

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la recherche Scientifique
Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou
Faculté de sciences Biologiques et des sciences agronomiques



MÉMOIRE DE MASTER II

Spécialité : Biologie

Option : Oléiculture / Oléotechnie

Présenté par : OUFERHAT- AIT HAMLAT Naïma

Les contraintes de la filière Huile d'Olive en Algérie, Cas de la Wilaya de Bejaia ; Commune d'Ighil Ali

Devant le jury, composé de :

Président : M^r KELLOUCHE.A, Professeur à l'UMMTO

Promoteur : M^r DOUFENE.H Maitre, Assistant à l'UMMTO

Examinatrice : M^{elle} BOUDI. M, Maitre Assistante à l'UMMTO

Examinatrice : M^{me} KOURABA. F, Maitre Assistante à l'UMMTO

Septembre 2015

Remerciements

*J'adresse mes remerciements à Monsieur le Directeur de l'INRAA, **Professeur Fouad CHEHAT**, pour m'avoir autorisé et encouragé à faire ce Master*

Je tiens à adresser mes vifs remerciements à tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ce travail à savoir :

*Monsieur **H. DOUFEN** pour son encadrement efficace grâce à ses orientations et conseils.*

*Monsieur **A. KELLOUCHE**, responsable du Master pour son indulgence, durant les deux années de Master ; et aussi pour m'avoir honoré en acceptant d'être président de jury*

*Mesdames **M. BOUDI** et **F. KOURABA** pour avoir pris la peine d'examiner le présent Mémoire*

*Monsieur **K. SIFER** pour son aide très précieuse*

*Monsieur **A. FARRAH**, chercheur à l'INRAA pour son aide et son soutien.*

*Monsieur **S. CHOUAKI**, Directeur Adjoint à l'INRAA et Directeur de la Division Agro systèmes de Montagnes pour ses orientations et sa compréhension*

*Mes remerciements vont aussi à **tous les acteurs** rencontrés sur le terrain pour m'avoir facilité la tâche et permis de réaliser ce modeste travail.*

Dédicaces

Je dédie ce Mémoire :

À mes chers parents,

À mes frères et sœurs

À ma belle-famille

À mon mari et mes deux princesses Aniesse et Sérine

Ainsi qu'à mon amie Sarah Ikhlef

Liste des abréviations

ALGEX: Agence Algérienne de la promotion des Exportations

CAW: Chambre Agricole de Wilaya

COI: Conseil Oléicole International

DIVECO: Programme d'appui à la Diversification de l'Economie

DPSB: Direction de la Programmation et du Suivi Budgétaire

DSA: Direction des Services Agricoles

ENSA: Ecole Nationale des Sciences Agronomique

FIO: Fédération Internationale de l'Oléiculture

FNDIA : Fonds National de Développement de l'Investissement Agricole

FNRPA : Fonds National de Régulation de la Production Agricole

GIZ: Agence Allemande pour la coopération technique

INRAA: Institut National de la Recherche Agronomique d'Algérie

ITAFV: Institut Technique d'Arboriculture Fruitière et de la Vigne

MADR: Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural

MIM: Ministère de l'Industrie et des Mines

OMC: Organisation Mondiale du Commerce

PNDA: Programme National du Développement Agricole

PRAR: Politique du Renouveau Agricole et Rural

PRCHAT: Programme de Renforcement des Capacités Humaines et de l'Assistance
Technique

UE: Union Européenne

USDA: Département de l'Agriculture des Etats-Unis

Liste des tableaux

Tableau n°1: Evolution des exportations d'huile d'olive

Tableau n°2 : Consommation de l'huile d'olive des pays producteurs

Tableau n°3: Consommation de l'huile d'olive des pays non ou peu producteurs

Tableau n°4: Les superficies oléicoles des wilayas du Centre et de l'Est spécialisées dans la production d'huile d'olive pour l'année 2013

Tableau n°5: Evolution du nombre d'oliviers en Algérie (2002-2013)

Tableau n°6: Evolution de la production oléicole par rapport à l'objectif à réaliser en 2015

Tableau n°7 : la production d'huile d'olive par les différentes subdivisions de la wilaya de Bejaia durant la campagne 2013/2014

Tableau n°8 : Répartition générale des terres de la wilaya de Bejaia

Tableau n°9: Potentialités en eau de la wilaya de Bejaia

Tableau n°10 : Mobilisation et exploitation de la ressource hydrique

Tableau n°11 : Principales productions de la wilaya de Béjaia (Campagne : 2009/2010)

Tableau n°12 : Les cultures menées en irrigué

Liste des figures

Figure 1 : Production mondiale d'huile d'olive (1000 tonnes)

Figure 2 : La part des pays oléicoles dans la production mondiale d'huile d'olive (%) (2013-2014)

Figure 3 : Evolution de la production de certains pays producteurs, campagnes oléicoles (2012/2013 et 2013/2014)

Figure 4 : Les exportations d'huile d'olive par les pays producteurs durant deux campagnes '2012-2014'

Figure 5 : Consommation mondiale d'huile d'olive durant les campagnes 2012/2013 et 2013/2014

Figure 6: Rapport entre consommation et production d'huile d'olive en 2012/2013

Figure7: la part de l'huile d'olive dans la production et consommation mondiale des huiles végétales

Figure 8: Occupation des sols (Wilaya de Béjaia)

Figure 9: Taux de participation des subdivisions à la production d'huile d'olives totale de la wilaya de Bejaia

Figure 10: Parc huilerie de la Wilaya de Bejaia 2014

Liste des Schémas :

Schéma 1: schéma actuel de la filière oléicole

Schéma 2: arbre des contraintes focus group 1

Schéma 3: arbre des contraintes focus group 2

Schéma 4: arbre des contraintes focus group 3

Schéma 5: arbre des contraintes focus group 4

Schéma 6: schéma type de la filière huile d'olive

Schéma 7: arbre des contraintes VS arbre des objectifs focus group 1

Schéma 8: arbre des contraintes VS arbre des objectifs focus group 2

Schéma 9: arbre des contraintes VS arbre des objectifs focus group 3

Schéma 10: arbre des contraintes VS arbre des objectifs focus group 4

Schéma 11 : Tracé du circuit de commercialisation de l'huile d'olive

Sommaire

Introduction et problématique	1
Chapitre I : Concepts et définitions	2
1.1. Définition des concepts	2
1.1.1. Approche Filière agro-alimentaire	2
1.1.2. Approche participative	2
1.1.3. Arbre des contraintes ou arbre des problèmes.....	3
1.1.4. Arbre des objectifs.....	4
1.1.5. Brain-storming.....	4
Chapitre II : La filière huile d'olive au niveau international	6
2.1. Le verger oléicole mondial.....	6
2.2. La production Mondiale d'huile d'olive.....	6
2.3. La réglementation.....	7
2.4. Les pays producteurs	7
2.5. Evolution des exportations d'huile d'olive des pays oléicoles	9
2.6. La consommation mondiale de l'huile d'olive	10
2.6.1. Les pays producteurs et consommateurs	11
2.6.2. Les pays consommateurs non ou peu producteurs	12
2.7. Comparaison entre production et consommation de certains pays producteurs.....	12
2.8. La part de l'huile d'olive dans la production et consommation mondiale des huiles végétales ..	13
Chapitre III : La Filière d'huile d'olive en Algérie et dans la wilaya de Béjaïa.....	15
3.1. Historique et dimension sociale.....	15
3.2. Situation actuelle	17
3.2.1. Le verger oléicole.....	18
3.2.2. Evolution des superficies.....	19
3.2.3. La production nationale d'huile d'olive.	20
3.2.4. Transformation	20
3.2.5. Commercialisation.....	21
3.2.6. Exportation d'huile d'olive.....	21
3.2.7. Importations d'huile d'olive	22
3.3. La filière oléicole dans la wilaya de Béjaïa.....	22
3.3.1. Les productions d'huile d'olive dans la wilaya de Bejaïa	23

3.3.2. Transformation	24
Chapitre IV : Monographie de la zone d'étude	26
4.1. Présentation de la wilaya de Bejaïa et de ses potentialités :	26
4.1.1. Répartition spatiale de la superficie agricole utile.....	26
4.1.2. Les ressources hydriques	27
4.1.3. Le climat.....	28
4.1.4. Les ressources agricoles	29
i. Occupation du sol.....	29
ii. Les productions agricoles.....	29
iii. Répartition de la superficie irriguée par groupe de culture	29
4.1.5. Principales industries.....	29
4.1.6. Formes et modes d'organisation des agriculteurs	30
4.2. Approche méthodologique	30
4.2.1. Démarche	31
4.2.2. Principaux outils de diagnostic et d'analyses	31
CHAPITRE V: Résultats et discussions.....	32
5.1. Présentation des résultats.....	32
5.1.1. Organisation actuelle de la filière huile d'olive	32
5.1.2. Identification des contraintes de la filière	33
5.2. Analyse et discussion	39
5.2.1. Filière organisée de l'huile d'olive	39
5.2.2. Analyse et discussion du focus group 1	41
5.2.3. Analyse et discussion du focus group 2	Erreur ! Signet non défini.
5.2.4. Analyse et discussion du focus group 3	42
5.2.5. Analyse et discussion du focus groupe 4.....	42
5.3. Arbre des objectifs.....	43
5.4. Le Tracé du circuit de commercialisation	48
Conclusion générale	49

Résumé

L'Algérie est un pays producteur d'huile d'olive, mais la consommation moyenne nationale est très faible, elle tourne autour de 0,8 litre par habitant par an. En effet le marché national n'est pas saturé, alors que les exportations restent très faibles. Ceci nous a conduits à mener une étude au niveau de la wilaya de Béjaia (d'Ighil Ali), afin d'apprécier le niveau de performance de la filière huile d'olive, à travers l'identification et l'analyse des contraintes.

Les outils méthodologiques utilisés (arbres de contraintes, arbres des objectifs) nous ont permis d'identifier les principales contraintes entravant le développement de la filière huile d'olive.

Les résultats de l'analyse, nous ont conduits à identifier entre autres, le maillon qui nous semble le plus important et qui fait actuellement défaut, à savoir un réseau industriel performant pour la production et le conditionnement d'une huile de qualité répondant aux normes internationales.

Mots clés : Filière huile d'olive, sécurité alimentaire, développement rural, commercialisation, développement de l'oléiculture

Summary

Algeria is a producer of olive oil, but the national average consumption is very low, it turns around 0.8 liters per capita per year. Indeed, the domestic market is not saturated while exports remain very low. This led us to conduct a study to assess the level of olive's oil performance sector, through the identification and analysis of stresses at the wilaya of Bejaia.

The methodological tools used (tree of constraints and objectives tree) allowed us to identify the main constraints upstream and downstream activities impeding it's development.

The results of the analysis led us to identify among others the segment which we feel the most important and which is currently lacking, namely a high-performance industrial network for the production and packaging of quality oil that meets international standards

Key words: olive's oil sector, food security, rural developement, marketing, développement of oil production

08	يوافق	الاستهلاك	لزيت الزيتون
	شبه	بينما	غير
تحديد تحليل	أدائها،	زيت الزيتون،	القيام
	(الأهداف)	نقيم	ولاية بجاية (بلدية أغيل المنهجية
)	تنمية هذه
يعتبر أنه الأهم	زيت الزيتون	بينها تحديد	التحليل
		صناعية عالية	و هو
		للمعايير الدولية.	يفتقر إليه
		عالية	والمهم

Introduction et problématique

L'huile d'olive représente, un gisement important appelé l'or vert ou l'or liquide. Cette appellation est justifiée par une augmentation vertigineuse de la production mondiale d'huile d'olive répondant à une demande grandissante, ayant doublées durant les deux dernières décennies. L'Algérie, est un pays oléicole mais n'arrive pas à intégrer la dynamique créée au sein du marché international à l'inverse des pays voisins tel que la Tunisie et le Maroc.

L'Algérie connaît une augmentation sensible de la production d'huile, néanmoins la consommation moyenne demeure très faible, elle tourne autour de 0,8 l/ha/an et les exportations sont presque inexistantes malgré les efforts de l'Etat.

En effet, après 15 années d'efforts considérables consentis par l'Etat Algérien, la filière oléicole n'arrive toujours pas à atteindre les objectifs planifiés en termes de commercialisation tant au niveau national qu'international. L'augmentation des surfaces oléicoles, le soutien et l'encadrement des producteurs ainsi que la mise en place de certains mécanismes par la recherche, n'ont pas été suffisants pour la structuration et l'organisation de la filière.

Ceci nous conduit à poser la question principale suivante : "**Quelles sont les contraintes qui entravent l'émergence d'une filière moderne, performante et durable ?** "

Pour tenter de répondre à cette question, nous avons émis les présomptions de réponse (hypothèses) suivantes :

- L'Etat n'a pas mis les moyens et le cadre institutionnel adéquat en faveur de la structuration d'une filière oléicole moderne ;
- Absence d'Organisations professionnelles au niveau des territoires ;
- Faible structuration des circuits commerciaux.

Pour réaliser notre étude, nous avons adopté le plan suivant :

- Définitions des concepts et approches,
- Généralités sur la filière huile d'olive dans le monde, en Algérie et dans la wilaya de Bejaïa,
- Matériel et méthodes,
- Résultats et discussion,
- Conclusion

Chapitre I : Concepts et définitions

1.1. Définition des concepts

1.1.1. Approche Filière agro-alimentaire

L'ICRA¹, explique dans son cours que la filière agro-alimentaire est constituée par l'ensemble des opérations, flux, entreprises et institutions qui concourent à la mise sur le marché de consommation et d'exportation des produits élaborés à partir d'un produit agricole déterminé.

Selon MALASSIS, 1979 in "Performance et analyse économiques de la filière huile d'olive dans quelques communes de la Wilaya de Bouira (Aghbalou, Saharidj, El Esmam, El Adjiba et Bechloul), (2013)", la filière se rapporte à l'itinéraire suivi par un produit (ou un groupe de produits) au sein de l'appareil agro-alimentaire; elle concerne l'ensemble des agents (entreprises et administrations) et les opérations (de production, de répartition et de financement) qui concourent à la formation et au transfert du produit jusqu'à son stade final d'utilisation, ainsi que les mécanismes d'ajustement des flux des facteurs et des produits le long de la filière et à son stade final².

Comme le note HUGON³, 1992 "les filières peuvent être utilisées de manière empirique, sur le plan technico-économique : processus techniques de transformation des produits ou de chaînes, de manière comptable, sur le plan économique : interrelations entre agents et interrelations sectorielles,... pluralité des acteurs et des stratégies, modes d'organisation et de régulation".

1.1.2. Approche participative

L'approche participative désigne l'intervention directe des habitants dans la définition, la problématisation et la gestion des affaires publiques (Carrel, 2008)⁴. Elle s'apparente à la volonté d'accéder à un processus de transformation sociale du point de vue écologique et économique ; la manière de la concrétiser doit, par conséquent, être adaptée au contexte local (Morgane, 2001)⁵. Elle permet à la population d'être le principal auteur de développement de

¹ICRA: Centre International pour la Recherche Agricole orientée vers le développement. Le cours ICRA/ par Hal Mettrick;

² Malassis.L (1979). "Economie agro-alimentaire" Tome I. BEKKAKRIA. D in : Performance et analyse économiques de la filière huile d'olive dans quelques communes de la Wilaya de Bouira (Aghbalou, Saharidj, El Esmam, El Adjiba et Bechloul), (2013). Master of Science, Diplôme de hautes études du CIHEAM

³Hugon (1992): La méso-économie institutionnelle et l'agriculture africaine: le cas de la filière coton. XIIIème séminaire d'économie et de sociologie rurale, CIRAD, 7-8-9 septembre 1992.

⁴ Carrel, 2008: la démocratie participative dans les quartiers populaires, obstacles et leviers dans les Cahier du Pole

⁵ Morgane, 2001 l'approche participative fondements et principes théoriques application a l'action humanitaire

son terroir en exprimant clairement leurs problèmes, leurs besoins, leurs obstacles et leurs opportunités. Ce processus permet à la population d'identifier, prioriser et planifier les actions de développement locales et offre une conjoncture pour créer un changement pragmatique dans la gestion des ressources naturelles.

La mise en œuvre de l'approche participative dans les projets de recherche-développement nécessite la maîtrise de certains outils de communication et l'adaptation d'une méthode d'application et de suivi/évaluation (Amri, 2010)⁶. L'intérêt donc de réaliser l'approche participative est de prendre en compte les idées des citoyens qui ont « des choses essentielles et pertinentes à nous apprendre, parce qu'ils sont porteurs d'une expertise d'usage, indispensable à la réussite des projets qui les concernent »⁷.

1.1.3. Arbre des contraintes ou arbre des problèmes

L'analyse des problèmes a été définie (GIZ, 1983)⁸ comme une série de techniques qui comprend :

- l'analyse des circonstances qui entourent un problème donné,
- l'identification des principaux problèmes, ainsi que le problème central posé par la situation, et
- la représentation visuelle des rapports de cause et d'effet sous la forme d'un arbre de problèmes.

C'est un outil méthodologique qui permet de schématiser pour mieux analyser une situation problématique. Réfléchir aux relations de causes à effet entre les différents facteurs qui sont à l'origine des problèmes constatés. Chaque arbre concerne un problème central. On peut réaliser autant d'arbres que de problèmes à traiter.

Donc, le point de départ de l'analyse des problèmes devrait être l'identification du plus grand nombre possible de problèmes apparentés, ainsi que de leurs causes respectives.

Il est bien évident que, dans toute analyse d'une filière agro-alimentaire, les problèmes varient selon le type de participant. Les producteurs, par exemple, auront surtout des problèmes qui se

⁶ Amri, 2010 ; Mise en œuvre de l'approche participative comme outil de planification locale

⁷Chouaki and al ; Situation et perspectives du développement rural en zone de montagne (massif des Bibans) 2006.

⁸ GTZ, 1983, in Chapitre 5 - Comment identifier les solutions des problèmes, <http://www.fao.org/>

rapportent à la terre, à la main-d'œuvre, aux informations, aux ressources financières, aux techniques culturelles, à la gestion, aux marchés, et ainsi de suite. Les problèmes des producteurs sont susceptibles de couvrir toute la gamme de la filière, depuis la planification jusqu'à la commercialisation.

Les problèmes éprouvés par les intermédiaires et les commerçants commencent au niveau de la ferme, bien que les causes des problèmes se relient souvent à des facteurs pré-récolte. Les catégories de problèmes qui influencent les intermédiaires seront probablement ceux qui sont liés aux fonds d'exploitation, aux communications avec les fournisseurs, à la régularité de l'approvisionnement, à la qualité des produits, à l'infrastructure, aux matériaux de conditionnement, et au transport.

Les institutions du secteur public sont en proie à des contraintes internes causées par la politique locale, le manque de personnel, des ressources insuffisantes, des politiques publiques contradictoires, des dirigeants indifférents, et encore d'autres. Le fait que les groupements de producteurs et les autres organisations du secteur privé ne réalisent pas leurs buts est peut-être attribuable à la mauvaise gestion et l'administration inefficace, ou bien à des problèmes de personnel, de fonds de roulement, d'infrastructure, de matériel, etc.

Plus l'analyse de la filière est approfondie, plus le nombre de problèmes et de causes sera grand. Le but de la description détaillée d'une filière est l'établissement d'une source d'informations qui serviront de base pour l'identification des problèmes. Si chaque membre de **l'équipe interdisciplinaire** est expérimenté et compétent dans son domaine d'expertise, et si la description de la filière est assez détaillée, les conditions seront favorables pour ce qui s'appelle le brainstorming, c'est-à-dire, une séance vouée à l'échange des idées sur les problèmes.

1.1.4. Arbre des objectifs

L'analyse des objectifs est le processus selon lequel les problèmes se transforment en objectifs ou buts que les activités peuvent viser. Ce processus comprend également l'analyse des objectifs afin de déterminer s'ils sont praticables et susceptibles d'être réalisés⁹. L'arbre à objectifs vise donc à dégager de façon concertée les objectifs d'une intervention permettant de

⁹ FAO. Une méthode d'évaluation des filières agro-alimentaires. SD ; <http://www.fao.org/wairdocs>

traiter le problème analysé et à déterminer les activités à mener pour résoudre le problème. D'une manière générale, on ne s'intéresse qu'aux causes du problème pour définir les solutions.

1.1.5. Brainstorming

Appelé également remue-méninges au Québec, réunion-ruche en Suisse, son *principe de base* c'est la *génération d'idées par un groupe de personnes en un minimum de temps car "on est plus intelligent à plusieurs que seul"*.

Le brainstorming est une technique « l'utilisation du cerveau pour attaquer un problème ». Dans le brainstorming, la synergie résulte de l'arrimage rendu possible par le pouvoir d'association des idées de chacun de ses membres. Si, individuellement, une idée peut nous mener à une autre idée, en groupe, le même phénomène se reproduit et la conjugaison de ces pouvoirs multiplie la créativité du groupe selon une courbe exponentielle.

Chapitre II : La filière huile d'olive au niveau international

2.1. Le verger oléicole mondial

La surface totale occupée par l'olivier est d'environ **11 millions d'hectares** plantés de près de **1,5 milliards de pieds**. L'Union européenne représente 50 % de ce verger, l'Afrique (Afrique du Nord) 25 %, le Moyen- Orient 20 %, le reste se répartit entre l'Amérique (Californie, Chili, Argentine...), l'Australie et la Chine¹⁰.

Près de 82 % de ces vergers sont de type «traditionnel» où 59 % sont situés en Europe et 29 % en Afrique / Moyen-Orient.

Par ailleurs, l'olivier en irrigué, ne représente que 22% du verger oléicole mondial, localisé en grande partie dans l'Europe et plus spécialement en Espagne avec plus de 712 000 ha conduits en irriguée¹¹. C'est essentiellement aussi en Espagne, que l'orientation vers l'intensif (400 arbre/ha) et l'hyper intensif (2000 arbre/ha) est de plus en plus constaté.

2.2. La production Mondiale d'huile d'olive

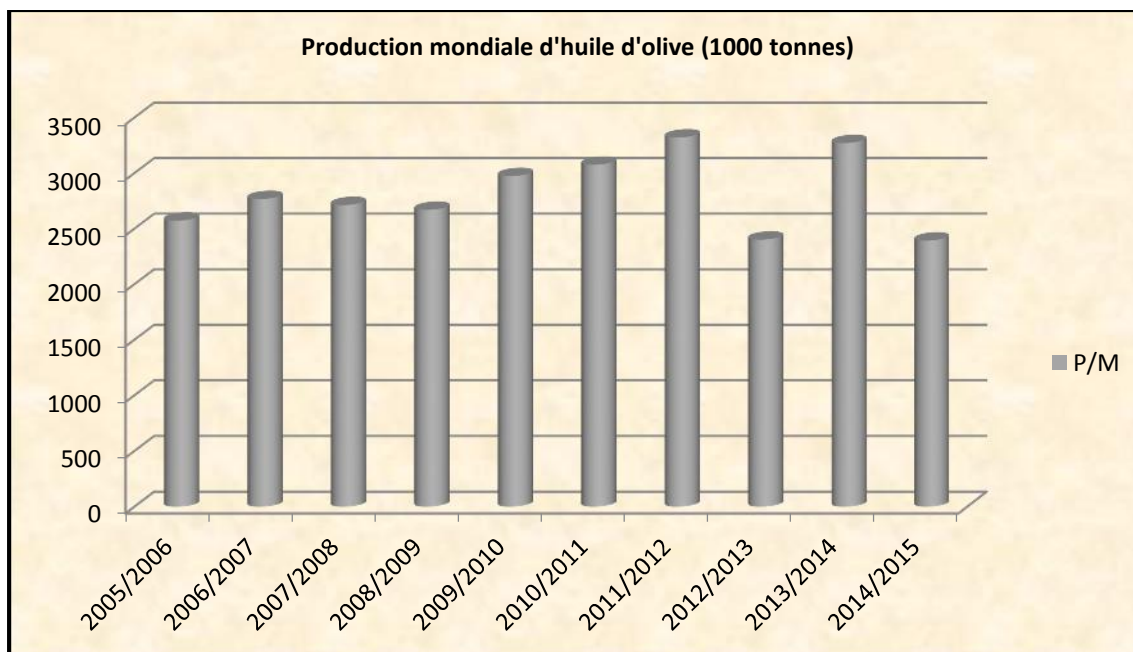
La production mondiale d'huile d'olive a évolué durant ces deux dernières décennies. En effet, durant la décennie 1990 elle s'est établie à 2.1 millions de tonnes en moyenne, alors que durant la décennie 2000 cette quantité s'est rapprochée de 3 millions de tonnes, avec des fluctuations (Figure 1). L'industrialisation de la filière oléicole a fait doubler la production mondiale de l'huile d'olive, mais la majeure partie de ces quantités sont maîtrisées par quelques pays de la méditerranée. Au niveau de la répartition géographique des producteurs, le pourtour méditerranéen fournit plus de 95 % d'huile d'olive au niveau mondial¹², fournies par les **6 700 000 familles** qui possèdent des oliviers dans le monde (soit 1,67 ha / famille en moyenne)¹³

¹⁰"Le marché mondial de l'huile d'olive" (mars 2013 N°20) Association Française Interprofessionnelle De l'OLive - AFIDOL (Mars 2013, N°20) www.huilesetolives.fr/www.afidol.org

¹¹ Observatoire National des Filières Agricoles et Agroalimentaire Mai 2014-N°01 "marché international de l'huile d'olive"

¹² SAIDI.A 2011, "les systèmes agroalimentaires localisés face à l'insécurité alimentaire : Le cas du Système Oléicole dans l'Espace Saïs-Meknès au Maroc" (pour obtention d'un doctorat à l'université de Grenoble)

¹³Le marché de l'huile d'olive et des olives : situation & perspectives, (2012). Association Française Interprofessionnelles De l'OLive. Alexandra PARIS – Responsable communication & économie



Source : COI, 2014

Figure 1 : Production mondiale d'huile d'olive (1000 tonnes)

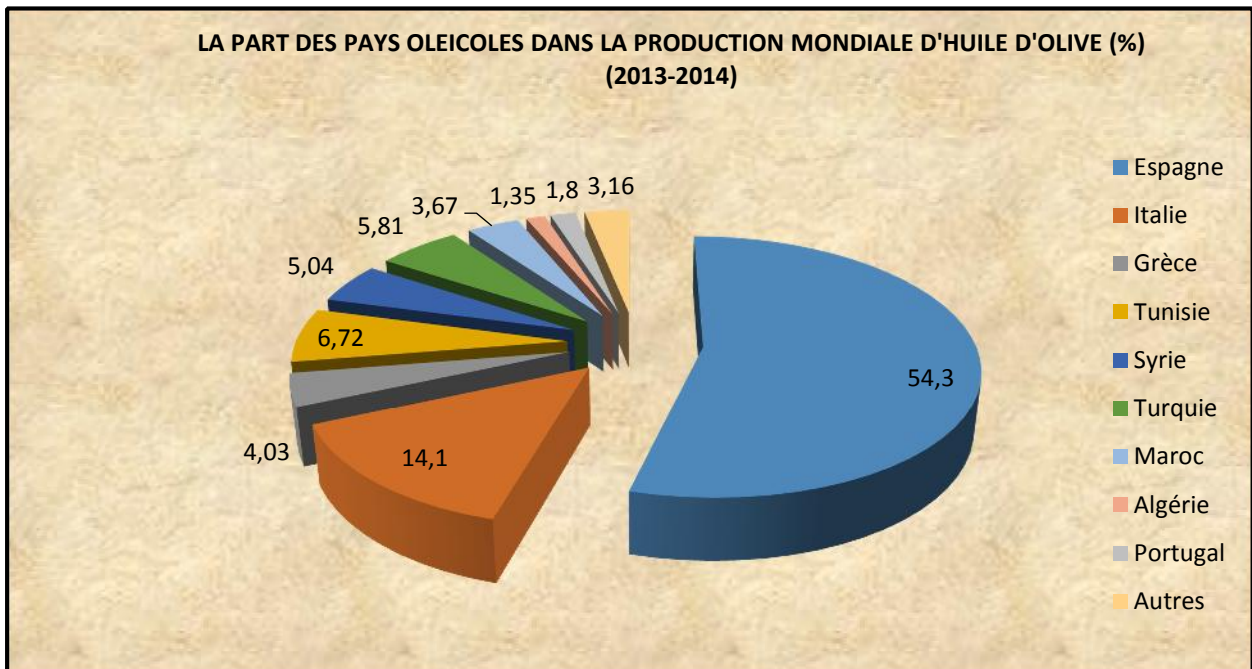
2.3. La réglementation

L'organisme qui actuellement sert de référence concernant la description et la qualité de l'huile d'olive pour sa commercialisation est le Conseil Oléicole International. Ces standards ont été adoptés le 6 juin 1996 lors du 74ème congrès du COI. Ils sont reconnus par la plupart des associations nationales ou internationales du secteur comme l'Association australienne de l'huile d'Olive (AOOA), l'Association nord-américaine de l'huile d'olive (NAOOA), l'Association tunisienne des villes productrices d'huile d'olive, la Corporazione dei Mastri Oleari, la Fédération euro-méditerranéenne des municipalités oléicoles (FEMO), la Fédération de l'industrie de l'huile d'olive de l'Union européenne (FEDOLIVE),...

2.4. Les pays producteurs

La production de l'huile d'olive est très fortement concentrée dans les pays côtiers de la méditerranée et plus particulièrement avec un groupe de 9 pays qui réalisent à eux seuls près de 92% de la production mondiale¹⁴ (Figure 2)

¹⁴ L'Espagne vient en tête de liste avec 25% de la production mondiale. En effet, la production mondiale d'huile d'olive est assurée par l'Union Européenne à hauteur de 75,72 %, réalisée par trois pays producteurs, il s'agit par ordre d'importance de l'Espagne qui contribue par plus de 54 % à la production mondiale, suivie d'Italie par 14% et enfin la Grèce avec 4,03 %. Pour les pays non européens, c'est la Tunisie qui règne en maître avec 6% de la production mondiale, suivie de la Turquie et de la Syrie, contribuant chacune avec 5% en moyenne.



Source : COI 2014

Figure 2 : La part des pays oléicoles dans la production mondiale d'huile d'olive (%) (2013-2014)

L'ampleur de la production espagnole durant la campagne 2013-2014, marque un écart important par rapport à sa propre production de la campagne de l'année précédente (phénomène d'alternance) et aussi par rapport aux autres pays traditionnellement producteurs (Figure 3).

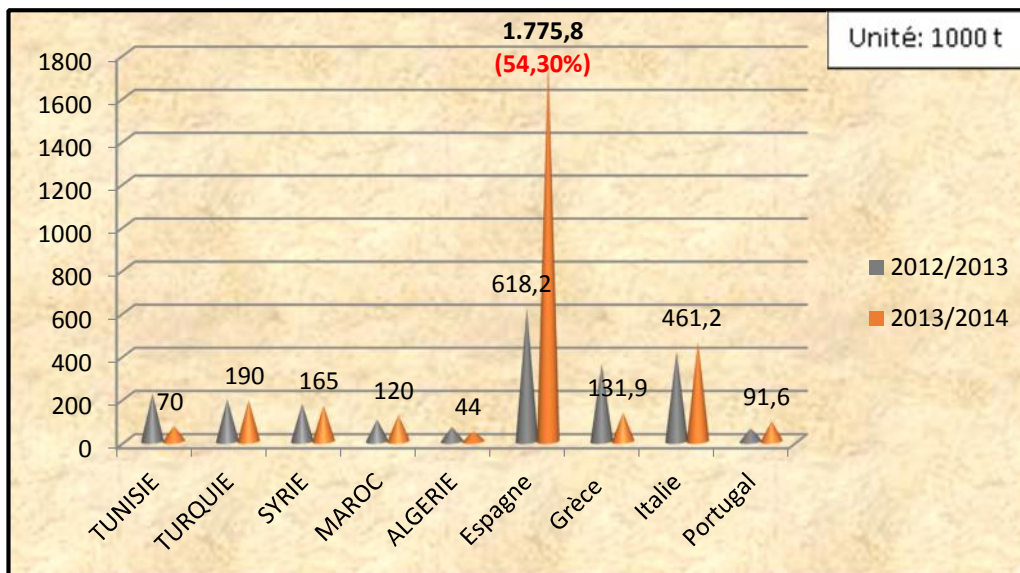


Figure 3 : Evolution de la production de certains pays producteurs, campagnes oléicoles 2012/2013 et 2013/2014

2.5. Evolution des exportations d'huile d'olive des pays oléicoles

Les grands exportateurs d'huile d'olive sont les grands pays producteurs à savoir l'Espagne, l'Italie et la Tunisie, suivis par le Portugal et le Maroc (tableau 1, figure 4). Les quantités mises sur le marché rentrent dans le contexte de négociations d'accords, de contrats et de contingents préétablis entre pays producteurs et pays importateurs. Les politiques d'exportation menées par les pays producteurs sont différentes. A titre d'exemple, la Tunisie prédestine la majorité de sa production (environ 70%)¹⁵vers l'exportation, sachant qu'elle accumule les parts des marchés¹⁶ européens et américains avec respectivement de 12% et 8,5%.

Les exportations de l'UE représentent environ 66 % des exportations mondiales. Les exportations sur pays tiers s'élevaient en 2010/11 à 447.000 t dont 225.000 t à partir de l'Espagne et 160.000 t de l'Italie. Les marchés les plus importants sont les USA, le Brésil, le Japon, l'Australie, la Russie et la Chine¹⁷.

Tableau 1 : Evolution des exportations d'huile d'olive

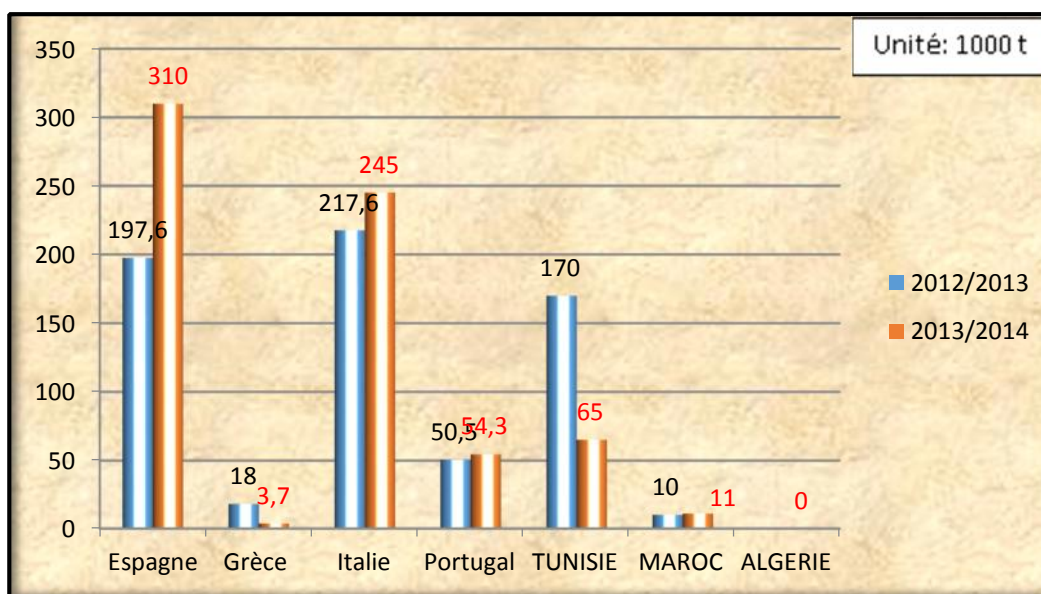
Pays	Unité : 1000t	
	Exportation 2012/2013	Exportation 2013/2014
Espagne	197,6	310
Grèce	18	3,7
Italie	217,6	245
Portugal	50,5	54,3
Tunisie	170	65
Maroc	10	11
Algérie	0	0

Source : Statistiques COI (2014)

¹⁵Actes des Journées Scientifiques, (27 et 28 Mars 2012) "Regards croisés tuniso-espagnols et réflexions pour le développement du secteur oléicole en Tunisie Hammamet,

¹⁶Karray. B, 2012 " Enjeux de la filière oléicole en Tunisie et axes de développement dans le nouveau contexte politique. Les notes d'analyse du CIHEAM, N°66-avril 2012"

¹⁷Commission européenne, Direction générale de l'agriculture et du développement rural .*Dernière mise à jour : juillet 2012 dans Economicanalysis_fr*



Source : COI, 2014

Figure 4 : Les exportations d'huile d'olive par les pays producteurs durant deux campagnes '2012-2014'

2.6. La consommation mondiale de l'huile d'olive

Selon les données du COI, la consommation de l'huile d'olive dans le monde est passée de 1,66 millions de tonnes en 1991 à 2,9 millions de tonnes en 2009 enregistrant ainsi un taux de croissance annuel moyen de 3,2%. De 2010 à 2014 la consommation a augmenté sensiblement atteignant 3,1 millions de tonnes.

La moyenne de la consommation mondiale est de seulement 0,5 Kg/habitant/an¹⁸, avec néanmoins des disparités importantes entre les pays. Les moyennes de consommation les plus élevées sont observées dans les pays producteurs. Ces moyennes par habitant et par an sont comme suit :

- La Grèce 20
- L'Espagne et l'Italie 12
- La Tunisie, la Turquie et la Syrie 5 à 6
- la France et l'Australie 1,1
- Les Etats Unis 0,6
- L'Allemagne, Suisse et Grande Bretagne 0,3 à 0,4
- Le Japon 0,3

¹⁸ Azzabi and al (2011), rapport DIVECO "Analyse stratégique de la filière Olives et Huile d'olives"

2.6.1. Les pays producteurs et consommateurs

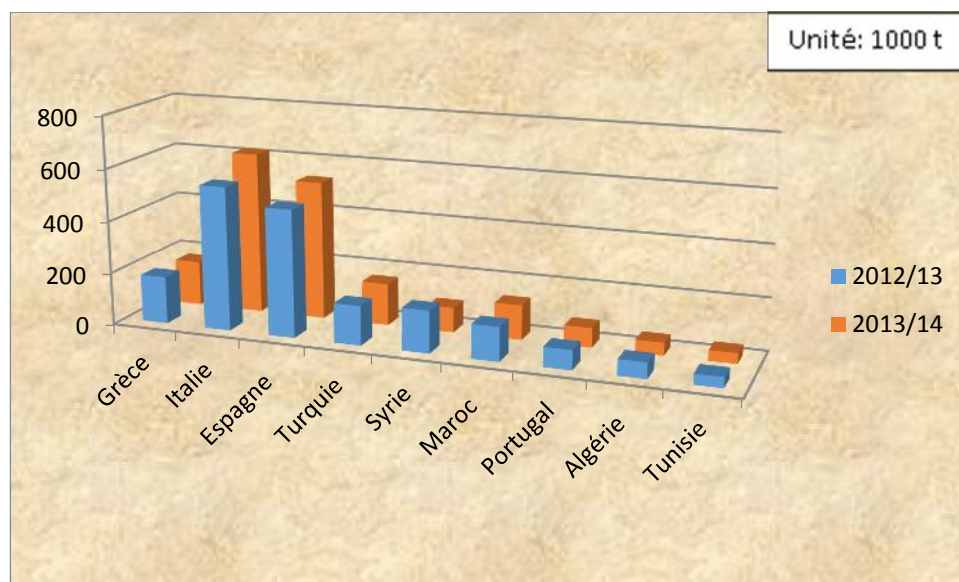
Le tableau N° 2 et la figure N°5, montrent bien que les pays producteurs se caractérisent par une forte consommation plus au moins stable, assurée en grande partie par la production locale. Il s'agit de marchés relativement verrouillés par des marques locales et/ou des droits de douane à l'entrée.

Tableau 2 : Consommation de l'huile d'olive des pays producteurs

U : 1000 t

Pays	2012/2013	2013/2014
Espagne	486,9	530,4
Italie	550	620
Grèce	180	171
Portugal	74	74
Syrie	160,5	95
Turquie	150	160
TUNISIE	40	30
MAROC	129	132
ALGERIE	60,5	48,5

Source : COI, 2014



Source : COI, 2014

Figure 5 : Consommation mondiale d'huile d'olive durant les campagnes 2012/2013 et 2013/2014

2.6.2. Les pays consommateurs non ou peu producteurs

Pour les pays consommateurs non ou peu producteurs, la consommation de l'huile d'olive dans ces marchés est rentrée dans les habitudes de consommation depuis quelques années avec néanmoins, une consommation par habitant qui reste relativement faible. Leur marché local est principalement approvisionné par les importations.

Tableau n°3: Consommation de l'huile d'olive des pays non ou peu producteurs **Unité: 1000 t**

Pays	2012/2013	2013/2014
USA	287	301,5
Japon	51	54
Australie	37	44
Canada	37	40,5

Source : COI, 2014

Il y a des marchés émergents tels que, la Chine, la Russie et l'Inde où la consommation par habitant est encore très faible mais, les importations enregistrent une forte hausse¹⁹, les importations sont comme suit :

La Chine	14 000T
La Russie	13 000T
Inde	3000T

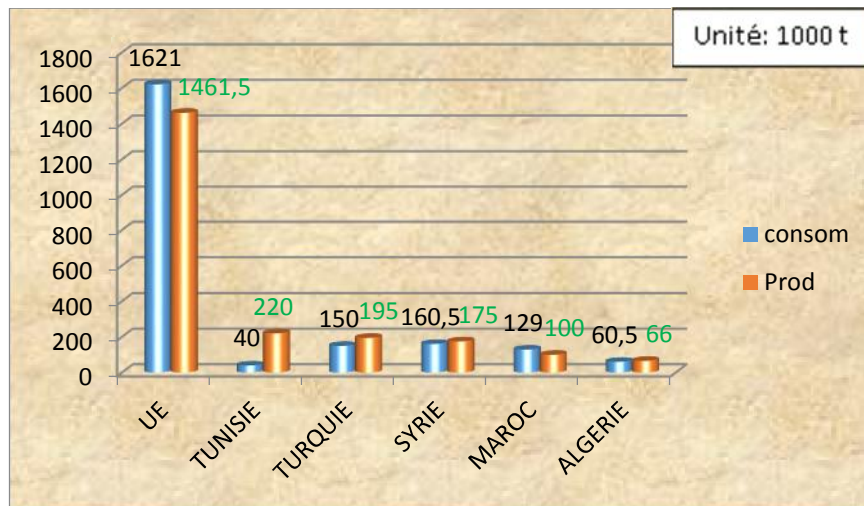
2.7. Comparaison entre la production et la consommation de l'huile d'olive de certains pays producteurs

Dans certains cas, la consommation peut ne pas refléter la production (figure 6). En effet pour l'UE²⁰ les consommations sont supérieures à la production totale, pour qui la majorité des flux d'importations sont intra européens, ce qui explique la concentration de la consommation au sein de ces pays²¹.

¹⁹ JUGLAR and al 2011 "analyse stratégique de la filière olives et huile d'olives" Rapport DIVECO

²⁰ Durant la campagne 2012-2013, l'UE a produit 1 461 500 tonnes d'huile d'olive et a consommée durant la même campagne 1 621 000 tonnes.

²¹ En effet pour l'UE quelques pays producteurs sont à l'origine de 75% de la production totale, ce sont aussi de grands consommateurs ajouté aux pays de l'UE non producteurs mais consommateurs, tels que l'Allemagne et le royaume uni, suscitant une demande supérieure, ayant recours aux importations externes. Le cas inverse c'est la Tunisie, pour qui le niveau de consommation est très bas comparativement à sa production (consomme en moyenne 30% de sa production). Le cas de l'Algérie mérite aussi d'être cité, car sa production est égale à sa consommation interne, aucune exportation.



Source : COI

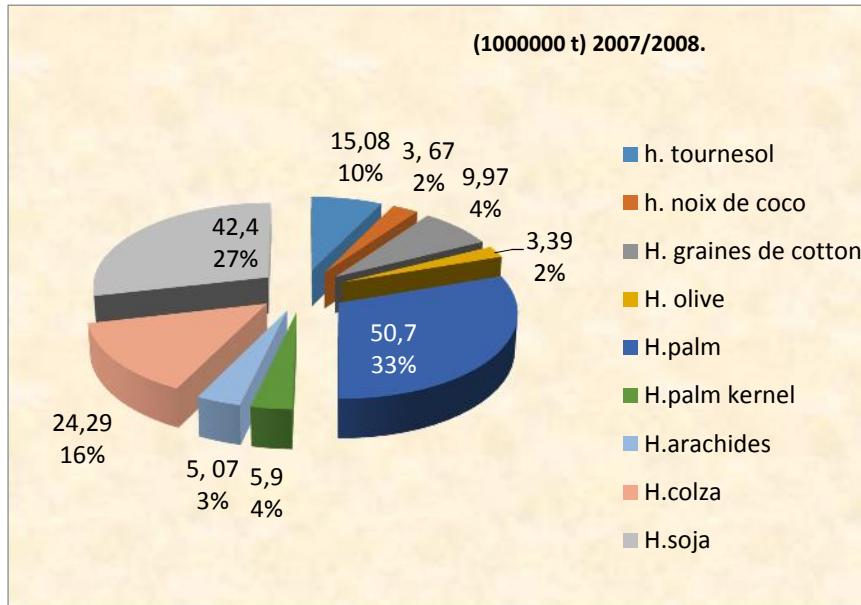
Figure 6 : Rapport entre consommation et production d'huile d'olive en 2012/2013

2.8. La part de l'huile d'olive dans la production et consommation mondiale des huiles végétales

La production d'huile d'olive représente seulement 3 % des huiles végétales (figure 7) produites dans le monde, loin derrière l'huile de soja, l'huile de palme, l'huile de colza et l'huile de tournesol. Son taux de consommation mondiale est de 2%²².

En plus du taux faible de production mondiale, le prix de l'huile d'olive est un autre facteur limitant sa consommation, sachant que cette dernière est proposée à des prix nettement supérieurs aux prix pratiqués pour le reste des huiles. C'est justement le défi que tente de relever les pays producteurs en investissant dans l'industrialisation en amont et en aval de la filière, afin d'améliorer les productions en réduisant les coûts de production et par conséquent arriver à proposer une huile selon les normes à des prix bas.

²² Lazzeri, (2009) "Les défis de la mondialisation pour l'oléiculture Méditerranéenne"



Source : USDA, graph.Afidol/A

Figure7 : la part de l'huile d'olive dans la production et consommation mondiale des huiles végétales

Chapitre III : La Filière d'huile d'olive en Algérie et dans la wilaya de Béjaia

3.1. Historique et dimension sociale

Algérie, pays méditerranéen, a un potentiel oléicole important qui a préservé sa dimension socioculturelle (encadré 1). L'oléiculture est considérée comme activité secondaire, les propriétaires vivent tous d'un autre revenu plus ou moins régulier stable.

ENCADRE 1

La dimension sociale de l'oléiculture

En Algérie, l'olivier à huile est localisé en zones de montagnes, **piémonts et plaines**. Il est fortement adapté au contexte agropédoclimatique, et permet de valoriser les sols qui sont généralement des terrains accidentés, pauvres et sujets à l'érosion. L'olivier est généralement conduit en extensif non irrigué, rarement entretenu, ne bénéficiant d'aucun traitement phytosanitaire. La plupart des vergers oléicoles sont vieillissants, ayant plus de 50 à 60 ans d'âge, ils sont issus de greffage d'oléastres.

L'olivier est un arbre de grande valeur dans les régions montagneuses de la Kabylie. En effet, de tout temps, les populations locales des montagnes considèrent l'olivier comme un capital, ayant un rôle prépondérant dans la sécurité alimentaire des ménages et du cheptel en période de disette, les grignons étaient utilisés comme combustible. L'huile d'olive représentait dans le temps une sécurité financière en cas de besoin urgent (maladie, fête, autre, ...) ²³. L'olivier faisait l'objet d'héritage au même titre que la terre.

L'huile d'olive est l'une des huiles végétales les plus riches en acide oléique, en vitamine E, et en antioxydants. Elle est très consommée dans les zones de production. En Algérie, l'huile d'olive est produite de manière traditionnelle et continue à l'être dans les zones les plus marginales. Elle a toujours fait partie des habitudes alimentaire des kabyles en générale et des montagnards en particulier, ce régime alimentaire dit "méditerranéen" est prôné ces dernières années par les nutritionnistes.

Des recherches ont démontré que l'huile d'olive possède d'innombrables vertus, particulièrement dans le domaine de la santé humaine, elle protège des maladies cardiovasculaires et du cancer selon certaines études, comme elle a une action préventive contre l'hypertension artérielle et le diabète. En résumé nous pouvons dire que cette huile contribue à assurer la longévité.

Sur le plan diététique, elle favorise la perte de poids et rentre dans le domaine de l'esthétique. L'huile d'olive est introduite dans la composition de certains produits cosmétiques.

Toutes ces vertus ont été mises en évidence à partir de travaux de recherche menés sur des huiles vierges ²⁴ dont le taux d'acidité est <0,8. Néanmoins, l'huile d'olive Algériennes, est une huile d'olive lampante ²⁵ d'un goût très prononcé (chaumée) mais elle

²³Résultat d'interviews : l'olivier peut être vendu sans la terre, il peut être planté sur la terre d'un tiers, ce système est la conséquence de la pauvreté qui régnait dans ces zones, le terme utilisé en kabyle (avandou).

²⁴Procédé de transformation uniquement physique, pas de modification de la composition chimique, comparé aux autres huiles alimentaires qui sont raffinées, et le procédé est physique et chimique.

²⁵Huile d'olive vierge lampante, impropre à la consommation dont le taux d'acidité 3.3

garde certaines de ses vertus²⁶. Par ailleurs, le goût de l'huile vierge n'est pas apprécié par tous les algériens, cela revient aux habitudes alimentaires.

L'introduction en Algérie d'autres huiles végétales (tournesol, colza, arachide, ..) dites « sans goût » et graisses animales à prix bas (soutenu par l'Etat) ont graduellement remplacé l'utilisation de l'huile d'olive dans la cuisine.

La consommation moyenne d'huile d'olive donnée est très faible 0,7 à 0,8 l/hab/an, mais elle cache une profonde disparité de la consommation de certaines familles qui peut atteindre 100 l/an²⁷.

L'oléiculture est une filière d'autosubsistance fondée sur la satisfaction des besoins des ménages ruraux. L'olivier et l'oléiculture, marqueurs du territoire, constituent un facteur important dans la dynamique paysagère²⁸ rurale de montagne. Le renouveau actuel de l'oléiculture²⁹ est plus qu'un signe de l'intérêt de plus en plus marqué pour l'arbre "cosmique" et son produit : plus qu'une source de richesse, l'olivier est un capital précieux et un patrimoine à sauvegarder et à enrichir. C'est une ressource patrimoniale.

Selon les statistiques de l'ITAFV, l'oléiculture nationale a enregistré, entre 1999 et 2014, une croissance de 130% en termes de superficie passant de 165.000 hectares (ha) à 380.000 ha, dont 215.000 ha vont rentrer en production d'ici l'horizon 2020 et la production est passée de 19.000 tonnes d'huile à 65.000 tonnes, avec des pics atteignant 74.000 tonnes. Il nous a semblé intéressant de faire une rétrospective (encadré 2) sur l'historique de la filière oléicole de la période coloniale à 2008, pour mieux cerner l'état actuel de la filière.

ENCADRE 2

Historique de la filière huile d'olive Algérienne

Culture ancestrale, l'Algérie comptait déjà 9 à 10 millions d'oliviers cultivés à la fin des années 1920 (Blottere, SD,)³⁰, dont un certain nombre, nouvellement plantés ou greffés, n'étaient pas encore entrés en production. Le reste, 7 à 8 millions fournissaient chaque année une quantité d'olives variant entre 1,5 et 2 millions de quintaux : l'ancien département de Constantine en produisait à lui seul 1 million, celui d'Alger 400 à 500 000 qx, celui d'Oran 200 à 300 000 qx. C'est surtout vers la production d'huile que l'oléiculture algérienne était orientée, en effet 90% de la récolte allait à la transformation, et on comptait plusieurs centaines de moulins, dont plus de cent étaient de véritables usines dotées des appareils les plus perfectionnés.

Durant cette même période (période coloniale), la production d'huile, qui est très variable, avait oscillé entre 150 000 et 500 000 hectolitres, s'établissait en moyenne autour de 300 000 hectolitres. La majeure partie de la production se consommait localement, par la population algérienne et par la population européenne, originaire en grande partie du midi de la France, d'Italie ou d'Espagne. Le surplus était exporté : les deux tiers allaient vers la France, l'Italie, l'Angleterre, les Etats-Unis ; le

²⁶ Grace aux Composés mineurs ~2% (Plus de 230 composés ont été identifiés dans les huiles d'olive vierges), (Triglycérides ~98%)

²⁷ JUGLAR.P and all (2011), Rapport DIVECO "Analyse stratégique de la filière Olives et Huile d'Olives"

²⁸ Tous les membres de la famille (hommes, femmes, enfants et vieux) des différentes catégories sociales se rendent dans les oliveraies pour la cueillette des olives, où chacun s'occupe d'une tâche particulière

²⁹ PNDA (2000), PNDAR (2004) et PRAR (2008)

³⁰ Blottere, SD "Cahiers du centenaire de l'Algérie" pages 23 à 26, l'olivier, les olives et l'huile.

Maroc, la Tunisie, se partageaient le reste avec l'Allemagne, la Hollande, la Bulgarie, la Grèce, l'Extrême-Orient et l'Amérique du Sud. Mais la production algérienne ne pouvait satisfaire aux besoins de la consommation d'une part, à ceux de l'exportation d'autre part, la consommation annuelle étant estimée à 15 litres par habitant en Kabylie, à 12 litres par habitant européen et à 2,5 litres par habitant dans les autres régions. Aussi, l'Algérie devait importer chaque année 150 à 200 000 quintaux d'huiles de graines. Elle réalise dans cette opération un bénéfice estimé entre 80 et 100 millions de francs par an, en raison de l'écart entre les deux prix.

Après l'indépendance³¹, l'oléiculture avait gardé le même schéma de l'organisation de la filière jusqu'au segment des négociants, la commercialisation sur le marché international était d'abord confiée, à l'office national de commercialisation (ONACO), puis par la suite à l'office national des produits oléicoles (ONAPO). Le potentiel oléicole était à cette époque détenu par le secteur privé à 80%, et les 20% restants par le secteur public principalement au niveau des plaines de l'Oranie et intégré au secteur autogéré.

De 1971 à 1982 : Pour soutenir la politique d'industrialisation ; et compte tenu de l'impossibilité pour l'oléiculture de répondre à la demande du marché intérieur aussi bien en quantité que par le niveau des prix, l'Etat procède à l'importation d'autres matières grasses (Colza, Soja...) pour l'approvisionnement d'une population urbaine en constante croissance et ce par le biais de la SOGEDIA.

- Durant cette même période, des investissements ont été consentis par le Ministère de l'agriculture, dans le cadre d'un programme spécial de réhabilitation des oliveraies par la taille cordonnée par l'INAF (actuel ITAFV) et par une première opération de modernisation de l'industrie oléicole par l'acquisition de chaînes « Super -presse» réalisée par l'ONAPO. Ceci notamment dans le cadre du plan triennal et du 1er plan quadriennal. Cet effort s'avérera insuffisant pour faire face à la demande. C'est durant cette période que le taux de couverture des besoins en matières grasses passe de 30% à 10%.

De 1982 à 1989 : Un nouveau programme de plantation a été initié et conduit par L'INAF et accompagné par une opération de modernisation de l'industrie oléicole qui a permis l'acquisition par l'ORECPO de 186 chaînes continues à 03 phases. C'est durant cette période aussi que la restructuration de L'ONAPO a donné lieu à la naissance de 03 offices régionaux (ORPO, ORECPO et OREPO). L'effort de développement de l'oléiculture reste axé sur la réhabilitation et la modernisation au niveau des zones traditionnelles qui représentent 90% du patrimoine national.

De 1989 à 1999 : Cette période a été caractérisée par un désinvestissement quasi-total et forcé au niveau de toute la filière. Les conséquences sont :

- Affaiblissement physiologique du verger ;
- Paupérisation des populations rurales ;
- Dégradation des équipements de transformation, vu la difficulté d'approvisionnement en pièces de rechange ;
- Réduction des taux de couverture des besoins en matière grasses végétales en passant de 10 à 05%. Et anéantissement des efforts consentis pour le développement de la filière.

De 2000 à 2008 : La nécessité de redynamiser le secteur agricole devenait un objectif majeur, la filière oléicole n'était pas en reste. Trois années de réflexion, de débats qui ont permis d'aboutir à la mise en place du plan national de développement de l'agriculture (PNDA) puis le PNDAR, qui a consacré la dimension rurale comme un élément incontournable et nécessaire à la réalisation du développement agricole fondé sur la réalisation de projets d'investissements : L'objectif fondamental étant de garantir la sécurité alimentaire du pays. Le soutien a porté entre autres sur la modernisation des exploitations oléicoles et les huileries.

³¹ Mendil Directeur de l'ITAFV, entretien dans revue n° 4 filaha innove "pour la modernisation de l'oléiculture en Algérie" Avril - mai 2014 www.filaha-dz.com/Filahainove/revue4.

3.2. Situation actuelle

L'oléiculture occupe une superficie de 302.973 ha. Elle représente, l'espèce arboricole la plus importante, avec près de 40,2 % des superficies arboricoles fruitières. Ces superficies sont concentrées à l'est, au centre et à l'ouest dans les régions telliennes.

Il existe deux types d'oliveraies:

Les Oliveraies modernes, situées à l'ouest et concernent l'olive de table.

Les Oliveraies traditionnelles, situées au centre et à l'est, concernent l'huile d'olive

L'oliveraie traditionnelle représente **85 %**³² de la superficie oléicole nationale et elle est essentiellement spécialisée dans la production d'huile d'olive, voir plus de 80 % de la production nationale (tableau n°4).

Les variétés dominantes sont principalement la Chemlal (environ 50 % du patrimoine) dans la région Centre où sont associées les variétés Azeradj, Bouchouk et Limli, beaucoup, plus vers l'Est du pays les variétés Rougette et Blanquette constituent l'essentiel du patrimoine.

Ces oliveraies de l'est et du centre concernent les wilayas suivantes.

- Les wilayas du centre sont: Bejaia, Tizi-Ouzou, Bouira et Boumerdes (95% d'olives à huile)
- Les wilayas de l'est sont : Bordj Bou Arreridj, Sétif, Mila, Guelma, Skikda et Jijel (93% d'olives à huile)

Cependant, plus de 65% des oliviers sont destinés à la production de l'huile d'olive.

Tableau 4: Les superficies oléicoles des wilayas du Centre et de l'Est spécialisées dans la production d'huile d'olive pour l'année 2013 unité: ha

Année 2013	Bejaia	Bouira	Tizi-Ouzou	Jijel	BBA	Boumerdes	Sétif	Guelma	Mila	Skikda
superficie en ha	50 873	31 031	33 722	12 912	21 994	6 804	17 779	7 555	8 784	10 212

Source: Série B

³² Rapport du MADR sur la filière "programme spécifique de développement de l'oléiculture 2009/2014"

3.2.1. Le verger oléicole

La quasi-totalité des vergers oléicoles (85%) relèvent du secteur privé. 70% des exploitations sont de petite tailles variant de 0,1 à 10 hectares. Les vergers du centre et de l'est sont vieillissants dépassant 50 ans d'âge, implantés sur des sols en pente accidentés et ne permettant aucune mécanisation. Ils sont conduits de manière traditionnelle et pluviale, donnant des productions cycliques.

C'est l'ensemble de ces vergers oléicoles qui sont à l'origine de la totalité de la production nationale d'huile d'olive.

Les grandes exploitations agricoles ayant une superficie égale à 200 ha sont insignifiantes et ne représentent que 5,4 % de la superficie oléicole.

En effet, selon l'étude sur les « perspectives de développement de la production nationale d'huile d'olive » d'octobre 2008, l'oléiculture est à :

- 90 % traditionnelle pluviale. Elle ne permet aucune mécanisation (fertilisation, récolte...). Elle donne une production cyclique et ne peut constituer la base d'un redressement durable de la production.
- 8 % en semi-intensif localisé à l'Ouest pour l'olive de table et au centre pour l'huile d'olive, de densité régulière permettant la mécanisation des travaux d'entretien et de récolte. Il dispose des réserves de productivité qu'il convient de mieux valoriser.
- 2 % en intensif, d'une densité de 400 arbres/ha localisés au niveau des hauts plateaux et au Sud du pays, permettant la mécanisation de toutes les interventions et l'obtention de rendements élevés.

3.2.2. Evolution des superficies

Le verger oléicole a connu une évolution de ses superficies depuis le lancement du Plan National de Développement Agricole c'est-à-dire à partir de l'an 2000, occupant alors 168 080 ha qui représentaient 2,0% de la SAU (8 227 440 ha), pour atteindre **302.973** ha en 2013, représentant 4,11% de la SAU (8 461 775 ha), une évolution de **134 893** ha en 13 ans, à raison de 10 376 ha par an.

Ce potentiel oléicole est représenté par 45,5 millions d'arbres avec près de 27,9 millions en rapport, sachant que le patrimoine oléicole mondial est d'environ 830 millions d'oliviers, dont 190 millions en Espagne.

Tableau 5: Evolution du nombre d'oliviers en Algérie (2002-2013)

U : 10⁶

Année	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nombre d'arbres	19	21,5	24,6	26,8	29,9	32,7	33,9	34,6	36,3	38,8	42,5	45,4

Source : Statistiques agricole Série B, 2014

3.2.3. La production nationale d'huile d'olive.

L'Algérie est classée mondialement au 8ème rang en termes de production d'huile d'olive, atteignant selon les données du MADR, 6 505 000 quintaux, à la mi campagne 2014/2015 dépassant légèrement l'objectif fixé à 6 500 000 quintaux pour l'année 2015.

Tableau 6: Evolution de la production oléicole par rapport à l'objectif à réaliser en 2015

Compagne	Production (qx)
2009/2013*	4780000
2013/2014	4765000
2014/2015	6505000
Objectif 2015	6500 000

*Moyenne des compagnes (2009/2010, 2010/2011, 2011/2012, 2012/2013)

Par ailleurs, les différents programmes de plantation lancés à travers le territoire national sont toujours en cours et ont abouti à la réalisation de près de 22.000 ha de nouvelles plantations. Cependant, sept wilayas réalisent à elles seules 50% de cette superficie et c'est la wilaya de Bejaia qui vient en tête en réalisant 15%, suivie immédiatement par la wilaya de Tizi-Ouzou qui a réalisé 8 % de la superficie plantée au cours du 1er semestre de la campagne 2014/2015.

3.2.4. Transformation

Pour faire face au volume de production qui a évolué depuis le lancement du programme de relance, l'Etat a encouragé le renouvellement et/ou l'acquisition d'huileries modernes par subvention à concurrence de 30% du prix des unités de transformation.

La transformation est assurée par 1953 huileries dont 408 huileries modernes. 248 nouvelles huileries ont été créées entre 2000 et 2011

3.2.5. Commercialisation

Le marché national reste encore un potentiel important pour absorber la production d'huile d'olive au regard des huiles d'olives étrangères trouvées sur les étalages des commerces.

Le marché national reste toujours de type traditionnel, ce qui a permis la prédominance du marché informel. Néanmoins, des tentatives de commercialisation d'une huile conditionnée font leur apparition dans certaines grandes surfaces.

3.2.6. Exportation d'huile d'olive

Les exportations nationales sont très faibles et peu significatives comparées aux autres pays producteurs. Selon les chiffres d'ALGEX, la valeur des exportations de l'huile d'olive a été estimée à 200.000 dollars seulement en 2013 contre 100.000 dollars en 2012. En 2014, environ 12 opérateurs dont IFRI- Olive sont arrivés à exporter 13 425 Kg, correspondant à une valeur de 7 141 \$, vers des destinations tels que le Canada, la France, la Chine et le Cameroun.

En 2006³³, les exportations de l'huile en vrac ont atteint un maximum de 476 tonnes, contre 74 et 65 tonnes en 2005 et 2007. Cette activité n'a pas su profiter suffisamment, pour sa mise à niveau, de l'opportunité de couverture des contingents à l'exportation vers l'Europe³⁴. Selon Boudi *et al* (2013)³⁵, cette opportunité commerciale aurait pu servir, à travers le placement de différents produits oléicoles sur le marché européen, de levier économique pour l'ensemble des secteurs agricoles et agroalimentaires dans un environnement très concurrentiel.

³³S. CHOUAKI et al, 2008 (Situation et perspectives du développement rural en zone de montagne (cas du massif des Bibans). L'année 2006, a été une année exceptionnelle. En effet la Tunisie a connu une crise aigüe concernant le secteur oléicole Tunisien, et pour répondre à la demande du marché international, ils sont venus acheter toutes les olives ainsi que l'huile (qui représente des excédents dus à la forte campagne) produite en Algérie, et cette même huile a été revendue sous des appellations tunisiennes.

³⁴ L'Algérie a bénéficié d'un contingent de 1000 tonnes d'huile d'olives, souvent non utilisé totalement.

³⁵ Boudi and al, 2013. Compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie : Cas de la wilaya de Bejaia

Pour qu'une filière devienne compétitive, il faut qu'elle ait au préalable un climat institutionnel favorable à l'amélioration de la production et de la qualité. D'après Desjeux *et al* (2014) « la compétitivité d'une filière est sa capacité à augmenter se

D'après Karry *et al.*, (2000)³⁶, *la capacité des exploitations oléicoles à rester compétitives est s parts de marché par rapport à ses concurrents. » essentiellement déterminée par la possibilité de compression du coût de production.*

Beaucoup de travail reste à faire au niveau de la filière oléicole et notamment en ce qui concerne l'évaluation du coût de production, la qualité gustative, les normes et les labels. Ces différents facteurs permettront de travailler sur la compétitivité du produit. Selon Ben Mlouka³⁷ (2007), la compétitivité s'exprime sur le marché par des produits générant des profits et concrétise les aptitudes de l'entreprise à être meilleure ou à la limite aussi forte que ses concurrents actuels et potentiels.

3.2.7. Importations d'huile d'olive

Les importations en huile d'olive sont faibles, de petites quantités sont introduites et retrouvées sur les étals des grandes surfaces. Malgré sa petite taille, le marché Algérien pourrait constituer un débouché important pour les pays exportateurs offrant des gammes ou des variétés d'huile d'olive bien présentés, venues de Tunisie, d'Espagne et d'Italie.

3.3. La filière oléicole dans la wilaya de Béjaia

L'oléiculture est l'emblème de la wilaya de Bejaia, elle est représentative de la filière huile d'olive au niveau du territoire national avec une superficie de 51 874 ha (figure 8). Sa production étant la plus élevée, elle représente en moyenne 23% de la production nationale.

³⁶ Karry and al, 2000 : Estimation du cout de production d'olives a huile en Tunisie: application de la méthode de cout constaté aux exploitations privées dans la région de sfax, dans Medit N°4, 2000

³⁷ Ben Mlouka 2007, Processus de compétitivité : Facteurs et évaluation Application aux entreprises tunisiennes, dans 5eme congres de l'Académie de l'Entreprenariat

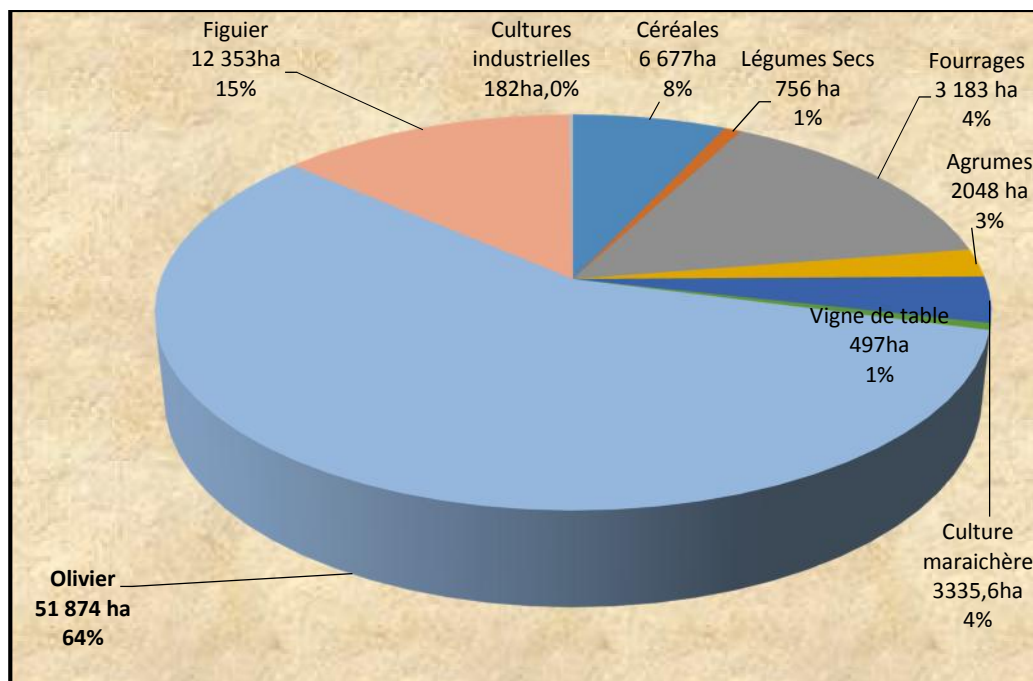


Figure 8: Occupation des sols (Wilaya de Béjaïa)

3.3.1. Les productions d'huile d'olive dans la wilaya de Bejaïa

La production d'huile d'olive au niveau de la wilaya de Bejaïa est de l'ordre de 123 316 hl pour une superficie d'environ 51 874 ha portant approximativement 4 460 482 oliviers, comme le montre le tableau n°7.

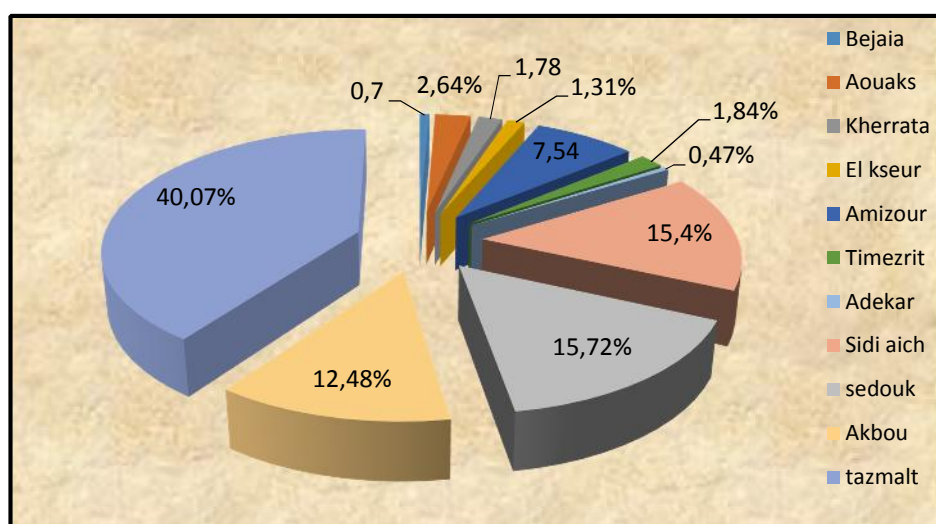
Chaque subdivision agricole est chargée de suivre un ensemble de communes, la notion de territoire est plus administrative que naturelle.

Tableau 7: la production d'huile d'olive par les différentes subdivisions de la wilaya de Bejaia durant la campagne 2013/2014

Subdivisions	Superficie oléicole (ha)	Nombre d'oliviers	Production en huile (hl)	% en production d'huile
Tazmalt	14642	1 057 609	49 416	40,0
Sedouk	11004	1 093 871	19 388	15,7
Sidi aich	5082	371 308	18 998	15,4
Akbou	8176	743 021	15 399	12,5
Amizour	4020	375 138	9 301	7,5
Aouaks	2110	178 032	3 261	2,6
Timezrit	878	81 022	2 270	1,8
Kherrata	2250	237 900	2 205	1,8
El kseur	2262	181 410	1 627	1,3
Bejaia	425	38 607	873	0,7
Adekar	1025,5	102 564	578	0,5
Total wilaya	51 874	4 460 482	123 316	100

Source Série statistiques agricoles B (DSA Bejaia)

C'est la subdivision de Tazmalt³⁸ qui produit 40% de l'huile totale de la wilaya, tel que c'est représenté dans la fig 9.



Source: DSA, Béjaia 2014

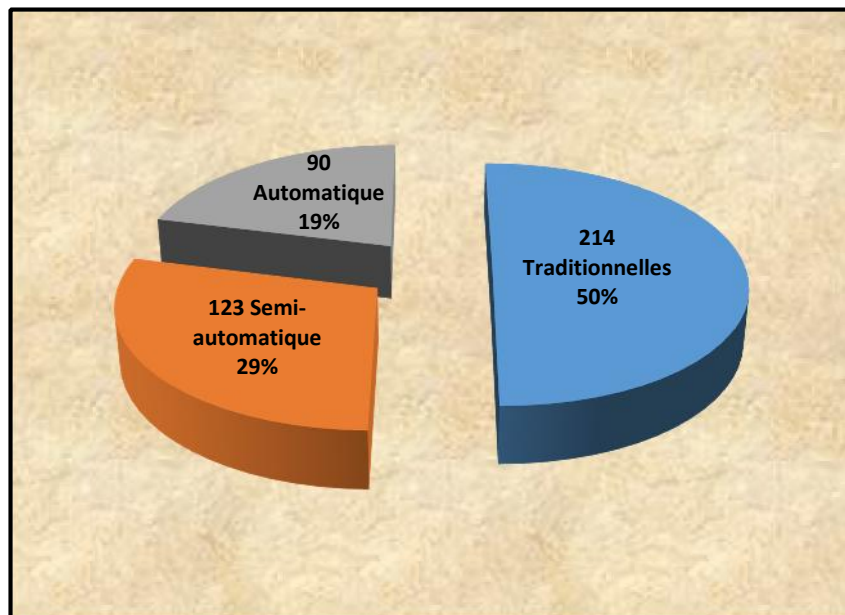
Figure 9: Taux de participation des subdivisions à la production d'huile d'olives totale de la wilaya de Bejaia

³⁸ Subdivision de Tazmalt : Regroupe un ensemble de communes (Tazmalt, Boudjellil, B. Melikeche, Ighil Ali, Ait Rezine)

3.3.2. Transformation

Toutes les huileries qui existaient avant l'année 2000 étaient de type traditionnel. Avec la venue du PNDA, le parc huilerie a connu une modernisation avec l'introduction des modèles semi-automatique et automatique, acquis soit à titre privé, soit à travers le soutien de l'Etat. Ceci a permis l'amélioration des capacités de transformation.

Actuellement, la wilaya de Béjaïa compte 427 huileries, réparties selon figure 10. Elles, représentent une capacité de trituration théorique de 2091qx/heure. Cette capacité semble suffisante par rapport au nombre d'oliviers en rapport, mais elle devrait être renforcée d'ici peu, car es jeunes oliviers vont rentrer en production (3 300 ha déjà réalisés) et la poursuite des plantations dans le cadre de la politique du Renouveau Agricole et Rural. Ces huileries emploient 1 228 saisonniers (DSA 2014).



Source: DSA, Béjaïa 2014

Figure 10: Parc huilerie de la Wilaya de Béjaïa 2014

Chapitre IV: Monographie de la zone d'étude

4.1. Présentation de la wilaya de Bejaïa et de ses potentialités :

La wilaya de Bejaïa se situe à 250 Km à l'Est d'Alger, elle se caractérise par une diversité du relief allant des plaines littorales jusqu'aux zones montagneuses. La superficie totale étant de 322 348 ha.

Bejaïa, est une wilaya à vocation agricole, grâce à sa diversité naturelle, qui lui confère des potentialités en matière de production agricole variée. On y trouve du maraichage, de la céréaliculture, et l'arboriculture fruitière plus particulièrement l'oléiculture (contribue à 23% de la production nationale). Le secteur industriel n'est pas des moindre, une importante industrie agro-alimentaire, est implantée dans la région, grâce à son accessibilité par les différents moyens de transport (air, terre et mer).

4.1.1. Répartition spatiale de la superficie agricole utile

La wilaya de Béjaïa est caractérisée par trois grandes zones agro-écologiques, à savoir :

a) Zones de montagnes : Occupant 80 % des terres agricoles et les 3/4 de la superficie totale de la wilaya, avec des pentes majoritairement supérieures à 25 %, les sols sont en grande partie siliceux érodés et argilo-calcaires. Il y a une prédominance de l'arboriculture rustique (oliviers et figuiers), associé à l'élevage de type familial (caprin, ovin et bovin).

b) Zones de piémonts : Occupées principalement par l'association entre céréaliculture élevage et fourrages secs. Dans ces zones se pratique l'élevage bovin laitier en semi-intensif, alors que l'élevage avicole chair et ponte y est bien implanté.

c) Zones de plaines :

- **Plaines côtières :** de Bejaïa à Melbou dans l'Est, sur 2.000 ha environ, et de Bejaïa à Béni Ksila sur 1.000 ha environ, sur des sols limono-sableux, on y trouve de la plasticulture et l'arboriculture fruitière.
- **Vallée de la Soummam :** bande étroite sinuant sur 80 km de long sur les 2 km de large maximum, avec des versants Sud en pentes relativement douces et très développées, cette zone est décomposée en petites unités pédologiques de type

alluvionnaire. L'agriculture est à dominance intensive et diversifiée par la présence de maraîchage, d'agrumes et de céréaliculture. L'irrigation y est pratiquée par réseaux (2.500 ha sont équipés) et par pompage des oueds.

La superficie agricole utile est de 130 348 ha et représente 40,45% de la superficie totale de la wilaya, la forêt et les parcours occupent respectivement 38% et 9,57% du territoire, comme le montre le tableau ci-après.

Tableau 8: Répartition générale des terres de la wilaya de Bejaia

Différentes superficies	Surfaces (ha)	%
Superficie agricole utile	130 348	40,45
Pacage et parcours	30 859	9,57
Terres improductives des exploitations	3 587	1,11
Superficie forestières	122 500	38,00
Terres non agricoles	35 054	10,87
superficie agricole totale de la wilaya	287 294	100

Source : DSA 2014

4.1.2. Les ressources hydriques

Elles s'élèvent à près de 426 hm³ souterraines et superficielles (tableau 9), dont 212 hm³ sont effectivement mobilisées et concernent surtout les eaux superficielles du barrage de Kherrata.

Bejaia est caractérisée par l'existence d'un réseau hydrographique important dont les principaux Oueds sont: Oued Soummam, Oued Djemaa, Oued Agrioun, Oued Bousselam et Oued Amassin.

Ces Oueds sont, aujourd'hui d'une part asséchés par le dessablement (sablière et vol de sable) et d'autre part pollués par les eaux usées de toutes sortes.

Tableau 9: Potentialités en eau de la wilaya de Bejaia

Eaux	Potentialités mobilisables	Potentialités mobilisées	Localisation
Souterraines	106	102	Nappe Haute Soummam 48 Hm3 -Nappe Basse Soummam 24Hm3 -Nappe plaines côtières Est 16 Hm3 -Nappe Aquifère Karstique 18Hm3
Superficielles	320	110	Barrage Tichy haf (164 Hm3) -Barrage IGHIL EMEDA (exploité pour l'hydroélectricité par Sonalgaz) -Barrage AZIB TIMIZAR (projeté) -Retenues collinaires (43)
Totaux	426	212	

Source: Ressource en eau, 2013

L'eau souterraine est la plus mobilisée et exploitée pour l'ensemble des divers besoins (AEP, irrigation et industrie). Les ressources souterraines mobilisées par le biais de forages et puits sont affectées surtout pour l'alimentation en eau potable (85,8 Hm3), 08 Hm3 pour l'irrigation et 3 ,5 Hm3 pour les besoins du secteur industriel (tableau 10).

Tableau 10: Mobilisation et exploitation de la ressource hydrique

Mobilisation de la ressource	Prélèvement
AEP: 113Hm ³ /an	85,8Hm ³ /an
Industrie: 11,5 Hm ³ /an	3,5 Hm ³ /an
Irrigation: 30Hm ³ /an	08 HM ³ /an

Source: ressources en eau, 2013

4.1.3. Le climat

a) Le régime thermique

Pour le régime thermique durant ces deux dernières décennies, les températures minimales moyennes varient entre 7.3 °C en janvier et 20.3 °C en août. Par contre, les maximales varient entre 16.2 °C en janvier et 27.9 °C en juillet et septembre. La moyenne mensuelle (fictive) est de 16.7 °C.

b) Le régime pluviométrique

Les deux dernières décennies sont caractérisées par une moyenne pluviométrique de 791.3 mm. La répartition de ces précipitations est caractérisée par une irrégularité inter-saisonnière.

annuelle. La répartition relative est de 28.94 % de septembre à novembre, 39.96 % de décembre à février, 27.30 de mars à mai et 3.80 de juin à août.

Le déficit pluviométrique commence à s'installer à partir du mois d'avril. Ceci est dû essentiellement à l'augmentation de la température. Ce manque coïncide chez plusieurs espèces fruitières à la phase d'élaboration des organes fructifères, c'est à dire, la période où les besoins en eau sont les plus élevés. Le recours à l'irrigation pour augmenter les rendements s'avère indispensable. Les zones de montagne enregistrent fréquemment des gelées en hiver.

4.1.4. Les ressources agricoles

i. Occupation du sol

Disposant d'une surface agricole utile de près de 130 348 ha dont 6 500 ha sont irrigués, la Wilaya recèle d'importantes potentialités foncières de haute valeur agricole, particulièrement les terres situées dans la vallée de la Soummam et les plaines côtières qui pénètrent parfois jusqu'à 04 km en direction des piémonts en certains endroits (DSA, 2011).

ii. Les productions agricoles

Les zones de piémonts et de montagne, qui constituent l'essentiel du territoire de la wilaya concentrent presque toutes les activités arboricoles. Les espèces dominantes sont l'olivier et le figuier (tableau 11), les cultures maraichères sont aussi présentes mais pratiquées sur des espaces réduits avec le recours aux serres (DPSB, 2011).

Tableau 11: Principales productions de la wilaya de Béjaia (Campagne : 2009/2010)

Produit	céréales	Légumes secs	fourrages	Agrumes	C/M*	Vigne table	olivier	Unité : Qx	
								Figuier	Cultures industrielles
quantités	110 830	9 135	371 850	128 678	659 671	222 41	309 182	322 817	23 630

Source :DPSB (2011)

*Cultures maraichères

iii. Répartition de la superficie irriguée par groupe de culture

Les cultures en irrigués concernent surtout le maraichage avec 3 629 ha suivies des cultures fruitières avec 2 574 ha comme le montre le tableau ci-après (tableau 12).

Tableau 12: Les cultures menées en irrigué

Principales cultures	Superficies irriguées
Céréales (d'été et d'hiver)	0 ha
Cultures fruitières	2574 ha
Cultures maraichères	3629 ha
Cultures industrielles	148 ha
Vignoble	70 ha
Divers	79 ha
Total	6 500 ha

Source : DSA, 2014

4.1.5. Principales industries

Bejaia dispose d'un tissu industriel important et diversifié. On dénombre 220 unités en activité, couvrant presque toutes les branches d'activités, mais avec une dominante manufacturières et de transformation agro-alimentaire, avec d'importantes capacités dans les corps gras, le sucre, les produits laitiers, les produits céréaliers. Comme il existe une Industrie de textile et cuir comptant 6 grands complexes (Bejaia ville, R'Mila, Kherrata et Akbou).

4.1.6. Formes et modes d'organisation des agriculteurs

Les agriculteurs sont représentés par la Chambre Agricole de la Wilaya de Bejaia, les adhérents sont organisés en associations professionnelles de wilaya représentées au niveau de la CAW, ces associations sont représentés dans les conseils interprofessionnels (fonctionnels). Ces organisations sont sensés participer activement à l'élaboration et à la mise en œuvre des programmes de développement agricole et rural, et l'initiation de diverses activités dont la formation, la vulgarisation et la communication (foires, journées d'études et d'informations,...).

4.2. Approche méthodologique

Pour arriver à un état de connaissances concernant la filière oléicole en Algérie, nous avons travaillé sur la wilaya de Bejaia (la wilaya la plus importante en termes de surfaces oléicoles et en termes de production d'huile). Un diagnostic a été effectué au niveau de la localité d'Ighil Ali, comme échantillon représentatif (caractéristiques des zones de production oléicole en zones de montagnes), touchée par un niveau de pauvreté important accentué par l'enclavement, l'éloignement et ayant l'oléiculture comme l'une des sources importantes du revenu des ménages³⁹. Le problème de commercialisation de l'huile d'olive s'est fait sentir avec acquitté,

³⁹S. Chouaki *et al* ; Renforcement des moyens d'existence des ménages et développement rural, cas de quatre villages du massif des Bibans commune d'Ighil Ali / Wilaya de Bejaia. 2008

alors que durant la période coloniale et post coloniale l'écoulement de l'huile de cette région était assuré par "Tamzali"⁴⁰ et d'autres opérateurs.

Avec le temps, la commercialisation devient de plus en plus difficile conduisant à l'abandon des vergers oléicoles.

Pour la réalisation de notre travail, nous nous sommes basés sur une approche participative pour la réalisation d'un "Diagnostic Rapide et Participatif des Différents Maillons de la Filière Huile d'Olive".

Cette approche consiste à caractériser la filière huile d'olive, en identifiant les différents acteurs et les différents maillons qui la composent. Aussi, identifier les contraintes ou les obstacles qui empêchent le développement de cette filière.

4.2.1. Démarche

- Recherche bibliographique pour la collecte des données secondaires relatives à la filière huile d'olive.
- Elaboration d'un guide d'entretien pour chacun des focus groupes animés.
- Animation de plusieurs focus groups⁴¹ composés d'acteurs intervenant dans chaque maillon de la filière (oléiculteurs, oléofacteurs, institutions de l'Etat "DSA ITAFV" et organisations professionnelles "CAW, Association et interprofession").
- Interviews semi-structurées, sous forme de discussions ouvertes avec des personnes ressources.

Notre étude traite de l'approche filière, de ce fait il nous semble utile de donner les définitions de quelques concepts relatifs à l'approche filière.

4.2.2. Principaux outils de diagnostic et d'analyses

- Arbre des problèmes (appelé aussi l'arbre des contraintes) ;
- Arbre des objectifs ;
- Le Tracé du circuit de commercialisation, avec fonctionnement de la filière.

⁴⁰ TAMZALI: Grande famille industrielle originaire de Béjaia, se chargeait de la collecte et de l'exportation de l'huile d'olive et des figues sèches, durant la période allant des années 40 aux années 60.

⁴¹Un dispositif de discussion planifiée au sein d'un petit groupe de parties prenantes (4 à 12 personnes) et animé par un modérateur compétent. Il permet d'obtenir des informations et opinions de diverses personnes concernant un sujet défini. Il prend la forme d'une discussion structurée d'un groupe interactif dans un cadre non contraignant et détendu.

CHAPITRE V: Résultats et discussions

5.1. Présentation des résultats

5.1.1. Organisation actuelle de la filière huile d'olive

Nous schématisons ci-après (schéma 1) la filière huile d'olive, telle qu'elle se présente actuellement dans la zone d'étude. C'est un circuit court, représenté par deux principaux acteurs à savoir, l'oléiculteur et l'oléofacteur. Un troisième acteur qui commence à apparaître ces dernières années, il s'agit du conditionneur⁴².

Le consommateur s'approvisionne en grande partie chez l'oléiculteur et ou l'oléofacteur et très rarement dans les magasins. Cela relève des relations de confiance. L'enquête auprès des consommateurs a révélé qu'ils s'approvisionnent chez le même fournisseur en huile d'olive depuis plusieurs années pour le goût et la qualité. Les enquêtés relient la qualité au goût du produit.

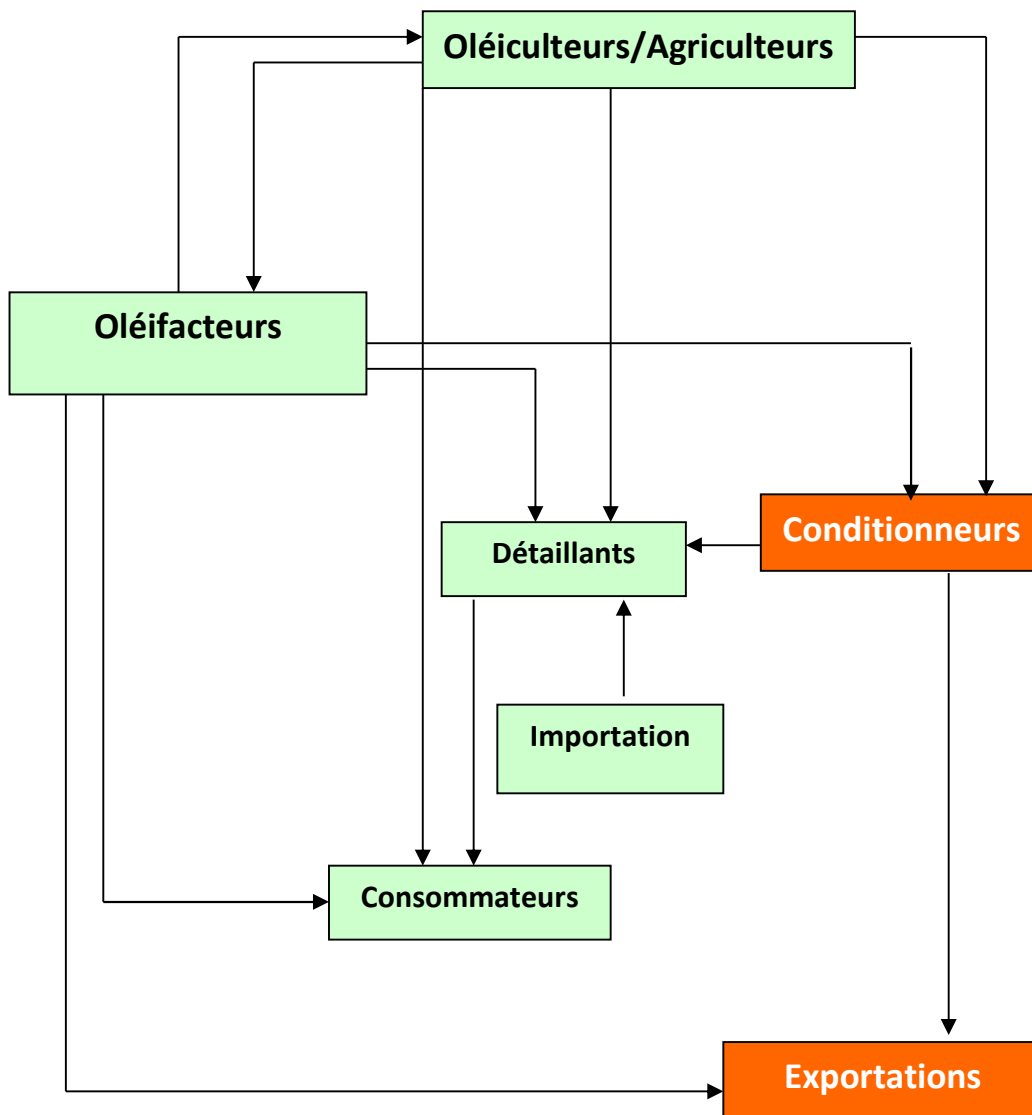
Notre enquête a permis de dénombrer deux types de détaillants: le formel et l'informel.

Le détaillant formel. Il s'agit majoritairement de grandes surfaces et magasins appelés communément superette où l'huile d'olive est vendue en bouteilles et étiqueté, produit local et importé.

Les détaillants informels, se composent de deux types d'acteurs, les petits magasins de quartiers qui vendent de l'huile d'olive dans de vieilles bouteilles en plastique et / ou en verre sans étiquetage.

Les détaillants qui se trouvent en bord de routes, exposant de l'huile dans des bouteilles en plastique sans étiquetage et exposé au soleil, il s'agit généralement des oléiculteurs et oléofacteurs.

⁴² Le conditionneur pourrait être en même temps oléiculteurs et oléofacteurs tels que « Ifri olive et SNC KHODJA »



Source: rapport du ministère de l'Agriculture 2009

Schéma 1: Schéma actuel de la filière huile d'olive

Ce schéma montre bien une grande défaillance du circuit de commercialisation et de l'organisation des différents acteurs. En effet, les oléiculteurs et oléofacteurs se plaignent de la mévente de leur production

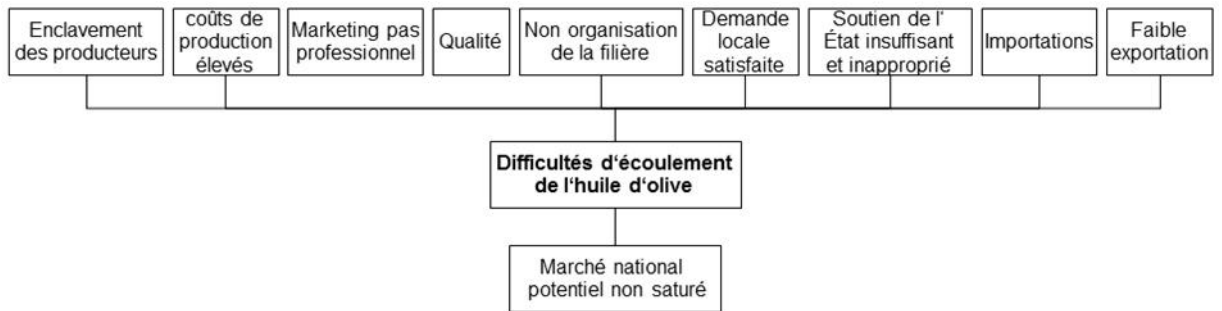
5.1.2. Identification des contraintes de la filière

Pour mieux comprendre le problème de la commercialisation de l'huile d'olive, nous avons mené des focus group avec les différents acteurs de la filière (privé et public).

Les focus group tenus avec les représentants des différents acteurs de la filière sont animés sur la base d'un guide d'entretien le débat a été mené sous forme de Brainstorming, afin de

permettre à chacun de s'exprimer en évitant toute forme de contradiction, et rassembler toutes les idées en les hiérarchisant par la suite, en sortant avec un cadre consensuel.

- i. Le premier focus group a été tenu avec l'ensemble des représentants des acteurs de la filière (oléiculteurs, oléofacteurs, institutions de l'Etat et organisations professionnelles) pour identifier les contraintes entravant l'écoulement de l'huile d'olive, alors que le marché national n'est pas saturé

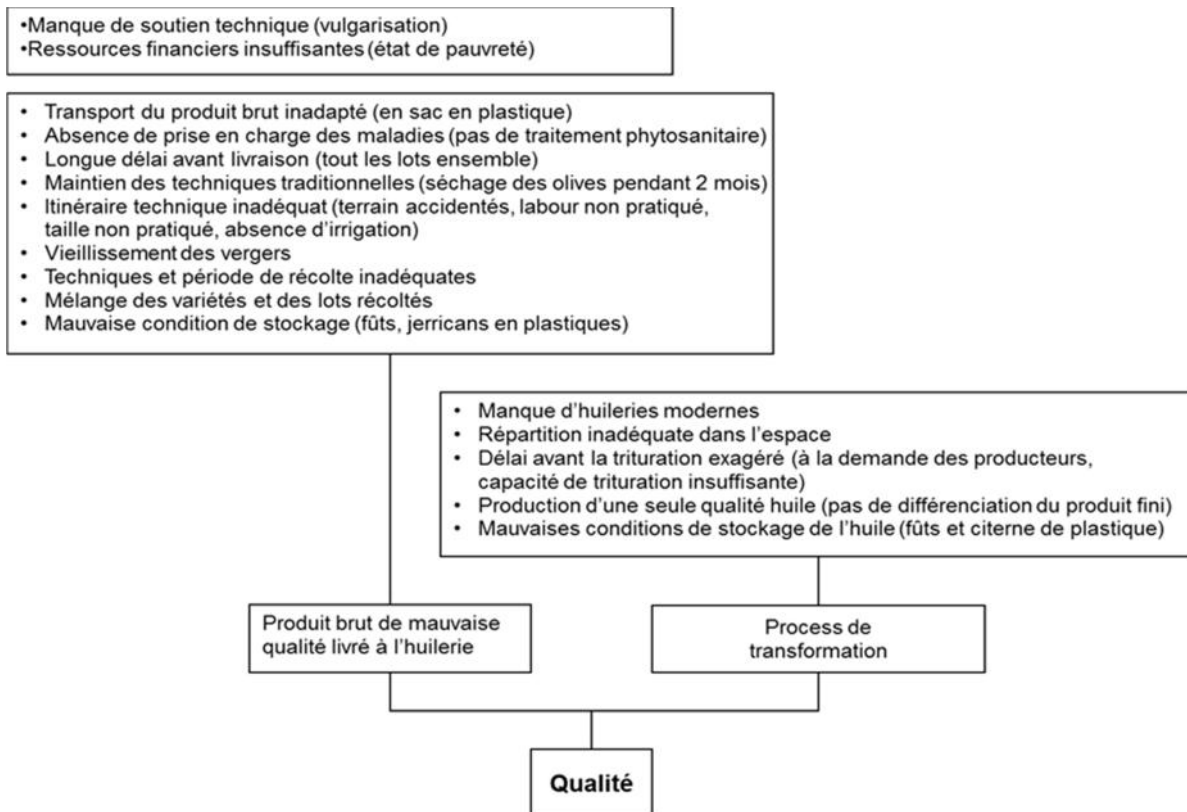


Source: schéma réalisé par nous même

Schéma 2 : arbre des contraintes focus group 1

Les contraintes identifiées :

- L'enclavement des producteurs, situés en zones de montagne, éloignement par rapport aux huileries et au marchés.
 - Coûts de production élevés (main d'œuvre, intrants, ...) d'où le prix élevé du produit fini ;
 - Absence d'une stratégie de Marketing,
 - La qualité du produit n'est pas aux normes (absence de normalité du produit)
 - La filière n'est pas organisée, absence de toutes formes d'organisation des acteurs (groupement, coopératives, associations...)
 - Demande locale satisfaite, besoin d'ouverture vers le marché national et international.
 - Les producteurs considèrent les aides de l'état insuffisantes et inappropriées;
 - La concurrence sur le marché national des huiles d'olive raffinées (grignons d'olive) importées d'Espagne et de Tunisie.
 - De très faibles quantités sont exportées en raison des normes de qualité des pays exigés par les importateurs.
- ii. Le second focus group a été mené avec les oléiculteurs et oléofacteurs, il a concerné la qualité de l'huile d'olive. Ce dernier a révélé les contraintes suivantes.



Source: schéma réalisé par nous même

Schéma 3: arbre des contraintes du focus group 2

L'huile d'olive produite est considérée de mauvaise qualité, les causes sont situées à différents niveaux de la filière. Au niveau de l'exploitation et se répercute et s'accroît au niveau de l'huilerie.

Au niveau de l'exploitation, les contraintes recensées porte sur:

- Le produit brut livré aux huileries qui est de mauvaise qualité, et mis dans de mauvaises conditions de stockage.
- Le mélange des variétés et des lots récoltés.
- Les techniques et périodes de récolte sont inadéquates
- Les vergers sont vieillissants
- L'itinéraire technique est inadapté (absence d'irrigation, d'entretien et de travaux du sol à cause des terrains accidentés, aussi la taille n'est pas pratiquée)
- Le maintien des techniques traditionnelles (séchage des olives pendant 2 mois avant trituration)

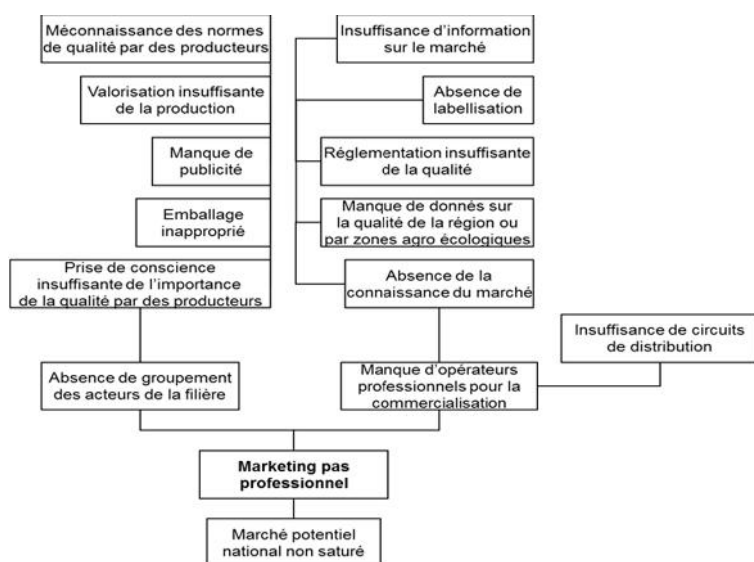
- Le long délai avant livraison aux huileries tous les lots confondus
- Absence de prise en charge des maladies (pas de traitement phytosanitaire)
- Transport du produit brut inadapté (sacs en plastique)

Ajouter à cela les ressources financières insuffisantes (état de pauvreté) et un manque de soutien technique;

Au niveau de l'huilerie, les contraintes recensées concernent le processus de transformation:

- Production d'une seule qualité d'huile (pas de différenciation du produit fini)
- Délais avant trituration exagéré (à la demande des producteurs, capacité de trituration insuffisante)
- Répartition inadéquate des huileries dans l'espace
- Manque d'huileries modernes

iii. Un troisième focus group tenu avec les oléofacteurs, oléiculteurs, conditionneurs et institutions de l'Etat (DSA,CAW) pour identifier les contraintes concernant l'aspect marketing.



Source : schéma réalisé par nous même

Schéma 4: arbre des contraintes du focus group 3

Ils portent d'une part sur l'absence de groupements des acteurs de la filière, cela engendre les contraintes suivantes :

- Prise de conscience insuffisante de l'importance de la qualité par les producteurs
- Emballage inapproprié
- Manque de publicité
- Valorisation insuffisante de la production
- Méconnaissance des normes de qualité par des producteurs

D'autre part, le manque d'opérateurs professionnels pour la commercialisation qui engendre les contraintes suivantes:

- Absence de la connaissance du marché
- Manque de données sur la qualité de la région ou par zone agro écologique
- Réglementation insuffisante de la qualité
- Absence de labellisation
- Insuffisance d'information sur le marché

Et donc insuffisance de circuits de commercialisation.

- iv. Un dernier focus group tenu avec les organisations professionnelles et les institutions de l'Etat concernant l'organisation de la filière



Source: schéma réalisé par nous même

Schéma 5: arbre des contraintes du focus group 4

Ce volet nous a permis d'identifier les contraintes qui entravent l'organisation de la filière. Ces contraintes se retrouvent au niveau des oléiculteurs et oléofacteurs à savoir:

- Non organisation des deux acteurs de la filière
- Séquelle des expériences négatives antérieures (coopératives)
- Manque de confiance entre les producteurs
- Méconnaissance des formes d'organisation
- Avantage à s'organiser non perçu

La spécificité concernant les oléiculteurs, ressort dans l'enclavement qui est considéré comme contrainte importante et pour les oléofacteurs c'est l'hétérogénéité des huileries qui est considérée comme contrainte.

5.2. Analyse et discussion

5.2.1. Filière organisée de l'huile d'olive

Pour assurer une meilleure commercialisation d'une huile d'olive de qualité les agents déjà actifs (oléiculteurs et oléofacteurs) doivent être organisés. D'un autre côté, la filière doit être renforcée par d'autres agents indispensables (négociants, grossistes, industriels).

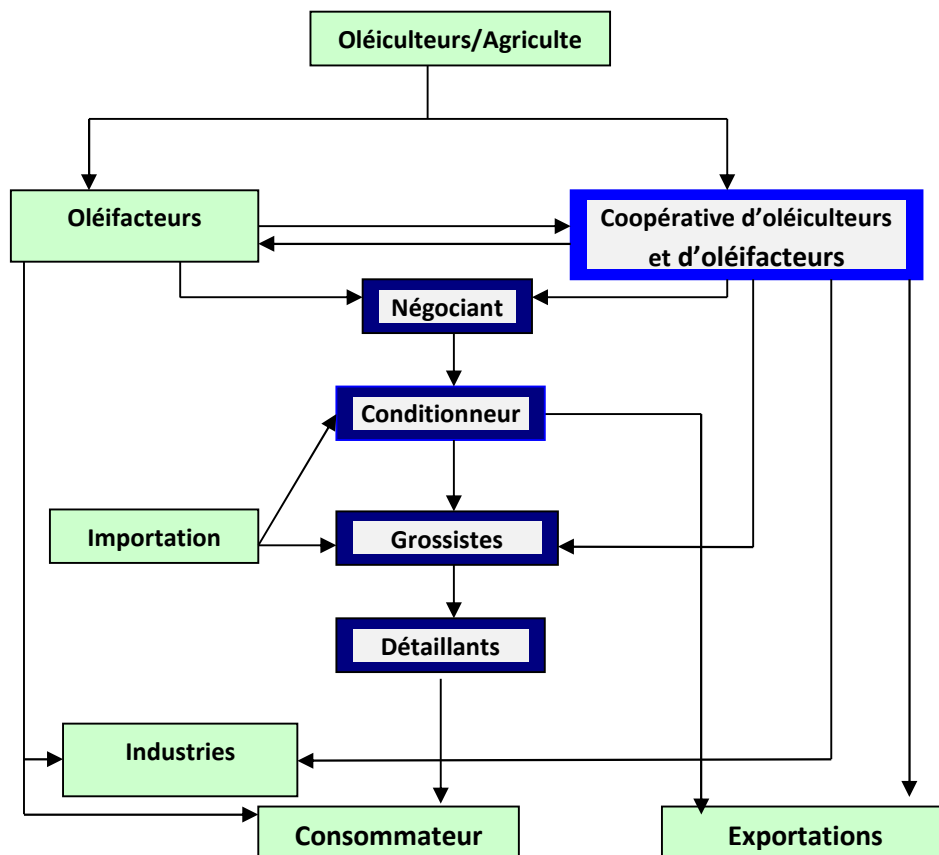


Schéma 6: schéma type de la filière huile d'olive (source: rapport du MADR)

Le renforcement de la filière est pris en charge par le MADR à travers un accompagnement de l'environnement institutionnel, des mécanismes commencent à être mis en place, pour donner une nouvelle impulsion à la filière oléicole. Ces mécanismes portent sur:

- L'accompagnement à la mise en place d'associations oléicoles par wilaya;
- La création de conseils interprofessionnels au niveau local, régional et national regroupant les différents agents de la filière pour aider à produire des outils d'aide à la décision permettant de donner une place prépondérante à la filière.

Par ailleurs, les questions liées à la filière oléicole sont prises en charge par la recherche au niveau des universités et des centres de recherche. Des projets de recherche-développement sont initiés par l'INRAA, l'ITAFV et intégrant les opérateurs économiques (oléiculteurs, oléofacteurs) dans le cadre de la coopération avec le COI et l'UE.

Un réseau de chercheurs se constitue entre les pays du nord et du sud de la méditerranée sur la promotion de la filière oléicole (ENSA, IAM, COI, INRAA);

Des diagnostics sur la filière oléicole, le système coopératif, les conseils interprofessionnels ont été initiés par le MADR, dans le cadre d'un programme de coopération avec l'UE sur la diversification des activités économiques.

Toutes ces actions convergent vers un renforcement de la filière oléicole. Néanmoins, toutes ces études ont fait ressortir ce qui suit:

Le système coopératif (passant du système public au système privé par décret) semble être incompris par les principaux acteurs de la filière (oléiculteurs, oléofacteurs)

Le conseil interprofessionnel oléicole, tarde à être fonctionnel, en raison de sa représentativité remise en cause par les professionnels de la filière.

Les associations locales, sont ignorées, et n'est considérée que l'association de wilaya ayant un agrément⁴³, (il ne peut y avoir qu'une seule association par filière oléicole par wilaya), ne connaissant pas ses réelles prérogatives se substituant parfois au syndicat (ayant les revendications comme seul devoir)

La CAW, souffre d'un manque de moyens financiers et humain pour l'accompagne de la profession.

Il ressort également un manque de coordination entre les différents secteurs (Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural, Ministère du Commerce et Ministère de l'industrie et des mines) pour l'encadrement de la filière.

La qualité de l'huile d'olive ressort comme étant le maillon le plus faible de la filière, ce qui ne permet pas sa valorisation par un label de qualité.

⁴³ Ne peuvent avoir un agrément que les associations dont les membres sont affiliés à la chambre

5.2.2. Analyse et discussion du focus group 1

Tenant compte des contraintes identifiées par les acteurs de la filière (cf, focus group 1) et compte tenu du contexte politique et économique actuel (PRAR), l'une des solutions qui nous semble plausible:

L'organisation des producteurs en associations, groupements ou coopératives, afin de constituer une force de proposition à travers les institutions (CAW, CIO, DSA, Wilaya).

Malgré l'existence de ces institutions, et l'effort consenti par l'Etat, la filière n'arrive pas encore à se structurer

Pour proposer et négocier un programme de développement permettant un accompagnement et un financement pour la levée des contraintes citées précédemment.

5.2.3. Analyse et discussion du focus group 2

Les contraintes identifiées (Cf. focus group 2)

Au niveau de l'exploitation sont d'ordre technique

Ces contraintes ne peuvent être levées que par l'accompagnement en vulgarisation agricole, formation (conduite du verger oléicole, mode et période de collecte et de trituration, ainsi que les contenants pour le transport des olives)

Attribution d'une aide financière au cas par cas (taille de rajeunissement, nouvelles plantations et mécanisation).

Au niveau de l'huilerie:

Malgré la modernisation des huileries ces dernières restent confrontées au comportement des oléiculteurs et des oléofacteurs.

Afin de lever ces contraintes, un guide de bonne pratique doit être élaboré et diffusé aux oléiculteurs et aux oléofacteurs.

Pour les oléiculteurs un guide de bonnes pratiques a été élaboré par l'ITAFV, ne tenant pas compte des oliveraies traditionnelles en zone de montagne

Un guide de bonnes pratiques pour les oléiculteurs, viens d'être élaboré par la MIM, dans le cadre du programme de l'UE sur la diversification des activités économiques.

Il y a lieu également de renforcer le parc huileries (modernes) respectueuses de l'environnement et dotés de laboratoire, avec une bonne répartition spatiale.

5.2.4. Analyse et discussion du focus group 3

Les contraintes identifiées (cf. focus group 3)

Comme indiqué précédemment, la notion de qualité n'est pas encore encrée dans l'esprit des oléiculteurs et commence à peine à être perçu par les oléofacteurs.

Malgré les informations et la sensibilisation en matière d'hygiène, les mauvaises pratiques perdurent. Ces contraintes ne peuvent donc être levées que si le marché s'organise et structure ainsi la filière (cf schéma type de la filière).

5.2.5. Analyse et discussion du focus groupe 4

Les contraintes identifiées (cf. groupe 4), relatives à la non organisation des producteurs.

La spécificité concernant les oléiculteurs, ressort dans l'enclavement qui est considéré comme contrainte importante et pour les oléofacteurs c'est l'hétérogénéité des huileries qui est considérée comme contrainte.

En absence d'une industrie oléicole performante, méconnaissance des normes de qualité et d'un marché structuré (transparent), induit une absence de concurrence entre producteurs (oléiculteurs, oléofacteurs). Prenons en compte cette conjoncture, la nécessité de s'organiser en groupement et ou coopératives ne se fait pas ressentir, par contre la nécessité de s'organiser en association, est plus qu'importante pour résoudre les problème de l'heure qui sont l'enclavement, la qualité, la mise à niveau des huileries et la diffusion des bonnes pratiques oléicoles (exploitations, huileries) et afin d'avoir une bonne représentativité au niveau de la CAW et du Conseil interprofessionnel oléicole.

5.3. Arbre des objectifs

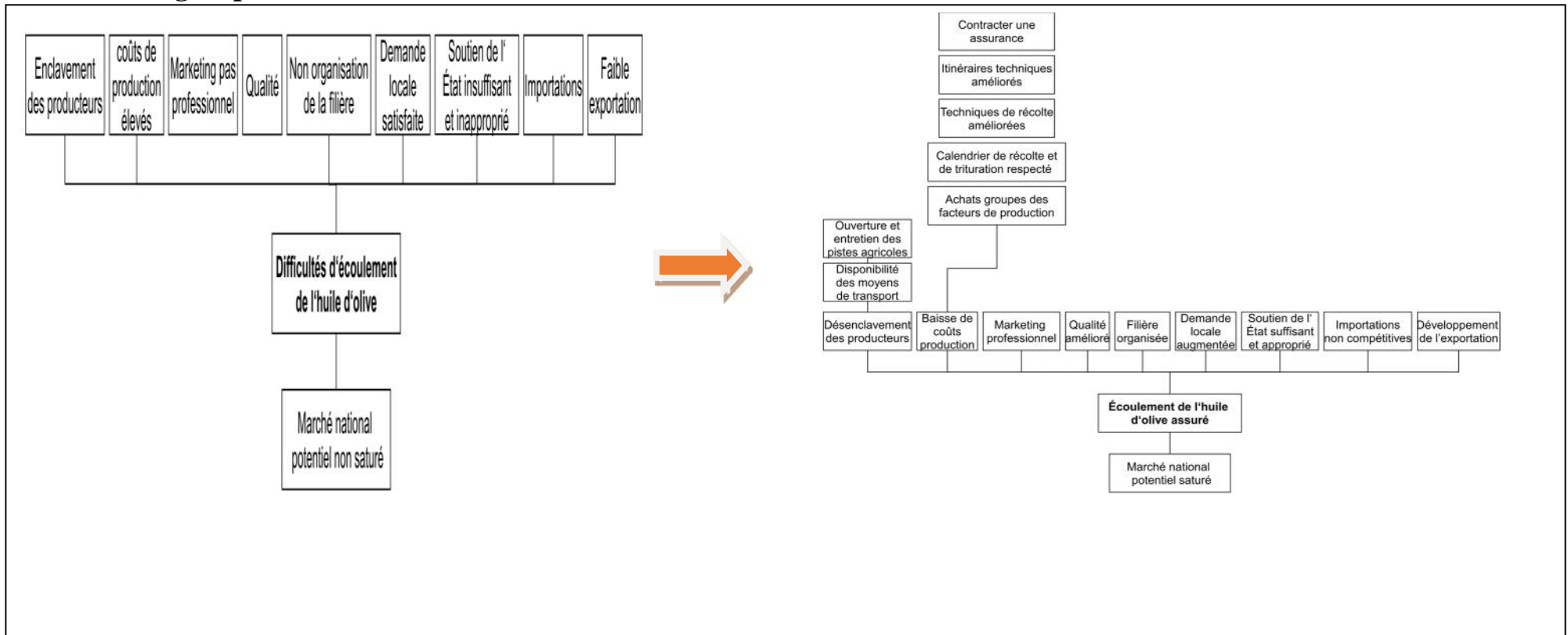
Après analyse et discussion des 4 focus groups, nous présenterons ici pour chaque arbre de problème son arbre des objectifs. Qui est en réalité de positiver les problèmes répertoriés pour chaque arbre.

L'arbre des objectifs, étant un outil de coordination, il a été construit collectivement avec les participants des focus group (c'est-à-dire des concernés),

C'est un outil que nous avons utilisé pour avoir une vision globale du dispositif. Il nous permet de voir plus clairement la logique du projet, il a été pour nous un excellent support d'échanges. Son exploitation peut contribuer directement à la création d'un référentiel d'évaluation. Cet outil peut être utilisé pour une mise en œuvre rapidement dans le cadre de la démarche. Il en constitue le cœur et permet de structurer l'approche évaluative. Il peut aussi faire apparaître des incohérences dans la gestion du projet, comme il permet de constater un cloisonnement interne entre les actions à un même objectif opérationnel ou stratégique.

Construire un arbre d'objectifs est un travail qui exige réflexion et échanges. Dans ce cadre, nous avons réalisé pour chaque arbre des problèmes un arbre d'objectifs au sein d'un petit groupe associant les administrateurs et les acteurs de la filière.

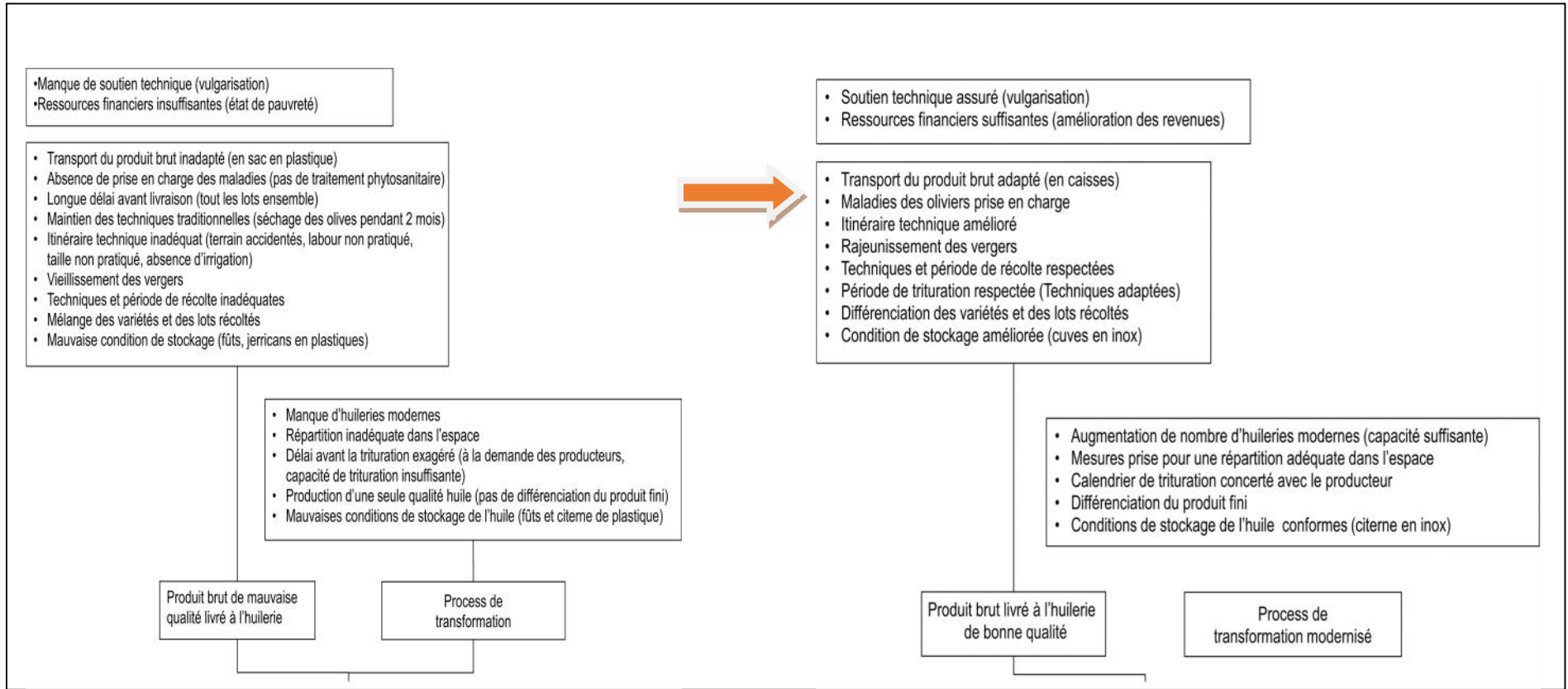
Focus group 1



Source: schéma réalisé par nous même

Schéma 7:arbres des contraintes vs Arbre des objectifs 1

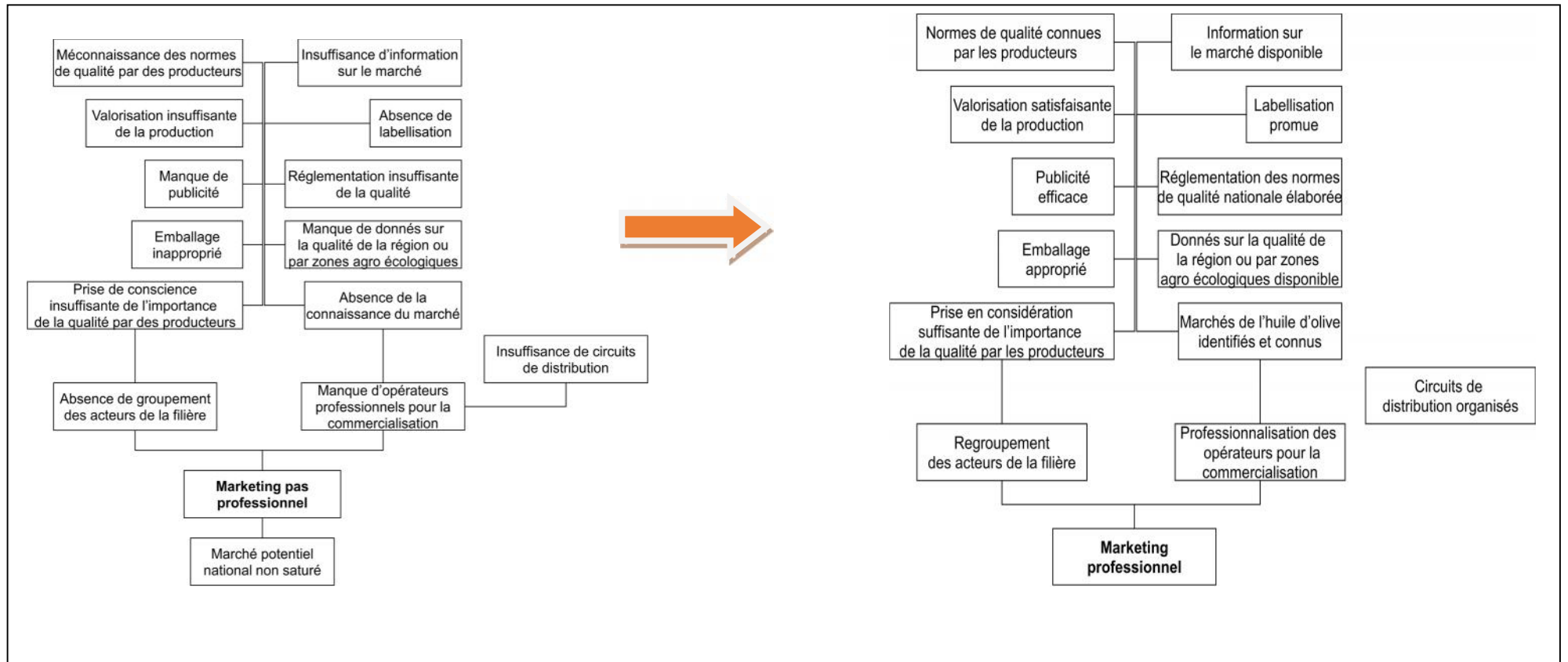
Focus group 2



Source : schéma réalisé par nous même

Schéma 8: Arbre des contraintes VS arbres des objectifs 2

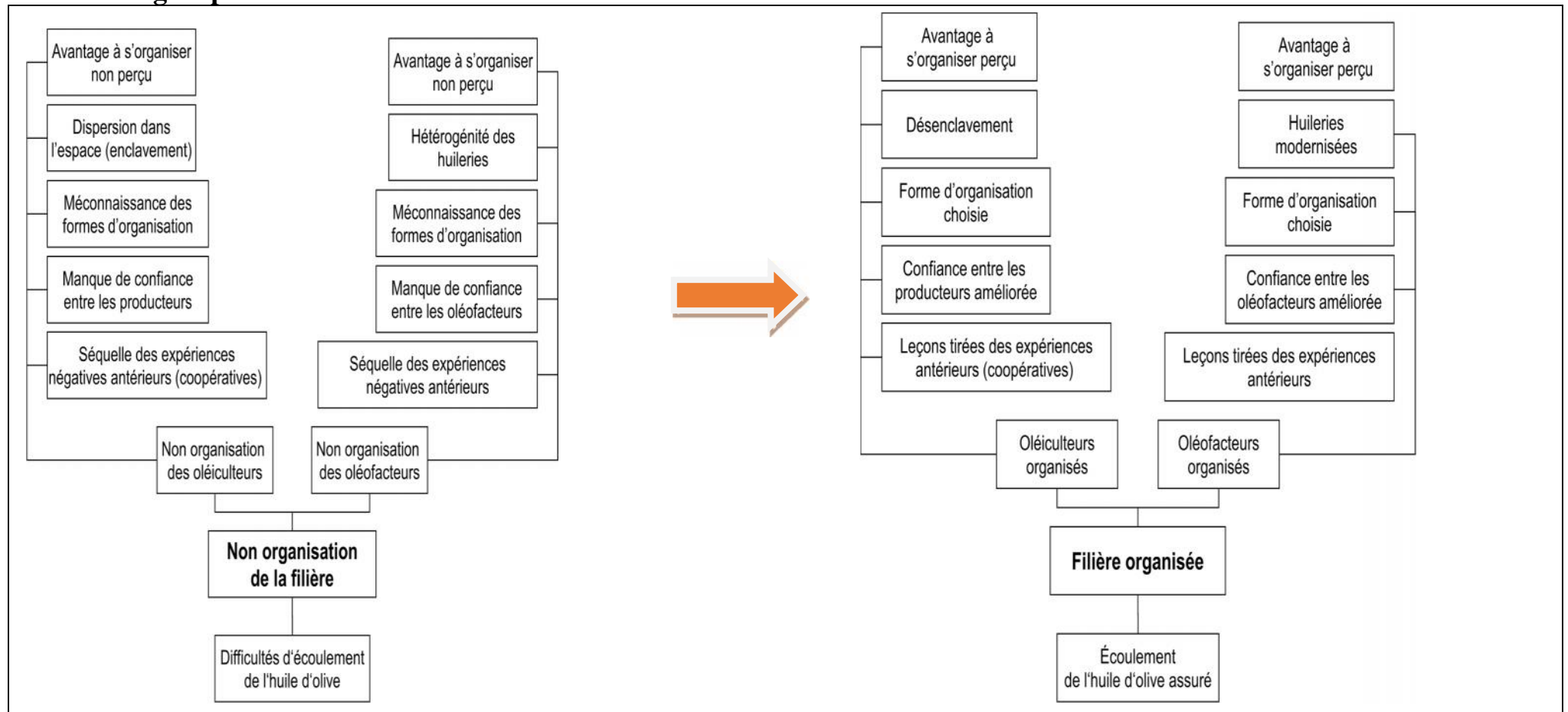
Focus group 3



Source: schéma réalisé par nous même

Schéma 9: Arbre des contraintes VS arbres des objectifs 3

Focus group 4



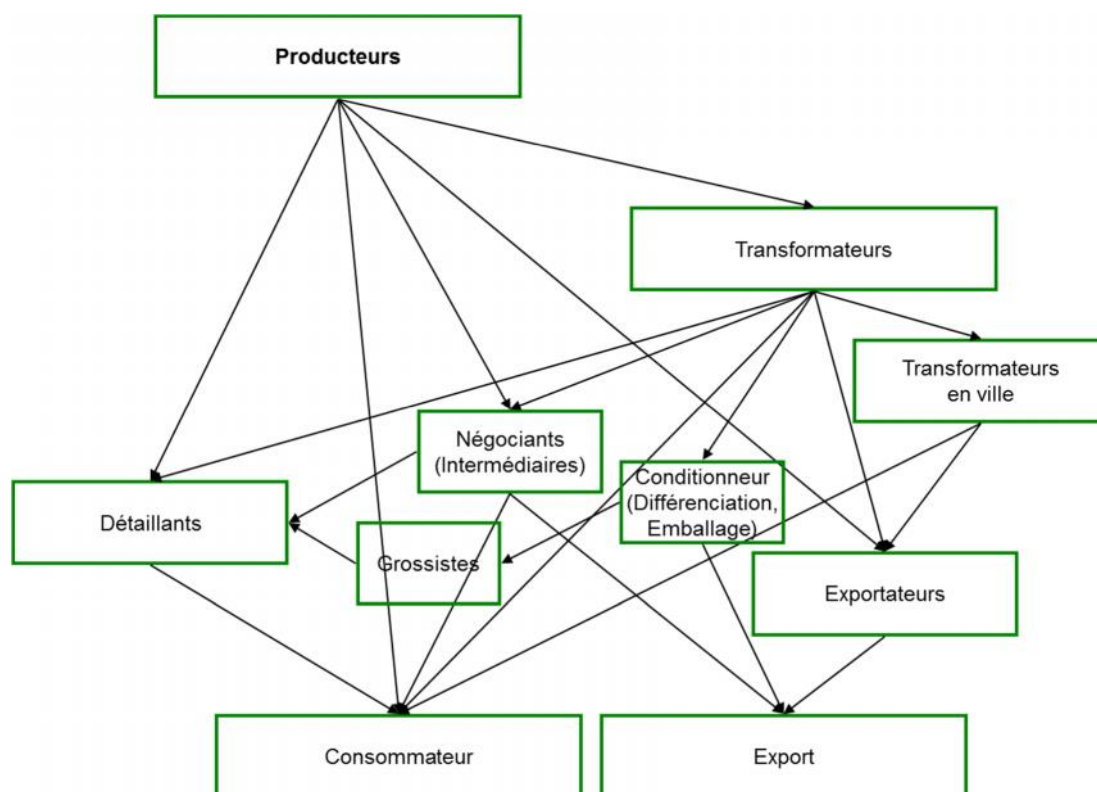
Source: schéma réalisé par nous même

Schéma 10: Arbre des contraintes VS arbre des objectifs 4

5.4. Le Tracé du circuit de commercialisation

Après les focus groupe par catégorie d'acteurs, nous avons tenu un atelier pour la présentation des résultats et la validation avec tous les acteurs (CAW, DSA, Oléiculteurs, Oléofacteurs) et ainsi passer en revue toutes les contraintes entravant la commercialisation de l'huile d'olive.

Sur la base des précédents schémas, un circuit de commercialisation a été élaboré avec les différents acteurs présents (schéma 11).



Source: schéma réalisé par nous même

Schéma 11 : Tracé du circuit de commercialisation de l'huile d'olive

Conclusion générale

L'olivier étant un arbre rustique se retrouve aujourd'hui victime de sa rusticité. En effet, laissé livrer à lui-même sans entretien, notamment en zone de montagne, subissant des chocs environnementaux liés aux stress biotiques (maladies et ravageurs...) et abiotiques (neige, grêle, gel et incendies...), tous ces facteurs ont concouru au dépérissement des vergers oléicoles et en particulier les plus vieillissants tout en mettant en péril la production en termes de quantité et de qualité.

L'absence d'une industrie oléicole performante comme maillon indispensable à la structuration de la filière et l'anarchie des marchés qui a prévalu durant près de 20 ans, ayant été à l'origine de l'inondation du marché national en huile d'olive étrangère, conjuguée à l'instabilité politique observée durant les années 90 en Algérie, ne sont pas sans conséquences sur le développement de cette filière. La filière n'a pas connu un processus de modernisation effectifs y compris avec la mise en œuvre des nouvelles politiques agricoles et rurales (PNDA, PRAR).

Dans la présente recherche nous nous sommes attelés à analyser les contraintes qui ont été à l'origine de cet état de fait (Notre question principale). Nos recherches et investigations nous ont permis d'identifier un certain nombre de réponses à notre questionnement.

Les vergers oléicoles ont connus un regain d'intérêt depuis 2000, avec le PNDA et la PRAR. En effet, des programmes de subvention ont été mis en place pour l'entretien, le rajeunissement des oliveraies, greffage d'oléastres et création de nouvelles plantations, passant de 165 000 ha à 300 000ha au niveau national, suivi d'un programme ambitieux de formation et de vulgarisation. Les projections de l'Etat visant à atteindre un million d'hectares est toujours d'actualité, s'intégrant dans la politique nationale de diversification des activités économiques⁴⁴et l'atteinte des objectifs de la sécurité alimentaire. Ce programme a été accompagné par une mise à niveau et la création de nouvelles huileries modernes.

⁴⁴Cela ne concerne pas uniquement la création d'emplois dans la production d'huile d'olive, mais également pour la valorisation des sous-produits de l'oléiculture (grignons d'olive et margine), pour la préservation de l'environnement et répondre aux termes de référence de l'agenda 21 des Nations Unies.

Des politiques industrielles ont été, par ailleurs, implémentées en vue d'assurer le développement de cette filière et des marchés y afférents.

Notre enquête sur le terrain a permis de relever le faible niveau d'intégration de l'huile d'olive aux circuits commerciaux nationaux et internationaux et ce au regard notamment des carences en matière de qualité, de traçabilité et de l'absence d'une réelle organisation professionnelle au niveau des territoires. De fait, c'est tout le processus de production, de transformation et de commercialisation qu'il a fallu développer. C'est en ce sens que l'Etat a mis en place des mécanismes pour pallier à ces carences et promouvoir le développement et la modernisation de la filière huile d'olive en Algérie, à savoir:

- La promulgation de la loi d'orientation agricole du 8 août 2008,
- La mise en place de **mécanismes d'aides publiques**, financés par le FNDIA et le FNRPA, en faveur de la **modernisation** de cette filière qui, du reste, a été élevé au rang de filière stratégique.
- Le lancement du **Programme de Renforcement de Capacité humaines et d'Assistance Technique** (PRCHAT),
- L'accompagnement à la privatisation des coopératives,
- La création de l'ONILEV et en tant qu'instrument de régulation et d'espace de concertation,
- La création du conseil interprofessionnel oléicole comme espace de concertation et de production d'outils d'aide à la décision.
- La promulgation d'une législation dédiée à la labellisation,
- L'institution d'un groupe formel de dégustation des huiles auprès de l'ITAFV.

Tous ces mécanismes ont eu un effet mitigé en raison de l'absence d'adhésion. Cette faible implication est à mettre au compte des approches utilisées par l'Etat caractérisées par l'asymétrie informationnelle ainsi que par la faiblesse du niveau de transparence et de la participation de la base.

Par ailleurs, en dépit des efforts louables visant à développer les industries d'aval, la filière n'a pas connu l'émergence d'industries oléicoles performantes qui aurait eu pour effet de prendre

en charge la modernisation de la production oléicole ainsi que le développement des circuits nationaux et internationaux de commercialisation.

Cela aurait aussi pu contribuer à la structuration d'une filière moderne, compétitive et durable pouvant faire face à la concurrence régionale et internationale. De même, qu'une telle perspective aurait contribué à réunir les conditions objectives favorables à son intégration dans les négociations en cours au sein de l'OMC.

Bibliographie:

Actes des Journées Scientifiques (27 et 28 Mars 2012) "Regards croisés tuniso-espagnols et réflexions pour le développement du secteur oléicole" Tunisie Hammamet.

Amri, 2010; Mise en œuvre de l'approche participative comme outil de planification locale

Association Française Interprofessionnelle De l'OLive - "le marché mondial de l'huile d'olive", AFIDOL-Mars 2013 N°20. www.huilesetolives.fr/www.afidol.org

Association Française Interprofessionnelles De l'OLive. "Le marché de l'huile d'olive et des olives : "situation & perspectives", AFIDOL 2012.

Azzabi. M,"Analyse stratégique de la filière Olives et Huile d'Olives", Rapport DIVECO Europe Aid/129544/C/SER/DZ/2011

Bahlloul. A, Organisations professionnelles agricoles (OAP) et valorisation des produits de terroir en Algérie- cas de l'huile d'olive de la wilaya de Béjaia- Master II, IAAM, **2013**

Bekakria. D., Performance et analyse économique de la filière huile d'olive dans quelques communes de la wilaya de Bouira (Aghbalou, Saharidj, El Esmam, el adjiba et Bechloul) master of science IAMM Montpellier, **2013**

Besnard G. Génétique et évolution des plantes en milieu méditerranéen et tropical, thèse de doctorat, Université de Lille, 2009

Blottiere. M.J., Les productions algériennes ; Cahier du centenaire de l'Algérie IX. Publications du Comité national, Métropolitain du centenaire de l'Algérie, SD, p.25

Boudi, Chehat, Cheriet (2013). Compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie: cas de la wilaya de Béjaia

Breton C., Reconstruction de l'histoire de l'olivier (*Olea europaea* subsp. *europaea*) et de son processus de domestication en région méditerranéenne, étudiés sur des bases moléculaires. Thèse doctorale. Université Paul Cézanne, AIX-MARSEILLE, 2006.

Carrel, 2008: La Démocratie Participative dans les Quartiers Populaires, Obstacles et Leviers dans les Cahier du Pole

Chouaki. S., Cherfaoui ML., Ait Hamlat-Ouferhat N., Situation et perspectives du développement rural en zone de montagne (cas de quatre villages du massif des Bibans). ISBN : 9947-0-1521-1 ; 2006.

Chouaki. S. and al: Renforcement des moyens d'existence des ménages et développement rural, cas de quatre villages du massif des Bibans commune d'Ighil Ali / Wilaya de Bejaia. ISBN : 978-9961-6-1 ; 2008.

COI, Statistiques 2004/Chiffres du marché mondial des huiles d'olive- international
www.internationaloliveoil.org

COI, Catalogue Mondial des Variétés d'olivier, 2000.

COI, Méthodologie pour la caractérisation primaire des variétés d'olivier. Projet RESGEN-CT (67/97), Union Européenne/ Conseil Oléicole International. 1997

Commission Européenne, Direction générale de l'agriculture et du développement rural
.Dernière mise à jour: juillet 2012 dans Economicanalysis_fr

Dimitrios.N, Baourakis.G, Thabet.B et Manthoulis.G: Commerce et logistique : Le cas de la filière huile d'olive, **Revue MEDITERRA 2014, Chapitre 11**
ciheam.org/images/CIHEAM/PDFs/Publications/Mediterra/2014/mediterrera_chap11.pdf

FAO. Une méthode d'évaluation des filières agro-alimentaire. SD.
<http://www.fao.org/wairdocs>

Faustom. L., Allocution du Directeur Exécutif du Conseil Oléicole International ; Séminaire international sur l'olivier "Acquis de recherche et contraintes du secteur oléicole", Marrakech 14-16 mars 2002 MAROC.

FILLAHA INNOV Pour la modernisation de l'oléiculture en Algérie,**revue N°4, Avril-mai 2009-** www.fillaha-dz.com

GTZ, 1983, in Chapitre 5 - Comment identifier les solutions des problèmes,
<http://www.fao.org/>

Grenouillet, Tounsi , "Renforcement des capacités de gestion et de conseil des organisations professionnelles de l'agro-alimentaire", Rapport DIVECO, Europe Aid/129544/C/SER/DZ/2012

Hadidou,Oukabli, Moudaffar, Mamouni, Gaboun, .Mekaoui, H'ssaini, El Fechtali; Evaluation des performances de production de 14 variétés d'olivier (*Olea europaea* L.) Nationales et méditerranéennes dans deux systèmes contrastés de culture (pluvial et irrigué) au Maroc ; Al AwAmiA 127 - 2013, page 23-43.

Hugon.P. La méso-économie institutionnelle et l'agriculture africaine: le cas de la filière coton. XIIIème séminaire d'économie et de sociologie rurale, CIRAD, 7-8-9 septembre 1992.

Juglar, Azzabi, Moussouni, Bouchetata, "Analyse stratégique de la filière Olives et Huile d'Olives", Rapport DIVECO Europe Aid/129544/C/SER/DZ/2011.

Karray B., Enjeux de la filière oléicole en Tunisie et axes de développement dans le nouveau contexte politique. Les notes d'analyse du CIHEAM, N°66-avril 2012.

Laaribi, M., Mezghani A., Mars M., Labidi F., et ben Amar F., Variabilité morphologique observée au niveau d'une descendance d'oliviers issue d'autofécondations (*Olea europaea* L.). Revue Ezzaitouna 13 (1 et 2) 2012

Malassis L., « Economie agro-alimentaire. Economie de la consommation, la production agro-alimentaire », CUJAS, PARIS Tome I.1979

Medjras. N., Impacts prévisibles de l'intégration de l'Algérie dans la zone de libre-échange Union-Européenne / pays tiers méditerranéens sur la filière huile d'olive. Magister à l'INA El Harrach - 2006-2007.

Mettrick. h., Le cours ICRA : Centre International pour la Recherche Agricole orientée vers le développement;

Morgane, 2001: L'approche participative fondements et principes théoriques application a l'action humanitaire

Observatoire National des Filières Agricoles et Agroalimentaire (INRAA) Bulletin N°01, "Marché international de l'huile d'olive" Mai 2014.

Ouazzani N., Lumaret R. Villemurp., Apport du polymorphisme alloenzymatique à l'identification variétale de l'olivier (*Olea europaea* L). Agronomie, 1995, 15, 31-37

Rapport DSA de Bejaia, 2014

Rapport sur l'analyse de la filière oléicole ; formation des cadres du MADR en coopération avec GEOMAR CANADA 2006

Saidi.A , Les systèmes agroalimentaires localisés face à l'insécurité alimentaire : Le cas du Système Oléicole dans l'Espace Saïs-Meknès au Maroc. *Thèse de doctorat en Sciences économiques, Université de Grenoble, France, décembre 2011.*

Terral JF, Alonso N, Buxo i captevila r, Chatti N, Fabre L, Fiorentino G, Marinval P, Perez Jorda G, Rovira N, Alibert P. Historical byogeography of olive domestication (*Olea europaea* L.) as revealed by geometrical morphometry applied to biological and archaeological material. *Journal of Biogeography* 31, 2004 : 63-77

Thabet. B et Laajimi. A. L'huile d'olive : un produit méditerranéen à valoriser davantage. Les notes d'alerte du CIHEA N°14 – 20 juin 2006

Trigui A., L'amélioration génétique de l'olivier: méthodologie et résultats préliminaires obtenus en Tunisie, Revue Ezzaitouna 2 (1 et 2), 1996, 103.