent en deus types selon leur gout et leur consommation on retrouve alors :

Les astringents, (souvent les **meilleures variétés**), qui se consomment blets lorsque le fruit est mou et a perdu son astringence, et deviennent alors très doux et sucrés.

Les non astringents, qui se consomment durs, croquants comme une pomme. On peut aussi les laisser blettir (sur l'arbre ou hors de l'arbre) et les consommer mous ils sont alors légèrement plus sucrés³⁵.

Cependant, en Algérie notamment dans la commune de Mechtras quatre variétés seulement sont cultivées à savoir :

- **Plaquemine Jiro** :



De type non astringent, fruit assez précoce dont la forme assez grosse et aplatie, carré vu de dessus, à épiderme jaune orangé, de bonne qualité gustative (très sucré) à complète maturité.

- **Plaquemine Tomatero** :

De type astringent, précoce en terme de maturité de part sa petite taille et sa forme arrondie et allongée, il est de couleur rouge fonce a complet blettissement.



- **Le kaki vert** :

Le kaki vert est l'une des variétés la plus original qui soit, de type astringent, le kaki vert prend une couleur légèrement orange a sa maturité, ce démarque par un gout assez sucré et fuité plus que les autre variétés mais aussi du fait qu'il soit un fruit tardive.



³⁵ <https://www.cochetfrederic.com/plaqueminiers-kakis.html>

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

- **Plaquemine Tipo :**

Le Tipo est une variété de plaquemine astringent, dont la forme est sphérique avec une couleur orange vif, cette variété est la plus cultivée dans la commune de Mechtras de part sa dense productivité régulière est son intense résistance au froid.



Tableau n°10 : culture de plaqueminier (2011-1022) sur 1ha de superficie dédiée a la culture fruitière a Mechtras.

Années	Nombre de plaqueminiers productifs	Production moyenne par plaqueminier(Qx)
2011-2012	86	5
2012-2013	90	5
2013-2014	91	7
2014-2015	97	6
2015-2016	96	6,50
2016-2017	100	6,50
2017-2018	105	7
2018-2019	104	5,50
2019-2020	105	5
2020-2021	100	4

Source : élaboré par nous-mêmes d'après l'annuaire statistique de la commune de Mechtras, et les données de l'enquête.

Suivant les données représentées dans le tableau ci-dessus, on remarque que la culture de plaqueminiers a connus un essor durant ses dix dernières années, en effets partant de 86 effectifs sur 1 hectare ce derniers a augmente de manières assez remarquable en 2013 et 2014 atteignant les 91 plaqueminiers une période coïncidant avec la mise en place d'une fête célébrant cette culture a Mechtras, une hausse qui ce suit jusqu'à 2017-2018 ou un nombre

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

important d'effectifs a été notées avec 105 plaqueminiers une valeurs qui ce répété en 2019et 2020, toutefois une baisse de 5 effectifs a été enregistrée en 2020 et 2021.

En ce qui concerne la production, une augmentation a aussi été remarquée pour l'année 2013-2014 passant de 5Qx a l'effectif en 2012 a 7Qx, une hausse soutenue par les conseils et informations partager au court de la fête de plaquemine, toutefois une baisse de production est remarquée durant les années 2016-2017-2019 et une baisse considérable en 2020-2021 atteignant 4Qx par effectif.

Ces baisses considérable d'effectifs et de production ce justifient par les incendies de l'été 2021 en Kabylie causant une hausse des températures qui influe de manières négative sur la culture du plaqueminier.

Autre produits dives de plaquemine :

De part les entretiens tenus avec les exploitants de l'arboriculture fruitière de Mechtras et les questions posées dans le cadre de notre enquêtes on a pu découvrir d'autres produits a base de plaquemine que les détenteurs de cette culture produisent pour leur consommation personnel, ces derniers sont représentés dans le tableau suivants :

Tableau n°11: produits drivés de plaqueminiers et le nombre de leurs producteurs sur la totalité des exploitants questionnaient

Autre produits	Nombre de consommateurs
Confiture	5
Jus	2
Gâteaux	1
Sirop	1
Total	9

Source : établis par nous même a partir des données de l'enquête

Du tableau on constate que les produits drivés de la plaquemine sont peut développés, des 20 exploitants questionnaires seulement 9 d'entre eux produisent des produit a base de plaquemine, dont le produits le plus fabriqué est la confiture avec un effectif de 5 exploitants suivis par le avec 2 exploitants, deux autres produits peuvent être aussi issus de plaquemine a savoir le sirop et les gâteaux mais qui reste peut faiblement produits.

Cette négligence des produits drivé est issue de la mal formation des personnes par rapports aux usages des la plaquemine, mais aussi du fait que les exploitants trouve que leurs

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

fabrications n'est pas rentable est nécessite une quantité importante de plaquemine, et préfèrent donc vendre ou consommer le fruit à l'état brute.

Section 03 : commercialisation et valorisation des produits étudiés dans la wilaya de Tizi ousou

La valorisation du produits de terroir dans la région de la Kabylie, connue par sa vocation agricole, consiste en différentes fêtes et événements, des formations concernant les techniques de plantations et d'exploitation via des initiatives individuelles et collectives telles que les associations, les comités du village, les agriculteurs, etc. ceux-ci ont pour objectif principal, la création d'un espace de commercialisation des différents produits, ainsi que le tissage des relations professionnelles entre les artisans et agriculteurs et le renforcement des liens sociaux entre les différentes couches de la société.

En plus des fêtes organisées chaque années, les actions de valorisation des produits agricole sont les principaux objectifs des services agricoles de la wilaya de Tizi-Ouzou (DSA), pour se faire un ensemble d'actions ont été mises en application.

1. La formation

L'Institut de technologie moyen agricole spécialisé (ITMAS) de Boukhalfa, ainsi que le CFPA de Mechtras, à Tizi Ouzou a organisent des formations qui s'inscrivent dans le cadre du programme de coopération entre le MADRP et l'Organisation arabe pour le développement agricole (OADA). Les formations se focalisent sur plusieurs thématiques suivant les périodes adéquates a la culture et la production de la formation choisis.

Dans le cadre de l'apiculture les centres mettent en places tout les moyens nécessaire pour enseigner les bonnes techniques et pratiques de conduite d'un élevage apicole en partant de l'installation du rucher, passant par le nourrissent ainsi que les traitements, l'essaimage, jusqu'à l'extraction du miel. Dans ce cadre, il est important de :

- Bien préparer le terrain qui accueillera le rucher, de par le choix de localisation et les creuser des ruchers ;
- Maitriser la technique d'essaimage en terme des choix de la ruche d'où extraire l'essaim et la préparation de la nouvelle ruche ;
- Formation accentué sur l'extraction du miel.

Pour l'arboriculture et plus précisément la culture oléicole cette session ce divise en deux thématiques, l'une destinée aux oléiculteurs qui consiste à guider et conseiller ces derniers pour acquérir les bon gestes pour la plantation, la taille, et la récolte de l'olive. Pour ce faire il faut :

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

- La Maîtrise de la taille pour réduire le phénomène d'alternance saisonnier;
- Stérilisation du matériel de taille pour éviter la transmission de certaines maladies à l'arbre ;
- Mettre l'accent sur les techniques et périodes de récolte dans les meilleurs délais et le délai de stockage,

L'autre pour les producteurs d'huiles à savoir propriétaires d'huilerie cette dernière englobes les conditions de stockage les techniques de trituration et d'extraction d'huile allant parfois même a celle de conditionnement pour avoir une huile de bonne qualité. Il est primordial donc :

- Une régularité dans l'entretien du matériels (tapis, laveuse, vice sans fin, séparateur...) :
- Respecter les délais et les conditions de stockage.

Ces formations ont pour objectifs le développement des produits mais aussi leurs vulgarisations tout en permettant aux agriculteurs l'acquisition d'un savoir faire métriser pour une meilleure production. Cependant la plaquemine, bien qu'elle soit un fruit riche et très rentable il demeure inexploité et méconnue de beaucoup, toute fois le directeur du CFPA de Mechtras Mr B. Zaouache a supposé la mise en place d'une formation spécialiser dans la culture du kaki qui s'inscrira dans la session des formation d'arboriculture fruitier pour l'année a venir, ce qui permettra certainement une évolution en terme d'exploitation et de qualité de ce fruit.

2. L'information:

Des conférences au niveau des communes et des régions serais un atout pour la sensibilisation et l'information des arboriculteurs et apiculteurs et de tous les artisans sur l'avantage qu'ils pourraient tirer avec l'utilisation des techniques modernes pour cultiver leurs arbres et entretenir leur ruchers afin d'améliorer les rendements.

3. Les fêtes et les foires :

La notion de fête désigne une période limitée de réjouissance collective destinée à célébrer quelque chose ou quelqu'un. Il existe des fêtes publiques, qui engagent une société tout entière et des fêtes privées limitées à une famille, à une corporation, à des clients, etc. En Kabylie plusieurs villages s'agitent pour organiser des fêtes et festivals a fin de mettre en avant leurs cultures et qui permettent aux habitants de la wilaya de Tizi ousou d'établir des rencontres et de vivre l'ambiance. Celles-ci s'emparent des montagnes pour redonner vie à des contrées de la Kabylie profonde, dont certaines sont désertes durant les autres saisons de l'année en raison de la rudesse des aléas de la nature, notamment en hiver. Ainsi, l'été, déjà

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

bien installé, apporte son lot de fêtes initiées généralement par le mouvement associatif et accompagnées par les collectivités locales.

Par ailleurs, ces fêtes et événements ont pour objectif la valorisation et la commercialisation, voire même la labellisation des produits de terroir.

Dans le cas de notre étude, trois fêtes sont à compte dans les communes d'enquêtes a savoir :

3.1. La fête de la plaquemine :

Une fête devenue une tradition qui perdure depuis huit ans maintenant est une célébration du fuit emblématique de la commune de Mechtras à savoir la plaquemine, cette derniers s'organise en mois d'Octobre au CFPA de Mechtras organisée par l'association culturelle Tala ouguellid soutenus par l'Assemble populaire communale(APC) de Mechtras. Cette célébration est une occasion de vulgariser la plaquemine a travers les expositions et les conférences tenues a cette fête.

Durant la période de notre enquête en 2022, la fête a réunis un nombre important d'exposants a savoir 30 exposants de tout partant de la poterie aux bijoux kabyle passant par le miel et les divers objets de décoration et de cosmétique artisanaux, a cote des habitant local qui profitent pour montrer leur plus beau fruit et ainsi profiter pour ventre leur productions de plaquemine.

La fête a connus un front succès plus de 5000 visiteurs venants d'un peut partout de Tizi ousou pour assiste aux activités organisées (gala, tombola, défile de miss et conférence) ainsi que les petits ateliers de confection de gâteaux et de confiture de plaquemine mis en place, mais surtout pour acheter le fuit qui fait l'objet de cette occasion, et selon un de représentant de l'association de tala Ouguellid Mr S.DJEBARI, 12Qx et 60 kg ont était vendu au prix de 400da/kg, ajouter a cela les ventent effectuées en dehors de la fête, présentant ainsi une occasion pour les habitant de la commune d'en tirer profit.

3.2. La fête du miel :

La fête du miel est organisée par les jeunes de l'association culturelle locale Tajadith en collaboration avec l'Assemblée populaire communale (APC) de Maâtkas a Tadjdiout un des villages de la daïra lors de la période de notre enquête cette manifestation a réuni des dizaines d'apiculteurs venus de plusieurs communes des wilayas de Tizi-Ouzou, de Bouira et de Boumerdès.

Cette fête est a pour objectifs de mettre en avant la culture apicole et mettre en évidences les techniques et les savoirs faires ancestral que les apiculteurs de la Maatkas se transmettent et qui permettent la production de ce miel propre a la région et que tant de personnes affectionnent, c'est aussi une occasion pour informer les consommateurs sur les pièges dans les quels ils peuvent tombe durant leur achats de miel, en effet beaucoup de vendeurs

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

prétendent vendre un miel pur, en cette fête les visiteurs sont lors guider et conseiller pour l'achat d'un miel pur , de qualité et surtout le plus approprié a leur besoins et leur exigences, c'est aussi une occasion pour les apiculteurs de vendre leur produit au meilleurs prix, durant notre enquête on as pu estimer le prix moyen d'un litre de miel et qui est de 400DA le kilogramme, une rente acceptable pour les producteurs.

3.3. La fête de l'huile d'olive :

A cote de celle du miel l'association Tajadith organise aussi la fête de l'huile d'olive au village d'Ath Zaim dans la daïra de Maatkas toujours en collaboration avec l'Assemblée populaire public de cette daïra, dont l'objectif est la protection du patrimoine oléicole de la région et la labellisation de l'huile d'olive de Kabylie.

L'organisation a compte cette année 20 participant dans le domaine oléicole parmi ses producteurs d'huile d'olive on as pu s'entretenir avec Mr Abdelli et Mr Akkouche qui détiennent des huileries et dont leur huile d'olive est labialisée, et qui, selon eux la culture oléicole dois êtres prise en considération que l'olivier doit être d'avantage préserver et vulgariser , mais aussi d'entier les bonne technique de culture et d'extraction d'huile a fin que ses derniers bénéficient d'un meilleur rendement et d'une meilleure qualité d'olive et de sont huile.

A l'occasion de cette fête les exposants d'huile d'olive essayi de vendre le plus de litres possible a fin d'en tirer profit sachant que le litre étaient vendu 750Da un prix qui reste abordable contenus de la difficulté des conditions de récolte.

4. Commercialisation, valorisation et de labellisation des produits :

Malgré les fêtes organiser ainsi que les formations mise en œuvre pour une l'amélioration des technique de l'exploitation des ce différentes, et les productions importantes des ces produits notamment d'huile d'olive toutes fois ces derniers ce buent a certains contraintes qui rendent leur commercialisation difficile et leur labellisation quasiment impossible.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

Tableau n°12 : destination des produits étudiés

Destination des produits	Miel	plaquemine	Huile d'olive
exploitation	10	7	8
Echoppe	5	6	0
Marché	2	4	2
Foire	3	3	4
Supermarché	0	0	3
Marché spécifique	0	0	3

Source : établi par nous même d'après les données recueillis dans l'enquête.

De part le tableau on remarque que la commercialisation au sein des marche spécifiques ou des supermarchés des produits choisis sont quasiment inexistante sauf pour l'huile d'olive qui compte 3/20 des exploitants commercialisent leur huile dans les marches dédié a l'huile d'olive local et international et dans les rayon de supermarché, on note que la majorité des exploitants des différents produits vende leur produits au sains de leur exploitation avec 10 exploitants pour le miel 7 pour la plaquemine et 8 pour l'huile d'olive, chose qui ce justifie par le manque de confiance des consommateurs qui préfère acheter directement du producteur. On note aussi que certains exploitants exposent leur produits sur dans des échoppes notamment pour le miel qui copte 5exploitants et la plaquemine avec un nombre de 6 exploitants, une commercialisation qui s'effectue via un intermédiaire et qui joue sur le pris du produit.

4.1. Contrainte liée à la commercialisation :

Nous avons notes durant notre enquête que les produits que nous avons choisis sont présent en quantité assez importante sur le territoire de Tizi ousou (a défaut de la plaquemine) et dans la région d'étude toutefois les ventes restent discrètes pour cause :

- Manque du pilotage par l'Etat, les exploitations appartenant aux particuliers (familles) dans le cadre de l'agriculture familiale, paysanne, vivrière, traditionnelle ;
- Cherté des produits en comparaison avec le salaire moyen d'un citoyen, faisant de la consommation de certains produits comme un luxe (le cas du miel) ;
- Manques de marchés organisés pour la commercialisation des produits ;
- Manque de réseau d'exportation des produits ;

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

- Manque d'établissement chargé de vente et de distribution assuré
- Manque des moyens de stockage et de conditionnements des produits notamment la plaquemine qui est un fruit a caractère périssable ;
- L'insuffisance d'appuis dans la formation et de la promotion des apiculteurs et arboriculteurs ;
- Absence de publicité et d'études de marché ce qui influe sur la compétitivité ;
- Existence de plusieurs intermédiaires (vendeurs de détail) tirent beaucoup de profits, qui influe sur le prix des produits.

4.2. Contraintes de labellisation :

Durant notre enquête on a s'apercevoir que la majorité des produits n'étaient pas labéliser 3/20 oleofacteurs détienne une huile labélisée et seulement 1/20 dispose d'un miel labélisé en revanche la plaquemine n'est qu'a ses début d'exploitation et ne répond pas aux normes de qualité imposer.

- La préservation et la labellisation des produits de terroir en Algérie n'est pas une priorité des pouvoirs publics ;
- Désengagement des agriculteurs détenteurs de savoir-faire en matière d'agriculture et d'artisanat à transmettre leur expérience et à former les jeunes pour préconiser le patrimoine agricole, artisanal national.
- Manque de moyens financiers et moyens matériels pour la production d'un produit de qualité.

4.3. Contrainte liées à la valorisation :

Durant notre enquête, et de part les renseignements qu'on a pu obtenirent de part les exigences et la commercialisations des produits, on a pu s'apercevoir que la culture des ces trois produits à savoir l'huile d'olive, le miel et la plaquemine sont générateurs de rente et d'opportunité d'emplois.

En effet l'investissement dans ces cultures pourras être très avantageux pour les personnes cherchons une source nouvelle ou supplémentaire de revenu, mais a long terme et avec évolution peur devenir une rente pour la localité et de cette dernière avec la création d'emplois. A titre d'exemple Les huileries : « AKKOUCHE » qui dispose de 14 ouvriers, celle de « ABDELLI » 10 personnes et celle de « RAIB » qui compte 11 effectifs. Elles constituent donc de vraies entreprises créatrices d'emploi.

Toute fois la culture apicole et celle de plaquemine reste des exploitations familiales et cela est causes par :

- Le désintéressement des jeunes pour les activités agricoles, ce qui engendre le manque d'apprentis.
- Manque des Superficies Agricoles Utiles (SAU) et de surface d'exploitation ;

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

- Manque de formation, vulgarisation et les moyens d'entretien des arbres et des ruches ;

5. Les organes contribuant à la valorisation des produits d'études :

On désigne les différents contribuant dans le développements des culture agricole et apicole, passant des exploitant aux associations communale jusqu'à aux instituts et organisme au niveau de la wilaya.

5.1. Les Chambres d'Agricultures des Wilaya (CAW)

sont des établissements publics à caractère industriel et commercial placés sous la tutelle du Ministre chargé de l'agriculture, les CAW regroupent des agriculteurs, des associations professionnelles et des coopératives agricoles, elles permettent la coordination, l'information et l'échange entre leurs membres et les institutions publiques. Elles élaborent les programmes en collaboration avec les DSA, tels que :

- Les programmes de formation et de perfectionnement des agriculteurs et des vulgarisateurs.
- L'organisation des activités d'animation et de concours au niveau local ;
- La coordination et l'évaluation des activités de vulgarisation.

5.2. La Direction des Services Agricoles (DSA) :

Est une structure administrative AYANT pour tâche essentielle, la mise en œuvre des prérogatives du ministère au niveau de la wilaya, notamment celle qui est relative au développement de l'activité agricole et l'amélioration des potentialités existantes. Chaque wilaya dispose en moyenne de 6 à 20 subdivisions, selon la spécificité et l'étendue de la surface agricole et chaque subdivision couvre de 1 à 8 communes en moyenne 5.

5.3. Représentants agricoles dans le domaine commun :

Un agent communal de vulgarisation (ACV) est présent au niveau de chaque commune, au moins une fois par semaine. C'est le représentant d'institutions publiques, le plus proche des agriculteurs. Ce vulgarisateur est formé aux techniques de communication et bénéficie de formations et d'actualisations fréquentes dans les domaines techniques et de vulgarisation.

6. Recommandations de la DSA pour la valorisation des filières arboriculture et apicole :

Dans le but d'améliorer et de développer les filières apicole et arboricole un ensemble de recommandations on était données aux organismes s'occupants de ses filières:

6.1. Pour la chambre d'agriculture

Les principales actions prioritaires proposées pour la mise à niveau des filières dans la wilaya de Tizi-Ouzou sont les suivantes :

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

- Labellisation de certains produits de terroir des régions de Maatkas ;
- Organisation de foires agricoles, d'ateliers et de tables rondes pour la promotion des productions agricoles ;
 - Initier les agriculteurs apicole et arboricole à s'organiser en associations et en coopératives et pour introduire les bonnes pratiques plantation, drainage ,cueillettes, essaimage etc..
 - Instaurer des prix pour les meilleurs agriculteurs et la meilleure qualité de produit.

6.2. Pour l'ITMAS

Les principales actions prioritaires proposées pour la mise à niveau de la filière dans la wilaya de Tizi-Ouzou sont les suivantes :

- Assurer les formations aux agriculteurs sur tous les thèmes proposés ;
- Création d'exploitation-pilot et de démonstration pour les acteurs.

6.3. Pour l'université :

Les principales actions prioritaires proposées pour la mise à niveau des filières dans la wilaya de Tizi-Ouzou sont les suivantes : Apporter un suivi de tous les thèmes en relation avec les filières exemple :

- amélioration de la qualité du produit,
- valorisation des dérivées du produit,
- Recherche de techniques nouvelles de production.

Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi ousou : cas du miel, de l'huile d'olive eu sein de la daïra de Maatkas ainsi que la plaquemine dans la commune de Mechtras

Conclusion

La valorisation des produits de terroir en Kabylie, mobilise l'intervention de plusieurs acteurs, qui forment un système de réseaux et de relations formelles et informelles. Ces acteurs participent de différentes manières en créant des associations, des coopératives, des entreprises de terroir, des événements (fêtes locales, salons, etc.),... en faveur de valoriser les trois produits agricoles de terroir : l'huile d'olive, miel et la plaquemine.

Après notre analyse des différentes caractéristiques des produits des entreprises oléicoles et la plaquemine, les spécificités des terroirs de production : Maâtkas, Mechtras. Nous avons remarqué, qu'il y a un grand manque de coopérative dans les deux domaines. De ce fait, nous constatons que pour développer la filière oléicole dans la région de Maâtkas, il faut organiser les oléifacteurs sous forme de coopératives oléicoles, ce qui permet une meilleure production.

A travers les résultats de l'enquête menée auprès des apiculteurs, nous pouvons conclure que le développement de l'apiculture dans la région de Maâtkas est possible et surtout souhaitable, vu que les ressources mellifères sont excellentes par la diversité et l'abondance de la flore mellifère sauvage et cultivée.

Malgré des conditions naturelles favorables, la production de miel dans la Daïra de Maâtkas reste inférieure aux besoins de la demande locale. Malgré les efforts de ces dernières années pour développer et redynamiser l'activité apicole, cette dernière reste vulnérable et menacée par les aléas naturels et victime de l'absence d'organismes professionnels et d'associations apicoles. Par ailleurs, nous pouvons conclure que l'activité apicole offre une perspective pour les jeunes de trouver des postes d'emplois, que ce soit des postes créés dans la filière elle même ou bien des postes ayant un lien avec cette activité tels que : la boiserie, l'industrie cosmétique, l'industrie pharmaceutique...



Conclusion Générale



Conclusion générale

CONCLUSION GENERALE

Dans notre travail de recherche, nous avons dressé la question des produits de terroir comme facteur d'une dynamique territoriale locale, leur valorisation et leur labellisation en application de plusieurs pratiques telles que les fêtes d'une part, et d'autre part par le biais de la formation. Des actions et mesures doivent être entreprises pour pouvoir les labelliser et les valoriser en termes de savoir-faire par les acteurs locaux et leur coordination, concertation pour aboutir à une meilleure dynamique territoriale.

Ces actions peuvent être résumées comme suit :

- Mise en place d'une démarche de qualité efficace de produit à travers des actions de labellisation des produits locaux issus des régions qui permettra de promouvoir ces derniers.
- Une meilleure coordination des acteurs locaux.
- Préconiser des formations selon les besoins exprimés par les acteurs de la filière (agricultures et arboricultures).
- Incitation des agriculteurs à se regrouper en associations, coopératives...
- Création des centres de formation et de vulgarisation.

Parlant d'organisation des acteurs sous forme des associations et/ou coopératives c'est-à-dire avoir un statut juridique, permet au territoire de profiter de tous les avantages que ce mode d'organisation offre une opportunité de décrocher des marchés s'il y aura une véritable prise en charge par les autorités publiques via :

- Résolution de problèmes liés à la production, la consommation, la commercialisation et la mécanisation.
- Concertation des agriculteurs a pour objectif de résoudre les problèmes liés au stockage des produits.
- Encourager le secteur arboricole et apicole avec la mise en place des formations aux jeunes et les inciter à acquérir un savoir-faire et une expérience suffisante.
- L'appui à la commercialisation.

La wilaya de Tizi-Ouzou à l'instar des autres wilayas du pays est d'une incontestable richesse et potentialités créatrices d'emplois en matière de produits de terroir et de l'artisanat.

Actuellement les réglementations et les institutions spécialisées se mettent peu à peu en train de s'opérer en faveur de la promotion des produits de qualité spécifique notamment en prévision de l'ouverture des marchés. Cependant il est nécessaire pour promouvoir les ressources et les produits locaux que les acteurs locaux (les opérateurs des filières de produits

Conclusion générale

de terroir), soient non seulement soutenus mais plutôt appelés pour s'organiser et coordonner les actions. Au terme de ce travail nous sommes parvenus aux résultats suivants :

1. Les produits du terroir couvrent une notion méconnue et ignorée par les autorités locales à Tizi-Ouzou, chose qui est dû principalement au déficit juridique et institutionnel que connaît l'Algérie, bien qu'il existe certaines tentatives mais qui sont non achevées, ajoutant à cela une quasi absence des démarches de labellisation.

2. Sur la base d'une conception du territoire comme conteneur de ressources spécifiques, notamment les produits du terroir, nous avons identifié quelque'un dans un essai d'inventaire, dans lequel on a regroupé les produits agricoles, produits forestiers, produits d'artisanat. Ce dernier nous a montré la richesse et la variété des produits du terroir dans la wilaya. Ces ressources présentent un potentiel riche et offrent la possibilité d'emploi et d'insertion pour plusieurs personnes.

3. En ce qui concerne les dynamiques territoriales dans la wilaya de Tizi-Ouzou, notre recherche nous a permis de découvrir quelques prémices qui se justifient par , l'existence d'un travail salarial au sein de cette cératines filières même s'il est minime, et parfois précaire, et la nécessité de trouver un moyen de collaboration des acteurs entres eux pour avoir un statut juridique à fin d'affronter tous les obstacles rencontrés dans les activités des filières oléicole arboricole et apicole.

En outre, la wilaya offre aussi un terrain propice caractérisé par la solidarité et l'entraide qui sont ancrées dans les pratiques et relations socio-économiques locales chose qui faciliteront la coordination et la prise de décision pour atteindre les objectifs communs et propices à toutes les catégories sociales, et surtout assurer la durabilité.

Ce travail de recherche nous a permis d'apporter une réponse claire à notre problématique et d'affirmer les hypothèses relatives à la valorisation et à la commercialisation dans le cadre d'une coordination des acteurs locaux. Cependant, l'aspect de labellisation et création d'emploi reste très mince notamment pour la plaquemine qui reste n'est culture peu développée au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou sachant que c'est un arbre fruitier demandant une adaptation climatique, agrologique ainsi qu'une maîtrise des techniques de plantation et d'entretien, toutefois la Wilya présente un potentiel agricole important, ce qui peut être une source de valorisation et développement de ce territoire nécessitant l'intervention de l'Etat.

En définitif, nous pouvons dire que les différents résultats auxquels nous sommes parvenu dans ce travail ouvrent la voie vers de nouvelles recherches, notamment vers des études plus approfondies sur la question des produits de terroir et la dynamique qu'ils engendrent dans le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou. En outre la question de labellisation reste toujours ouverte, pour qu'elle soit complétée et approfondie par d'autres recherches.



*Liste des tableaux et
figures*



Liste des Tableaux

Tableau N°01 : Ensemble des définitions des produits de terroir

Tableau N°02 : Evolution de la production des produits étudiés dans la wilaya de Tizi ousou

Tableau N°03 : Effectif animal pour l'année a Maatkas (2020-2021)

Tableau N°04 : Production végétale de la daïra de Maâtkas (2020/2021)

Tableau N°05 : Superficies détenues par la culture fruitière et la production a Mechtras

Tableau N°06 : Evolution de la production d'olives et d'huile d'olive à Maatkas (217/2021)

Tableau N°07 : Indications thérapeutiques des variétés de miel produites au niveau de la daïra de Maâtkas

Tableau N°08 : Production de miel dans les deux communes de Maatkas (2016/2021)

Tableau N°09 : Produits de la ruche

Tableau N°10 : Culture de plaqueminier (2011-2022) sur 1ha de superficie dédiée à la culture fruitière à Mechtras

Tableau N°11 : Produits dérivés de la plaqueminie et le nombre de leurs producteurs sur la totalité des exploitants questionnés

Tableau N°11 : Destination des produits étudiés.

Liste des figures

Figure N°01 : Localisation de la daïra de Maatkas

Figure N°02 : Localisation de la commune de Mechtras.

Figure N°03 : Evolution de la Production de miel dans les deux communes de Maatkas (2016/2021)



Références bibliographiques



Bibliographie

1. Ouvrage :

1. Becattini, G. (1979). Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità d'indagine dell' economia industriale, *Revista di economia e politica industriale*, n°1. In Gumuchian, H., et Pecqueur, B. (2007). *La ressource territoriale*. Paris : ECONOMICA.
2. Beuret Jean-Eudes, Anne Cadoret, *Gérer ensemble les territoires, Vers une démocratie participative*, Editions Charles Léopold Mayer, Fondation de France, 2010, P 228.
3. Courlet, C. (1994). *Nouveaux dynamismes industriels et économie du développement*. IREPD, Grenoble.
4. Colletis-wah et pecqueur 2001, peyrache- Gadean et pecqueur, 2002 ; Argon et Caron, 2004.
5. Debarbieux B., 1999, « Le territoire : Histoires en deux langues. A bilingual (hist-) story of territory » in *Discours scientifique et contextes culturels. Géographies françaises à l'épreuve postmoderne*, Chivallon C., Ragouet P. et Samers M. (dirs.), Bordeaux : Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine.
6. Debarbieux B., 2003, « Territoire », in *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Lévy J. et Lussault M. (eds.), Paris : Belin, p. 910-912. 7.
7. Di Méo G., 1996, *Les territoires du quotidien*, Paris : L'Harmattan.
8. . Greffe, X. (1984). *Territoires de France, les enjeux économiques de la décentralisation*. Paris : édition ECONOMICA.
9. Gumuchian, Grasset, Lajarge, Rout, 2003, Ed, Economica, page, 186
10. Gumuchian, H., et Pecqueur, B. (2007). *La ressource territoriale*. Paris : Economica.
11. Lajarge, R., et Pecqueur, B. (2005). *Ressources territoriales : politiques publiques et gouvernance au service d'un développement territoriale générant ses propres ressources*. Paris : Economica.
12. Le Berre, M. (1992). *Territoires*. Encyclopédie de Géographie. Paris : Economica
13. Le Gall, S., et Beriot, D. (2013). *Orienter la stratégie de l'entreprise vers le territoire : une recherche-action par une approche systémique », vie et sciences de l'entreprise*, n°194 IREA, Université de Bretagne-Sud Vannes. pp27-47.
14. Pesqueux, Y. (2009). *La notion de territoire*. In *Colloque Propedia - Observatoire économique des banlieues*, Paris.

2. Theses et memoires:

1. Amghar, M. (2011). *Conception et mise en œuvre d'un élevage avicole bio en autonomie alimentaire en zone difficile (Kabylie, Algérie)*. Rapport de stage.
2. SAHLI Z, « *Produits de terroir et développement local en Algérie : cas des zones rurales de montagnes et de piémonts* ». Montpellier, CIHEAM, 2009.
3. SALAH MANSOUR Salima, « *Les produits de terroir levier du développement local dans les zones rurales et montagneuses : cas des fromageries artisanales de « Saint Amour » et de « fromagerie Artisanale Fatma Ibersien(FAFI) »* », mémoire de Master2

Option « Développement local, tourisme et valorisation du patrimoine », UMMTO, Septembre 2013.

4. SALAH MANSOUR Salima : « Les produits de terroir levier du développement local dans les zones rurales et montagneuses : cas des fromageries artisanales de « Saint Amour » et de « Fromagerie Artisanale Fatma Ibersien » (FAFI) » ; UMMTO ; Faculté des Sciences économiques, Sciences commerciales et Sciences de gestion ; 2013
5. SERSOUR Cylia « Développement territoriale et valorisation des ressources de la Wilaya de Tizi-Ouzou. Cas des savoirs faire artisanaux » mémoire en vue de l'obtention du diplôme de master en management territoriale et ingénieries de projets option management des services publique territoriaux .2013/201.
6. NGANGOUE NGALI Aimerance, SOULEY INKA Rahamatou. « Artisanat comme vecteur du développement local à Tizi-Ouzou : cas de la poterie de Mâatkas (Kabylie) », UMMTO ; Faculté des Sciences économiques, Sciences commerciales et Sciences de gestion, 2018/2019, page23.
7. ¹ Melle ADANE Feroudja, mémoire du master : « valorisation des produits du terroir par l'initiative locale innovante cas : l'entreprise IFRI OLIVE », UMMTO, 2013, P. 6. 7
8. ¹Mr TALOUANOU Mohamed Faouzi, Thèse de magister ; « Marketing de l'agroalimentaire : Cas des produits de terroir, exemple de Deglet Nous en Algérie » université de d'Oran, 2012 –P. 69.

3. Lois et règlements :

1. Code Wallon de l'Aménagement du Territoire, de l'Urbanisme, du Patrimoine(CWATUP) mis en vigueur par le décret-programme du 12 Décembre 2014 art.117/1 remplaçant l'art.68 des dispositions finales du décret du 24 Avril 2014.
2. Journal officiel de la république algérienne n°36 du 18/07/2013.
3. . Ordonnance 76-65 du 16/07/1976, Art.2.
4. Règlement (CE) N°510/2006 DU CONSEIL DU 20 Mars 2006 relatif à la protection des Indications Géographiques et des Appellations d'Origine des produits agricoles et des denrées Alimentaires, Art.2, 20Mars 2006.

5. Rapports divers :

6. Banat, Améziane Ferguène« Construction territoriale et développement local : l'exemple d'Alep en Syrie », Revue d'Économie Régionale & Urbaine 2009/4 (novembre), p. 683-710.
7. Direction de la culture de Tizi-Ouzou service patrimoine et restauration des monuments historiques
8. Chambre d'agriculture de la wilaya de Tizi-Ouzou.
9. Pesqueux, Y. (2014). De la notion de territoire. Revue prospective et stratégie, éditions APORS, 55-68.
10. Di Meo, G. (1998). De l'espace aux territoires. L'Information géographique, n o 3, 99-110

11. Di Méo, G. (1994). Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle. *Espaces et sociétés*, n° 78, 16-34.
12. M. Sahali Nordine, UMMTO, cours d'économie rurale et agricole.
13. Mme Aknine Roza, UMMTO, cours de Territoire et territorialité.
14. Rapport final, produits du terroir méditerranéen : « conditions d'émergence, d'efficacité et modes de gouvernance », coordonné par Hélène Ibert, juin 2005, page 40, disponible sur <http://femise.iamm.fr>.

4. *Site web :*

1. http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Terroirs_et_origine.pdf
2. <http://femise.iamm.fr>
3. <https://www.cochetfrederic.com/plaqueminiers-kakis.html>
4. <http://arnoldia.arboretum.harvard.edu/pdf/articles/846.pdf>
5. : www.internationaloliveoil.org
6. <http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpert.php>
7. www.fellah-trade.com
8. www.hal-lara.archives-ouvertes.fr
9. www.apiculture.net
10. www.bio-enligne.com
11. www.elmoudjahid.dz



Table des matières



Table des matières

Table des matières

Remerciements	
Dédicaces	
Sommaire	
Liste des abréviations	
Introduction générale	01
 Chapitre I : Territoire : genèse, évolution et prolongement actuelle	
Introduction	05
Section 01 : Fondements théoriques	06
1. Définition du concept territoire	06
2. Le territoire et l'économie, émergence.....	06
2.1. Dimensions du territoire.....	07
2.1.1. Dimension géographique.....	07
2.1.2. Dimension économique.....	08
Section 02 : Systèmes d'acteurs territoriaux	09
1. Définition de la notion d'acteur.....	09
2. La coordination entre les acteurs dans le développement territorial	09
3. La gouvernance territoriale.....	10
3.1. Les protagonistes de la gouvernance territoriale	10
3.2. Les outils de la gouvernance	11
Section 03 : Ressources territoriales entre identification et valorisation	11
1.1. Définition des ressources territoriales	12
1.2. Les caractéristiques fondamentales attribuées à la ressource.....	12
1.3. Les processus pour reconnaître la ressource territoriale	
1.4. Processus d'activation des ressources territoriales.....	13
1.5. Principe de renouvellement de la ressource territoriale	14
2. Classification des ressources territoriales.....	14

Table des matières

• Ressource tangible.....	14
• Ressource intangible	14
2.1. Ressources et actifs génériques	16
2.2. Ressources et actifs spécifiques	16
3. Les étapes de la valorisation de la ressource territoriale	16
3.1. Contribution des ressources au développement territorial	17
3.1.1 La ressource territoriale permet le développement durable.....	17
3.1.2 La ressource territoriale permet la création d'emploi.....	17
3.1.3 La ressource territoriale permet par sa valorisation la création des districts industriels et SPL	17
3.1.4 La ressource territoriale permet par sa valorisation la création des milieux innovateurs	17
Conclusion.....	19
 Chapitre II : Produits du terroir : cadre théorique et formes de valorisation	
Introduction	20
Section 01 : Généralités sur les produits de terroir.....	20
1. Le terroir.....	20
1.1. Définitions du terroir	21
1.2. Terroir et territoire.....	23
1.2.1. Les caractéristiques similaires.....	23
1.2.2. Les caractéristiques différentes	24
1.3. Ressources, compétences et capacités dont disposent les terroirs.....	24
2. Les produits de terroir	24
2.1. Définitions des produits de terroir	24
2.2. Caractéristiques des produits de terroir	26
a. La zone géographique	26
b. Les facteurs naturels.....	26
c. Les facteurs humains	27
d. La tradition	27
e. La capacité de différenciation	27
2.3. Attentes des consommateurs des produits de terroir	27

Table des matières

A. La sécurité alimentaire	27
B. Fabrication artisanale.....	28
C. La typicité.....	28
D. Qualité gustative.....	28
E. Un moyen de consommer de manière responsable	28
Section 02 : Formes de valorisation des produits de terroir.....	29
1. Les dispositifs de valorisation des produits de terroir au niveau globale.....	29
1.1. Appellation d'origine contrôlée.....	29
1.2. Appellation d'origine protégée.....	29
1.3. Indication géographique protégée	29
2. La valorisation des produits de terroir en Algérie	29
2.1. Les lois relatives à la labellisation des produits de terroir.....	30
3. Les événements de valorisation des produits de terroir dans la wilaya de Tizi-Ouzou 31	
3.1. La fête de l'olivier	31
3.2. La fête de la figue de barbarie	31
3.3. Festival culturel de la poterie	31
3.4. Fête de la cerise	32
Section 03 : Les retombés de valorisation des produits de terroirs	32
1. Le développement local.....	33
1.1. Dimension du développement local	33
1.2. Les conditions propices au développement.....	33
1.1.1. L'existence d'une communauté locale.....	33
1.1.2. Le partenariat.....	33
1.1.3. L'existence d'un climat propice à l'action	33
1.1.4. La mobilisation des identités.....	34
2. Les produits de terroirs et la dynamique locale.....	34
Conclusion.....	36
Chapitre III : La dynamique territoriale de la wilaya de Tizi-Ouzou : cas du miel et de l'huile d'olive au sein de la daïra de Maâtkas ainsi que la plaquemine au sein de la commune de Mechtras	
Introduction	37
Section 01 : présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou et les communes d'étude (daïra de	

Table des matières

Maâtkas et commune de Mechtras)	37
1. La wilaya de Tizi-Ouzou : un territoire à fort potentiel de ressources	37
1.1. Données géographiques, économiques et organisation territoriale de la wilaya	37
1.2. Potentialités de développement	38
2. Présentation de la daïra de mâatkas	40
2.1. Les données socioéconomiques	40
3. Présentation de la commune mechtras	41
3.1. Les activités économiques de mechtras	42
Section 02 : Présentation des produits de terroir étudiés et la représentation statistique de leur évolution dans les régions d'enquête	44
1. L'huile d'olive un symbole de Maatkas	44
1.1. Présentation du produit	44
1.2. Conditions, contraintes et recommandations de la culture oléicole	44
a. Conditions géographiques et climatiques	44
b. Contraintes	45
c. Recommandations	45
1.3. Types d'huile d'olive produite à Maatkas	45
a) Huile d'olive extra vierge	45
b) Huile d'olive vierge	45
c) Huile d'olive vierge lampante	45
2. Le miel	47
1.1. Définition du miel	47
1.2. Facteurs géographiques et climatiques	47
a) Conditions géographiques	47
b) Conditions climatiques	47
c) Les moyens utilisés	48
1.3. Type de miel produit à Maatkas	48
a) Miel toute fleurs	48
b) Miel asphodèle	48
c) Miel thapsia	48

Table des matières

d) Miel euphorbe.....	48
e) Miel de jujubier	48
f) Miel d'eucalyptus	48
g) Miel zygophylle.....	48
h) Miel de chardon(le chouk)	48
i) Miel de bruyère	49
1.4. Contraintes et recommandations	51
a) Les contraintes.....	51
b) Suggestions face aux contraintes.....	52
1.5. Les produits de la ruche.....	54
a) Le pollen.....	54
b) La cire.....	54
c) La gelée royale	54
d) La propolis.....	54
3. La plaquemine	55
3.1. Généralités sur la plaquemine	56
a) La plantation.....	56
b) L'espace.....	56
c) La greffe	56
d) Les outils utilisés.....	56
3.2. Les exigences climatiques et géographiques.....	56
a. La température.....	57
b. La lumière	57
3.3. Caractéristiques, contraintes et recommandations	57
a. Caractéristiques	57
b. Contraintes	58
3.4. Les variétés du kaki.....	58
• Plaquemine jiro.....	59
• Plaquemine tomatéro.....	60
• Le kaki vert.....	60
• Plaquemine tipo.....	60

Table des matières

Section 03 : commercialisation et valorisation des produits étudiés dans la wilaya de tizi-ouzou.....	62
1. La formation.....	62
2. L'information	62
3. Les fêtes et les foires	62
3.1. La fête de la plaquemine	64
3.2. La fête du miel.....	64
3.3. La fête de l'huile d'olive	65
4. Commercialisation, valorisation et de labellisation des produits	65
4.1. Contraintes liés à la commercialisation	66
4.2. Contraintes de labellisation	67
4.3. Contraintes liées à la valorisation.....	67
5. Les organes contribuant à la valorisation des produits d'études	68
5.1. Les chambres d'agriculture des wilayas (CAW)	68
5.2. La direction des services agricoles(DSA)	68
5.3. Représentants agricoles dans le domaine commun	68
6. Recommandations de la DSA pour la valorisation de filières étudiées.....	68
6.1. Pour la chambre d'agriculture	68
6.2. Pour l'ITMAS.....	69
6.3. Pour l'université	69
Conclusion.....	70
Conclusion générale	71
Bibliographie.....	73
Liste des tableaux et des figures.....
Tables des matières.....
Résumé.	

Résumé:

Le développement territorial prend en considération les enjeux de l'ensemble des acteurs territoriaux et des potentialités locales (économiques, sociales, politiques, culturelles, ...). Il concerne, tous les territoires, en particulier les territoires ruraux enclins à la dévitalisation et menacés, à terme, de disparition. De ce fait chaque territoire cherche à construire une stratégie de développement se focalisant sur ses propres ressources et ses propres spécificités.

Par ailleurs, les produits terroirs peuvent constituer un capital et une création de valeur économique pour un territoire donné, toutefois plusieurs phénomènes menacent leur disparition, chose qui rend leur valorisation et leur protection comme principale initiative de perpétuation et de développement de ces derniers pour le territoire.

Tel est l'exemple de la wilaya de Tizi Ouzou qui regorge de multiples produits terroirs, tangibles soit ils ou intangibles, mais qui restent en retrait et méconnus de la majeure partie des populations, dans notre cas d'étude pour les deux communes Maâtkas réputée pour le miel et l'huile d'olive ainsi que celle de Mechtras pour la plaquemine.

Mais qui participent à la valorisation des potentialités des localités via des fêtes, des connaissances et savoir-faire traditionnels, qui sont considérés comme protection du patrimoine par le biais de l'apprentissage et la transmission du savoir-faire par le jeu des acteurs locaux, d'abord aux membres de la famille et aux générations futures étrangères à la famille. Ce qui débouche sur un développement durable local et une dynamique territoriale basée sur la création de l'emploi et des mouvements sociaux et culturels de tourisme rural, qui est considéré comme un facteur de valorisation et labellisation des produits de terroir.

Mots clés : développement territorial, produits de terroir, perspectives de valorisation, dynamique territoriale.

Summary:

Territorial development takes into account the challenges of all territorial actors and local potential (economic, social, political, cultural, etc.). It concerns all territories, in particular rural territories prone to devitalization and threatened, in the long term, with disappearance. As a result, each territory seeks to build a development strategy focusing on its own resources and its own specificities.

In addition, local products can constitute capital and create economic value for a given territory, however several phenomena threaten their disappearance, which makes their valuation and protection as the main initiative to perpetuate and develop them for the territory.

Such is the example of the wilaya of Tizi Ouzou which abounds in multiple local products, tangible or intangible, but which remains behind and unknown to the majority of the populations, in our case study for the two Maâtkas communes renowned for honey and olive oil as well as that of Mechtras for the persimmon.

But who participate in the enhancement of the potential of localities through festivals, traditional knowledge and know-how, which are considered as heritage protection through learning and the transmission of know-how through the play of local actors, first to family members and to future generations outside the family. This debauchery on local sustainable development and a territorial dynamic based on the creation of employment and social and cultural movements of rural tourism, which is considered as a factor of valorization and labeling of local products.

Keywords: territorial development, local products, development prospects, territorial dynamics.

ملخص:

تأخذ التنمية الإقليمية في الاعتبار التحديات التي تواجه جميع الجهات الفاعلة الإقليمية والإمكانيات المحلية (الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، إلخ). وهو يتعلق بجميع الأقاليم، ولا سيما المناطق الريفية المعرضة للتدمير والمهددة بالزوال على المدى الطويل. نتيجة لذلك، تسعى كل منطقة إلى بناء إستراتيجية تنموية تركز على مواردها الخاصة وخصوصياتها. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تشكل المنتجات المحلية رأسملاً وتخلق قيمة اقتصادية لمنطقة معينة، ولكن هناك العديد من الظواهر التي تهدد اختفائها، مما يجعل تقييمها وحمايتها بمثابة المبادرة الرئيسية لإدامتها وتطويرها للإقليم. هذا هو مثال ولاية تيزي وزو التي تزخر بالعديد من المنتجات المحلية، الملموسة أو غير الملموسة، ولكنها لا تزال متخلفة وغير معروفة وكذلك مشتراس للكاكي. بالنسبة لغالبية السكان، في دراسة الحالة التي أجريناها عن بلديتي ماتكا المشهورتين بالعسل وزيت. ولكن الذين يشاركون في تعزيز إمكانات المحليات من خلال المهرجانات والمعارف التقليدية والدراية الفنية، والتي تعتبر حماية للتراث من خلال التعلم ونقل المعرفة من خلال مسرحية الجهات الفاعلة المحلية، أولاً إلى أفراد الأسرة وإلى المستقبل أجيال خارج الأسرة. هذا الفجور في التنمية المحلية المستدامة والديناميكية الإقليمية القائمة على خلق فرص العمل والحركات الاجتماعية والثقافية للسياحة الريفية، والتي تعتبر عاملاً من عوامل تثمين المنتجات المحلية ووسمها.

الكلمات المفتاحية: التنمية الترابية، المنتجات المحلية، آفاق التنمية، الديناميكيات الإقليمية.