

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou



Faculté des Sciences Biologiques et des Sciences Agronomiques

Département des sciences agronomiques

Mémoire de fin d'études

En vue d'obtention du diplôme de master

Filière : Sciences Alimentaires

Spécialité : Sécurité Agroalimentaire et Assurance Qualité

Thème :

***Positionnement stratégique de la filière oléicole
en Algérie.***

Présenté par : M^r. HAMIDI Hamza

Membre du jury :

Président : M^r. BOUZOURENE A.

Promoteur : M^r. OUNNACI R.

Examinatrice : M^{me} KHALI L.

Année universitaire 2021-2022

Remerciements

C'est avec un grand plaisir que je réserve cette page en signe de gratitude et de reconnaissance aux personnes ayant contribué à la réalisation de ce mémoire.

*Je tiens à remercier **Mr. OUNNACI Rezk**i pour son encadrement, son orientation et ses efforts afin que je puisse mener à bien ce projet.*

Mes sincères remerciements aux membres de jury de me faire honneur de juger ce mémoire.

J'adresse ma profonde gratitude à tout l'ensemble du corps professionnel et administratif de la faculté des sciences biologiques et des sciences agronomiques ayant contribué à ma formation.

*En fin, mes remerciements les plus profonds vont à ma **famille** et à mes **amis** et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce modeste travail.*

Hamza HAMIDI

Listes des abréviations

ALGERAC : Organisme Algérien d'Accréditation

AOP : Appellation d'origine protégée

BNA : Banque national d'Algérie

CACI : Chambre algérienne de commerce et d'industrie

CACQE : Centre Algérien de Contrôle de la Qualité et de l'Emballage

COI : Conseil oléicole internationale

DSA : Direction des services agricoles

FAO : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture

HA : Hectares

HGOR : Huile de Grignon d'Olive Raffiné

HOR : Huile d'Olive Raffiné

HOV : Huile d'Olive Vierge

IG : Indication géographique

IGP : Indication géographique protégée

JORA : Journal officiel de la république algérienne

MADR : Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural

OMS : Organisation mondiale pour la Santé

ONACO : Office national de commercialisation

ONAPO : Office national algérien des produits oléicoles

SAU : Surface agricole utile

UE : Union européenne

Liste des tableaux et figures

Liste des tableaux

Tableau 1:Objet de différents décrets et arrêté publié dans JORA	3
Tableau 2:Comparaison entre la législation Algérienne et la norme de COI.....	19
Tableau 3: Superficies des principaux pays producteurs depuis 2013 (Surfaces en ha) ..	37
Tableau 4: Evolution des importations d'huile d'olive sur certains principaux marchés	42
Tableau 5:Importation d'huile d'olive (y compris les huiles de grignons d'olive) (t)	43
Tableau 6:Evolution des exportations d'huile d'olive dans les principaux marchés, par pays d'origines	44
Tableau 7:Singes de qualité enregistrés sur le registre européen par les pays producteurs méditerranéens	47

Listes des figures

Figure 1:Répartition du verger oléicole mondiale.....	34
Figure 2: Evolution du verger mondiale	35
Figure 3: Evolution de la production mondiale	38
Figure 4:Evolution de la consommation mondiale	45

Sommaire

Remerciements

Liste des abréviations

Liste des tableaux et figures

Introduction et problématique.....1

Chapitre I : Evolution des exigences réglementaires publiques

1.	Evolution de la réglementation oléicole en Algérie (1963 à 2017)	3
1.1	Décrets portant ratification et publication de différents accords internationaux sur l'huile d'olive et les olives de table	3
1.2	Arrêté du 06 Mai 1964 fixant les règles applicables à la normalisation des huiles d'olive à leur sortie d'Algérie.....	5
1.3	Décrets et arrêtés relatif à la commercialisation des huiles d'olives.	6
1.4	Décrets portant sur l'organisation des compagnes oléicoles	9
1.5	Arrêtés interministériels fixant les prix aux différents stades de la distribution des huiles d'olives.....	12
2.	L'évolution de la filière oléiculture depuis l'indépendance à ce jour	13
2.1	La filière oléiculture De 1962 à 1971	13
2.2	L'oléiculture durant la période 1971 à 1982.....	13
2.3	L'oléiculture Durant la période de 1982 à 1990	14
2.4	L'oléiculture de 1990 à 2000	14
2.5	L'oléiculture de 2000 à 2012	14
2.6	L'oléiculture aujourd'hui	15

Chapitre II : Les normes internationales

1.	Le Conseil oléicole international COI.....	16
2.	Le codex Alimentarius	17
3.	La norme du codex et la norme commerciale du COI :	18
3.1	Norme pour les huiles d'olive et les huiles de grignons d'olive	19
3.2	Norme commerciale applicable aux huiles d'olives et aux huiles de grignon d'olive	24
4.	La synthèse de chapitre 01 et le chapitre 02 :	31

Chapitre III : Le marché internationale de l'huile d'olive

1. Le verger oléicole mondial	34
1.1 Localisation.....	34
1.2 Évolution du verger oléicole mondiale.....	35
1.3 Evolution du verger des principaux pays producteurs	35
2. La production oléicole mondiale.....	37
2.1 Estimation campagne 2021-2022.....	38
2.2 Prix à la production	40
2.2.1 Huile d'olive vierge extra	40
2.2.2 Huile d'olive raffinée	41
3. Evolution des importations d'huile d'olive	41
3.1 La campagne oléicole 2021/22	42
4. Evolution des exportations d'huile d'olive.....	43
5. Evolution de la consommation mondiale de l'huile d'olive.....	44
6. Positionnement de l'huile d'olive à qualité spécifique dans le commerce global.	45
6.1 Les indications géographiques : une alternative viable pour la valorisation des produits de terroir et de l'huile d'olive en particulier ?	45
6.2 Indications Géographiques oléicoles	46
6.3 Le cas de l'Algérie	48
6.3.1 Spécificité du marché interne et perceptions de la qualité par les consommateurs algériens : quels atouts ?.....	48
6.3.2 La Kabylie à l'épreuve des signes de qualité et de l'origine	49

Chapitre IV : La matrice SWOT

1. La matrice SWOT	51
2. L'analyse SWOT de la filière oléicole en Algérie.....	52
2.1 Les Forces et faiblesses de la filière	52
2.2 Les Opportunités et Menaces de la filière :	55
3. Axes de développement et perspectives d'avenir de la filière oléicole.....	55
Conclusion générale.....	57

Références bibliographiques

Résumé

Introduction et problématique

Introduction et problématique

L'huile d'olive est un produit qui bénéficie d'une image positive de par ses bienfaits sur le plan de la nutrition et de la santé. Enracinée dans la culture alimentaire méditerranéenne depuis plusieurs siècles, elle possède une dimension patrimoniale, une valeur marchande et une valeur d'usage étroitement liée aux foyers de domestication et aux modèles de développement économique (Serra, 2009 ; Terral et al., 2009).

Les produits de terroirs, représentent un marché très porteur qui n'est malheureusement pas développé dans certains pays. L'Algérie est l'un des pays où la notion du terroir et l'aire d'origine sont encore à leur début, qui souffrent entre autres d'un manque d'organisation et de structuration, y figure l'oléiculture considérée comme une des filières stratégiques. La nécessité de redynamiser cette filière est ainsi devenue un objectif majeur. Par ailleurs, l'intérêt d'une analyse du secteur oléicole provient également du fait que la filière oléicole connaît un essor économique.

La filière oléicole algérienne montre, depuis des décennies, des signes de crise ; caractérisant un système traditionnel peu compétitif en raison des conditions géomorphologiques (dans les zones de montagne) et institutionnelles (faible soutien). La faible organisation de la filière traditionnelle, qui produit l'essentiel de l'huile d'olive, se conjugue avec des structures de production peu compétitives, morcelées et faiblement entretenues. (Hajou L., et al, 2013)

Les signes officiels de qualité et les labels sont, actuellement, peu connus et les habitudes de consommation locale et nationale ne favorisent pas l'adoption d'une huile dont le goût serait standardisé en fonction des normes internationales. L'origine géographique exerce une influence sur les préférences du consommateur et sur ses décisions d'achat (Van der Lans, et al., 2001). Pour (Bérard, et Marchenay, 2000), les produits de terroir croisent l'espace, le temps et reposent sur des savoirs et des pratiques partagés.

En effet, l'huile de Kabylie est très acide, ce qui correspond au goût des consommateurs nationaux, mais ne correspond pas aux normes établies à l'international (Lamani, et Ilbert, 2016). En fait, la qualité de l'huile d'olive produite est altérée par les procédés de transformation archaïques et les mauvaises conditions de récolte (gaulage) et de stockage (Hajou, 2013).

C'est dans ce contexte que nous avons inscrit ce travail de recherche, qui part de la question centrale suivante : **quel est le positionnement stratégique de la filière oléicole en Algérie ?**

Dans ce travail nous allons essayer de mettre en émergence le positionnement stratégique de la filière oléicole en Algérie. Ceci afin de déterminer le devenir proche et les actions correctives à prendre.

Afin de mener ce travail nous avons organisé notre manuscrit comme suit :

Le premier chapitre s'est porté sur l'évolution des exigences réglementaires publiques.

Le deuxième chapitre traite les normes internationales.

Le troisième chapitre porte sur le marché international de l'huile d'olive.

Le quatrième chapitre sur l'analyse SWOT de la filière oléicole en Algérie.

Chapitre I

Evolution des exigences réglementaires publiques

1. Evolution de la réglementation oléicole en Algérie (1963 à 2017)

En Algérie, de 1963 à 2017, plusieurs textes réglementaires sous forme de décrets, d'arrêtés, ou de décision ont été élaborés. A savoir¹ :

Décrets / Arrêté et son objet	Ministère
Décrets portant ratification et publication de différents accords internationaux sur l'huile d'olive et les olives de table	Ministère des affaires étrangères
Arrêté du 06 Mai 1964 fixant les règles applicables à la normalisation des huiles d'olive à leur sortie d'Algérie.	Ministère de l'économie national
Décrets et arrêtés relatif à la commercialisation des huiles d'olives.	Ministère de l'économie national Ministère du commerce Ministère de l'agriculture
Décrets portant sur l'organisation des compagnes oléicoles	Ministère de l'agriculture
Arrêtés interministériels fixant les prix aux différents stades de la distribution des huiles d'olives	Ministère du commerce Ministère de l'agriculture

Source : JORA.dz

Tableau 1:Objet de différents décrets et arrêtés publiés dans JORA

1.1 Décrets portant ratification et publication de différents accords internationaux sur l'huile d'olive et les olives de table

- **Décret n° 63-370 du 14 Septembre 1963**, portant publication de l'accord international sur l'huile d'olive du 20 avril 1963. Son objectif premier était de stimuler la coordination internationale des politiques de production, d'industrialisation et de commercialisation dans le secteur oléicole et de stabiliser et développer les échanges commerciaux.
- **Décret n° 80-97 du 06 Avril 1980**, portant ratification de l'accord international de 1979 sur l'huile d'olive. Le troisième accord est entré en vigueur définitivement en janvier 1981 et a expiré en décembre 1986.

¹ <https://www.joradp.dz/HFR/Index.htm>

Il s'agit du premier accord international sur des produits de base à faire référence à la résolution I (III) de la Conférence de négociation des Nations unies sur un fonds commun dans le cadre du programme intégré pour les produits de base. Ce fonds devait par la suite jouer un rôle important dans l'action du COI.

- **Décret n° 87-280 du 22 Décembre 1987**, portant ratification de l'accord international sur l'huile d'olive et les olives de table, fait à Genève le 1er juillet 1986. Pour la toute première fois, le titre de l'accord mentionnait non seulement l'huile d'olive mais aussi les olives de table et intégrait des références et des mesures spécifiques pour ce produit, qui avait toujours été éclipsé par l'huile d'olive. Les activités techniques et promotionnelles ont également été renforcées.²
- **Décret Présidentiel n° 07-11 du 14 Janvier 2007**, portant ratification de l'accord international de 2005 sur l'huile d'olive et les olives de table, fait à Genève, le 29 avril 2005. L'accord de 2005 a mis l'accent sur l'établissement de relations plus étroites avec le secteur privé et sur le rapprochement des représentants de l'industrie et des institutions afin de trouver des solutions aux inquiétudes et problèmes du secteur oléicole. Elle a accordé une importance encore plus grande à la qualité des produits, qui est considérée depuis lors comme un argument clé pour promouvoir l'huile d'olive et les olives de table auprès des consommateurs et pour contribuer à équilibrer l'offre et la demande. Enfin, la protection et la conservation de l'environnement ont été considérées comme des priorités absolues pour améliorer l'impact environnemental de l'oléiculture et de l'industrie de l'huile d'olive et des olives de table.³
- **Décret Présidentiel n° 17-229 du 08 Août 2017**, portant ratification de l'accord international de 2015 sur l'huile d'olive et les olives de table, fait à Genève, le 9 octobre 2015. L'Accord vise, l'uniformisation des législations nationales et internationales relatives aux caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques des huiles d'olive, des huiles de grignons d'olive et des olives de table afin d'éviter toute entrave aux échanges. Il vise également à mener des activités en matière d'analyse physico-chimique et organoleptique pour améliorer la connaissance des caractéristiques de composition et de qualité des produits oléicoles, en vue du regroupement des normes internationales. Ces normes internationales permettent le contrôle de la qualité des produits, les échanges commerciaux internationaux et leur développement, la protection des droits

² : <https://treaties.un.org/doc/Publication/UNTS/Volume%201445/volume-1445-I-24591-French.pdf>

³ https://unctad.org/fr/system/files/official-document/tdoliveoil10d6_fr.pdf

du consommateur et la prévention des pratiques frauduleuses et trompeuses et l'adultération.

Elle vise aussi le renforcement du rôle du Conseil oléicole international en tant que centre mondial de documentation et d'information sur les oliviers et leurs produits et en tant que point de rencontre de tous les opérateurs du secteur, la coordination des études et des recherches sur les valeurs nutritionnelles et autres propriétés intrinsèques de l'huile d'olive et des olives de table et la facilitation de l'échange d'informations sur les échanges commerciaux internationaux.^{4 5}

1.2 Arrêté du 06 Mai 1964 fixant les règles applicables à la normalisation des huiles d'olive à leur sortie d'Algérie.

Pour être admises à l'expédition hors d'Algérie les huiles d'olive doivent être pures, c'est-à-dire exemptes de tout mélange avec d'autres corps gras où produit de quelque nature qu'ils soient.

Les huiles d'olives sont classées suivant leurs caractéristiques dans l'un des types commerciaux suivants :

Huile d'olive vierges, ne pourront être exportées que les huiles extraites d'olives uniquement par des procédés mécaniques n'ayant subi aucun traitement physique, chimiques ou mélange avec d'autres huiles d'autres nature ou obtenues de façon différente en vue d'en modifier le goût, l'acidité ou la couleur. Elles sont classées dans l'une des qualités suivantes, extra, fine, courante, lampante.

Huile d'olive raffiné, sont obtenus par raffinage d'huiles vierges.

Huile pure d'olive, Sont des mélanges d'huile d'olive vierge et huile d'olive raffiné.

Huile de grignon d'olives, Les huiles extraites des tourteaux ou grignon d'olive par solvant sont exportées sous l'appellation huile de grignons d'olives et obligatoirement classées dans l'une des deux qualités suivantes : naturalisables où acides.

Huile de grignon d'olive raffinée, Elles sont rendues comestibles par le traitement physique ou chimique qui en diminue l'acidité et améliorent la qualité.

⁴ <https://www.aps.dz/economie/62842-huile-d-olive-et-olives-de-table-la-ratification-de-l-accord-international-de-2015-publiee-dans-le-journal-officiel>

⁵ https://unctad.org/system/files/official-document/tdoliveoil11d5_fr.pdf

Huile de grignon raffiné et d'olive, leur acidité exprimée en acide oléique ne peut pas dépasser 2 g pour cent.

Les huiles d'olives d'Algérie destinés pour l'exportation dans des emballages solides propres et sans odeur. Chaque expédition d'huile d'olive donnera lieu à un prélèvement d'échantillon qui pourra être effectué dans les conditions fixées par les textes officiels régissant les modalités des prélèvements d'échantillons en matière de répression des fraudes.

1.3 Décrets et arrêtés relatif à la commercialisation des huiles d'olives

- **Décret n° 64-7 du 11 Janvier 1964**, relatif à la commercialisation des huiles d'olives d'origine algérienne. L'office nationale de commercialisation est tenu de prendre en charge, aux conditions et prix établies par arrêté du ministre de l'économie nationale, toute les quantités d'huiles d'olive d'origine et de provenance Algérienne qui seront présentées à ces dépôts ou organismes stockeurs désigné dès lors que la marchandise proposée est de qualité loyale, saine et marchande, conforme à la réglementation sur la qualité en vigueur.

L'exportation des huiles d'olives de production algérienne relève de la compétence de ce dernier. Des prix spéciaux pour les huiles de qualité correspondante aux normes internationales, et conditionné en petites emballage.

- **Arrêté du 11 Janvier 1964**, relatif à la commercialisation des huiles d'olives, des grignons et des huiles de grignons.

L'exportation des huiles d'olives de production algérienne relève exclusivement de la compétence de l'office national de commercialisation.

Des décisions individuelles fixeront des prix spéciaux pour les huiles d'olives de qualité correspondantes aux normes internationales, conditionnées en petites emballages.

Les stockeurs agréés sont autorisés percevoir une marge brute de 3 NF par quintal pour les livraisons de ces huiles. Cette marge couvre notamment les frais des emballages de l'acheteur ou dans ceux du vendeur consignés et mise sur wagon ou camion, porte dépôt ONACO ou dépôt stockeurs agréés.

- **Arrêté du 11 Janvier 1964**, relatif à la commercialisation des grignons et des huiles de grignons.

Le prix de cession des grignons d'olives à l'industriel extracteur est fixé de 3,5 NF le quintal, marchandise nue rendue porte d'usine d'extraction, base 8% d'huile et 30% d'humidité maximum.

Les industriels extracteurs pourront refuser toutes les livraisons de grignons faites chaque année après le premier juin.

Les fabricants de savons sont mis dans l'obligation d'incorporer dans leurs productions une proportion moyenne de 20% d'huiles de grignons.

- **Décision du 11 Janvier 1964**, fixant les conditions d'intervention de l'office national de commercialisation en matière de commercialisation des huiles d'olives de production algérienne.

A partir du 15 décembre 1963 les prix d'achat des huiles d'olives de production Algérienne par l'ONACO sont fixés selon la qualité de l'huile d'olive.

Ces prix s'entendent marchandise nue rendue tous dépôt de l'organisme acheteurs.

Les prix des huiles d'olives titrant plus de 12° d'acidité sont librement débattu entre le producteur et l'ONACO.

- **Arrêté du 15 Janvier 1964 et Arrêté du 30 Janvier 1964**, relatif à la commercialisation des huiles d'olives.

Les prix limites de cession par l'ONACO des huiles d'olives destinées à la consommation intérieure sont fixés selon le type de l'huile d'olive et le client visé (les raffineurs et les commerçants).

Les organismes stockeurs agréés ou l'ONACO sont autorisés à percevoir sur les huiles d'olive livrés à partir de leurs cuves et destinées au marché intérieur une marge brute de 5 NF par quintal. Cette marge couvre notamment les frais de mise en fût dans les emballages, de l'acheteur ou dans ceux du vendeur consignés et mise sur wagon ou camion porte dépôt ONACO ou dépôt organisme stockeurs agréés.

Les marges commerciales limites applicables aux huiles d'olives sont fixées selon le type de circuit : long ou court.

- **Décret n° 64-122 du 14 Avril 1964**, réglementant le commerce des huiles d'olive.

Il est interdit de détenir ou de transporter en vue de la vente, de mettre en vente ou vendre sous la dénomination « huile d'olive » une huile ne provenant pas exclusivement du fruit de l'olivier.

Selon leurs caractéristiques ou selon la méthode de mise en place pour leur obtention on distingue :

L'huile d'olive vierge (est classé en extra, fine, courante et lampante), l'huile d'olive raffiné, les huiles d'olive pure (est classé en extra fine, surfine et fine), les huiles de

Grignon raffinés et d'olive et les huiles d'olive industrielle (classées en première catégorie et deuxième catégorie).

Dans tous les établissements où s'exerce le commerce de l'huile d'olive destinée à l'alimentation, et récipient ou les emballages qui la contiennent doivent porter une inscription indiquant en caractère apparent, soit le poids net ou le volume soit le poids brut et la tare d'usage.

L'emploi de toute indication dans tout signe de toute appellation ou marque commerciale susceptible de créer une confusion dans l'esprit de l'acheteur sur la nature, la qualité ou l'origine d'une huile d'olive est interdit en toute circonstance et sous quelque forme que ce soit.

- **Décision du 24 Décembre 1964**, fixant les conditions d'intervention de l'office national de commercialisation en matière de commercialisation des huiles d'olives de production algérienne.

Les prix d'achat des huiles d'olives de production algérienne par l'office national de commercialisation pour la campagne 1964-1965 dépendent de type de l'huile d'olive commercialisée.

Les prix des huiles d'olive livrées aux dépôts de l'ONACO, autre que les organismes stockeurs sont minorés de 3 DA par quintal.

- **Décret n° 65-284 du 17 Novembre 1965**, complétant le décret n° 64-122 du 14 avril 1964 réglementant le commerce des huiles d'olive.

Les huiles d'olive raffinées sont les huiles obtenues par le raffinage des huiles d'olive vierges. L'emploi du procédé dit "d'estérification" est interdit dans les opérations de raffinage des huiles d'olive. L'acidité des huiles d'olive raffinées exprimée en acide oléique ne doit pas dépasser 0,5 g pour 100 g.

- **Décision du 26 Décembre 1968**, fixant les conditions d'intervention de l'office national de commercialisation en matière de commercialisation des huiles d'olives pour la campagne 1968-1969.

Les prix d'achat des huiles d'olives de production algérienne par l'office national de commercialisation sont fixés pour la campagne 1968-1969 dépendent de type de l'huile commercialisée.

Les prix des huiles d'olive livrées aux dépôts de l'ONACO, autre que les organismes stockeurs sont minorés de 3 DA par quintal.

Les prix des huiles d'olive titrant plus de 8° d'acidité sont librement débattus entre le producteur et l'ONACO.

- **Décision du 04 Décembre 1969**, fixant les conditions d'intervention de l'office national de commercialisation en matière de commercialisation des huiles d'olives pour la campagne 1969-1970.

Les prix d'achat des huiles d'olives de production algérienne sont fixés par l'office national de commercialisation pour la campagne 1969-1970. Ces derniers dépendent du type de l'huile commercialisée.

1.4 Décrets portant sur l'organisation des campagnes oléicoles

- **Décret n° 72-72 du 21 Mars 1972**, organisant la campagne oléicole 1971-1972.

Les conditions de commercialisation des olives, et de cession de l'huile d'olive par l'office nationale des produits oléicoles ONAPO pour la campagne 1971-1972 sont fixés conformément aux dispositions :

-De la commercialisation des olives, l'ONAPO achète la totalité des olives de table et des olives à l'huile du secteur public ainsi que les oléiculteurs privés.

Les olives traitées avant et après la récolte par des substances non autorisées ; sont interdites à l'achat et à la vente.

-Les conditions d'achat des olives de table, l'ONAPO achète comme olive de table ; les olives de variété homogène ; non détériorées à la cueillette, exemptes de matières étrangères et indemnes de moisissures. Les olives ne remplissant pas ces conditions, sont achetées comme olives à l'huile.

Les modalités de cession des huiles d'olives par l'ONAPO, ce dernier cède à l'ONACO les huiles d'olives produites par ces unités ou par les huileries coopératives sous son contrôle selon la qualité (type) de l'huile et le prix au quintal.

- **Décret n° 73-38 du 28 Février 1973**, organisant la campagne oléicole 1972-1973.

Les prix d'achat garantis des olives à l'huile livrées par les producteurs à l'ONAPO, pour la campagne 1972-1973, diffèrent selon la qualité de l'huile.

Au-dessus de 6° d'acidité, les prix des olives à l'huile sera librement débattu entre le producteur et l'ONAPO.

L'ONAPO cède à l'ONACO, les huiles d'olives produites par ces unités ou par les huileries coopératives sous son contrôle aux prix fixés selon la qualité de cette dernière.

- **Décret n° 73-162 du 01 Octobre 1973**, modifiant le décret n° 72-72 du 21 mars 1972 organisant la campagne oléicole 1972-1973.

Les prix d'achat garantis des olives à l'huile livrées par les producteurs à l'ONAPO, pour la campagne 1972-1973, sont fixés selon la qualité de l'huile.

Au-dessus de 6° d'acidité, les prix des olives à l'huile sera librement débattu entre le producteur et l'ONAPO.

L'ONAPO cède à l'ONACO, les huiles d'olives produite par ces unités ou par les huileries coopératives sous son contrôle.

- **Décret n° 74-176 du 02 Septembre 1974**, organisant la campagne oléicole 1973-1974. Son interdit l'achat et la vente des lots d'olives qui ont fait l'objet :

A) Avant récolte, de traitements anti parasitaires au moyen de substances non autorisées ou de traitements intervenus en violation des règles fixés pour l'emploi de substances autorisées.

B) Après récolte, de traitements chimiques ou colorations artificiels non autorisées.

Les prix restent stables, aucun changement par rapport à la campagne précédente.

Les prix d'achat à la production des olives à l'huile pour la campagne 1973-1974, sont déterminés au niveau de chaque unité ONAPO, approvisionné sur la base des prix des huiles d'olives et des rendements moyens en huile et en degré d'acidité obtenu après situation.

- **Décret n° 75-36 du 27 Février 1975**, organisant la campagne oléicole 1974-1975.

Les prix d'achat à la production des olives à l'huile pour la campagne 1974-1975, sont déterminés au niveau de chaque unité ONAPO, approvisionné sur la base des prix des huiles d'olives et des rendements moyens en huile et en degré d'acidité obtenu après trituration.

Les lots présentés à la vente doivent être exempts de toutes matières étrangères.

- **Décret n° 76-57 du 25 Mars 1976**, organisant la campagne oléicole 1975-1976.

L'office national algérien des produits oléicoles achète l'ensemble de la production d'olives du secteur socialiste agricole et apports éventuels des exploitants privés.

Les prix à la production des huiles d'olives et les prix d'achat à la production des olives à l'huile sont déterminés au niveau de chaque unité ONAPO, approvisionné sur la base des prix des huiles d'olives et des rendements moyens en huile et en degré d'acidité obtenu après trituration

Le financement des apports est assuré à partir du crédit accordé à l'office par la banque national d'Algérie (BNA).

- **Décret n° 77-4 du 23 Janvier 1977**, organisant la campagne oléicole 1976-1977.

L'office achète comme olive de table, les variétés homogènes non détériorés à la cueillette, non ridées pour les olives vertes, exempte de matières étrangères, indemne de moisissures, non piqué.

Les prix à la production des huiles d'olives sont fixés selon la qualité de l'huile qui dépend du degré d'acidité oléique.

- **Décret n° 77-158 du 29 Octobre 1977**, organisant la campagne oléicole 1977-1978.

Les olives sont pesées à la livraison en présence du vendeur à qui il est remis un Bon réception signée des deux parties, acheteurs et vendeurs, indiquant :

- La date de livraison
- Le poids à la livraison
- Le pourcentage des matières étrangères
- Le poids des déchets non commercialisables

A la fin de la trituration, il établit un bon d'agrégé mentionnant :

- Le rendement en l'huile des olives
- L'acidité de l'huile obtenue

- **Décret n° 78-196 du 16 Septembre 1978**, organisant la campagne oléicole 1978-1979.

La société de gestion et de développement des industries alimentaires(SOGEDIA) est autorisée à s'approvisionner en olives à huile directement au près du producteur.

Les confiseurs et les oléifacteurs privés sont tenus de déclarer à l'office leur production et leurs stocks :

- pour les olives de tables, au plus tard le 31 Décembre et le 31 mars de chaque campagne.
- pour les olives à l'huile, au plus tard le 31 mars et le 31 aout suivant la clôture de la campagne.

La BNA assure à l'office le financement de ses achats, et les opérations de triturations.

- **Décret n° 79-134 du 04 Août 1979**, organisant la campagne oléicole 1979-1980.

Les dispositions du décret n° 78-196 du 16 Septembre 1978, organisant la campagne oléicole 1978-1979 sont reconduites pour la campagne 1979-1980.

- **Décret n° 80-212 du 13 Septembre 1980**, fixant les prix d'achat des produits oléicoles à la production pendant la campagne 1980-1981.

Une augmentation notable concernant les prix payés aux producteurs pour un quintal d'olives à l'huile, par rapport au prix des campagnes précédentes.

1.5 Arrêtés interministériels fixant les prix aux différents stades de la distribution des huiles d'olives

- **Arrêté interministériel du 31 Août 1979**, fixant les prix aux différents stades de la distribution des huiles d'olives.

Les prix de cession des huiles d'olives rendus cuves utilisateurs différent entre l'huile vierge et l'huile lampante.

Les prix de cession des huiles d'olives vierge conditionnées en bouteille d'un litre en verre et en bidon de 5 litre, varient aux différents stades de la distribution : sortie d'usine et sa marge de distribution, passant par le détaillant arrivant au consommateur.

La marge de distribution est prélevée par l'organisme producteur lorsque la marchandise est rendue à détaillants.

- **Arrêté interministériel du 27 Juin 1981**, fixant les prix aux différents stades de la distribution des huiles d'olives. Les prix de cession des huiles d'olives rendus cuves utilisateurs dépend de la qualité de l'huile d'olive (vierge/lampante)

Les prix de cession des huiles d'olives vierge conditionnées dans des bidons de 5 litres, bouteilles d'un litre en verre ou en plastique, différent selon le stade de distribution.

Les prix de cession des huiles d'olives en vrac des oléofacteurs rendues au centre de stockage ONAOP sont fixés pour l'huile d'olive vierge et l'huile d'olive lampante.

La marge de distribution est prélevée par l'organisme producteur lorsque la marchandise est rendue à détaillants.

- **Arrêté interministériel du 06 Février 1983**, fixant les prix aux différents stades de la distribution des huiles d'olives.

Les prix de cession des huiles d'olives vierge conditionnées dans des emballages différents, dépend du au stade de distribution.

Les prix de cession des huiles d'olives en vrac des oléifacteurs rendues au centre de stockage ONAOP sont fixés selon le type de l'huile à savoir l'huile d'olive vierge extra (jusqu'à 1°), l'huile d'olive vierge fine (1,1 à 1,5°) et, l'huile d'olive vierge semi fine ou courante (1,6 à 3,3°).

- **Arrêté interministériel du 04 Octobre 1987**, relatif aux prix, aux différents stades de la distribution, des huiles d'olives de production nationale.

Les prix de cession aux différents stades de la distribution, des huiles d'olives de la production national, sont fixés selon le type de l'huile commercialisé, son

conditionnement (l'emballage et son volume) et le stade de distribution (sortie d'usine, détaillant et le consommateur).

Les décrets et arrêtés relatif à la commercialisation des huiles d'olives stipulent que l'office national de commercialisation ONACO est tenu de prendre en charge les prix des huiles d'olives, ces derniers sont fixés selon le type et la qualité de l'huile. Et leurs exportations relèvent de la compétence de cette office. Concernant les décrets portant sur l'organisation des compagnes oléicoles précisent que l'office national des produits oléicoles ONAPO fixe les conditions de commercialisation des olives et de cession de l'huile d'olive. Les arrêtés interministériels fixant les prix aux différents stades de la distribution des huiles d'olives stipulent que les prix sont fixés selon le type de l'huile, son conditionnement et son stade de distribution.

2. L'évolution de la filière oléiculture depuis l'indépendance à ce jour

Selon le 1er forum méditerranéen sur l'oléiculture OLEOMED qui s'est tenu le 29 et 30 mars 2009, à l'Hôtel El Aurassi à Alger. La filière oléiculture a connu des évolutions à travers le temps depuis l'indépendance à ce jour, dans ce qui suit on présentera brièvement ces évolutions

2.1 La filière oléiculture De 1962 à 1971

L'oléiculture à garder, le même schéma d'organisation de la filière jusqu'au segment des négociants, la commercialisation sur le marché international a été confiée d'abord, à l'office national de commercialisation (ONACO) et ensuite à l'office national des produits oléicoles (ONAPO).

Le potentiel oléicole était à cette époque détenu pour :

- 80% par le secteur privé.
- 20% par le secteur public principalement au niveau des plaines de l'Oranie et intégré au secteur autogéré.

2.2 L'oléiculture durant la période 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'État procède par des importations d'autres matières grasses 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 coordonnée par l'INAF et par une première opération de modernisation de l'industrie oléicole par l'acquisition de chaînes « Super –presse » réalisée par l'ONAPO. Cela 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%.

2.3 L'oléiculture Durant la période de 1982 à 1990

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 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.

2.4 L'oléiculture de 1990 à 2000

La période des années 1990/2000 a eu des conséquences néfastes sur la filière oléicole algérienne. La baisse drastique des moyens financiers de l'Etat, la crise sociale, économique et politique en Algérie, se sont traduites par un désengagement sensible de l'Etat (**Mendil, 2009**). Les populations des zones de production marginalisées ont été les premières à souffrir de la crise. Une partie des exploitations furent abandonnées en raison de l'insécurité. L'exode rural s'est accentué durant ces années.

2.5 L'oléiculture de 2000 à 2012

La nécessité de redynamiser le secteur agricole en général et la filière oléicole en particulier devenait un objectif majeur. L'oléiculture est désormais considérée comme une des filières stratégiques qui devra garantir la sécurité alimentaire de la Nation. Deux nouveaux plans ont été lancés pour moderniser l'agriculture algérienne, le PNDA (Plan National de Développement Agricole) à partir des années 2000, et le PNDAR (Plan National de Développement Agricole et Rural) à partir des années 2005. La nouvelle philosophie de ces programmes repose sur la démarche participative, l'implication des populations locales et la valorisation des ressources du milieu rural. Les objectifs classiques sont toujours d'actualité :

- Programme d'intensification de la production oléicole dans les zones de Hauts Plateaux et du Sud du pays.
- Extension des plantations et programme d'adaptation des systèmes de production aux zones de montagne.

- Régénération des vieilles plantations.
- Amélioration des rendements.
- Renforcement de la qualité des produits oléicoles.
- Modernisation des unités de trituration.

Les résultats de ces nouveaux programmes sont très faibles. La production a augmenté légèrement, mais demeure fluctuante en fonction des aléas climatiques. Les surfaces nouvellement plantées ont effectivement presque doublées, mais les rendements n'ont pas suivi. Malgré les tentatives menées par le Ministère de l'agriculture pour organiser la filière, des difficultés subsistent et les principaux acteurs ont du mal à s'accorder sur les objectifs et les moyens à mobiliser (**Hajou L., et al, 2013**).

2.6 L'oléiculture aujourd'hui

L'oléiculture est consacrée aujourd'hui comme une des filières stratégiques qui devront garantir la sécurité alimentaire de la Nation. Pour ce faire, le MADR a introduit une nouvelle approche dans le cadre du programme du renouveau de l'économie agricole et rurale qui consiste en : la poursuite des soutiens existants, et la mise en place de nouveaux soutiens qui portent sur :

- L'acquisition d'équipements de récolte (peignes, fouetteurs ...).
- La modernisation des capacités de stockage (individuelles ou collectives).
- L'acquisition de chaîne de conditionnement (uniquement pour les formes collectives).
- La création de nouvelles plantations à différentes densités en fonction des conditions agroclimatiques.
- La possibilité pour les wilayas de mettre en œuvre des projets à initiatives locales et/ou des projets individuels.

Chapitre II

Les normes internationales

1. Le Conseil oléicole international COI

Le Conseil oléicole international est la seule organisation internationale intergouvernementale au monde dans le domaine de l'huile d'olive et des olives de table. Il a été créé à Madrid, en Espagne, en 1959, sous les auspices des Nations unies.

Le Conseil est un acteur décisif qui contribue au développement durable et responsable de l'oléiculture ; il est la seule organisation intergouvernementale au monde à réunir les acteurs de la production et de la consommation d'huile d'olive et d'olives de table. Elle a donc une position unique en tant que forum de discussion sur les questions qui intéressent l'industrie oléicole. Ses missions :

- Encourager la coopération technique internationale sur des projets de recherche et de développement, la formation et le transfert de technologies.
- Encourager l'expansion du commerce international de l'huile d'olive et des olives de table, élaborer et mettre à jour les normes commerciales des produits et en améliorer la qualité.
- Renforcer l'impact environnemental de l'oléiculture et de l'industrie oléicole.
- Promouvoir la consommation mondiale d'huile d'olive et d'olives de table par des campagnes et des plans d'action innovants.
- Fournir des informations et des statistiques claires et précises sur le marché mondial de l'olive et de l'huile d'olive.
- Permettre aux représentants des gouvernements et aux experts de se réunir régulièrement pour discuter des problèmes et de leurs préoccupations et pour fixer les priorités de l'action du COI.
- Travailler en partenariat étroit avec le secteur privé.

Ses membres actuels comprennent les principaux producteurs et exportateurs internationaux d'huile d'olive et d'olives de table. Les pays producteurs membres du COI contribuent à environ 94% de la production mondiale d'huile d'olive, principalement dans la région méditerranéenne.

Le COI s'engage en faveur du développement intégré et durable de l'oléiculture mondiale. Il s'efforce de traduire cet engagement en progrès tangibles pour ses pays membres et, surtout, pour toutes les personnes qui gagnent leur vie grâce aux produits de l'olivier.⁶

2. Le codex Alimentarius

Créé en 1962, et placé sous la tutelle de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et de l'Organisation mondiale pour la Santé (OMS). Le Codex Alimentarius est un recueil de normes alimentaires et textes apparentés internationalement adoptés et présentés de manière uniforme. Ces normes et textes apparentés ont pour objet de protéger la santé des consommateurs et d'assurer des pratiques loyales dans le commerce des produits alimentaires. La publication du Codex Alimentarius vise à guider et à promouvoir l'élaboration, la mise en œuvre et l'harmonisation des définitions et d'exigences relatives aux produits alimentaires et, de ce fait, à faciliter le commerce international.

Le Codex Alimentarius comprend des normes pour tous les principaux produits alimentaires, traités, semi-traités ou bruts, destinés à être livrés aux consommateurs. Toute matière utilisée pour la préparation d'aliments sera incluse dans la mesure où cela est nécessaire pour atteindre les objectifs du Codex déjà définis. Le Codex Alimentarius comporte des dispositions sur l'hygiène alimentaire, les additifs alimentaires, les résidus de pesticides et de médicaments vétérinaires, les contaminants, l'étiquetage et la présentation, les méthodes d'analyse et d'échantillonnage, et l'inspection et la certification des importations et des exportations.

Une norme Codex pour un aliment déterminé, ou un groupe d'aliments, est élaborée conformément au Plan de présentation des normes Codex de produits et contient les sections appropriées qui y sont énumérées. Il existe plusieurs avantages à utiliser un plan de présentation pour l'élaboration des normes, et notamment :

- il sert de guide aux organes subsidiaires de la Commission du Codex Alimentarius pour présenter leurs normes de produits de façon uniforme ;
- il favorise une approche structurée de l'élaboration des normes ; cette approche structurée contribue à garantir que tous les éléments essentiels à la protection des consommateurs seront identifiés et décrits ;
- le format peut également servir de modèle aux États pour élaborer des normes nationales.

⁶ <https://www.internationaloliveoil.org/?lang=fr>

Le Manuel de procédure du Codex ne prévoit pas de format précis pour les codes d'usages, directives et recommandations, mais il comporte un plan de présentation pour les normes de produits, organisé en :

- Titre de la norme
- Champ d'application
- Description
- Facteurs essentiels de composition et de qualité
- Additifs alimentaires
- Contaminants
- Hygiène
- Poids et mesures
- Étiquetage
- Méthodes d'analyse et d'échantillonnage

La Commission du Codex Alimentarius et ses organes subsidiaires s'engagent à réviser, selon que de besoin, les normes Codex et textes apparentés de manière à garantir leur conformité aux connaissances scientifiques les plus récentes et à toute autre donnée pertinente, et à ce qu'ils les reflètent fidèlement.

Si nécessaire, une norme ou un texte apparenté sera révisé ou supprimé, conformément à la Procédure d'élaboration des normes Codex et textes apparentés.

Chaque membre de la Commission du Codex Alimentarius a la responsabilité de relever et signaler au comité compétent toute nouvelle information scientifique ou toute autre donnée pertinente pouvant justifier la révision d'une norme Codex ou d'un texte apparenté.⁷

3. La norme du codex et la norme commerciale du COI :

Concernant les normes applicables aux huiles d'olive et aux huiles de grignons d'olive, on distingue la norme du codex (CODEX STAN 33-1981) et la norme commerciale du conseil oléicole international (COI/T.15/NC n° 3/Rév. 16 Juin 2021). Cette dernière est plus détaillé (le critère de conditionnement et la tolérance de remplissage des récipients) par rapport à la norme

⁷ <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/fr/>

du codex. Le tableau ci-dessus représente la présence ou l'absence d'équivalence entre ces dernières.

Norme du Codex	Norme du COI	Présence ou absence d'équivalence
Champ d'application	Champ d'application	Présence
Description	Dénominations et définitions	Présence
Facteurs essentiels de composition et de qualité	Critères de pureté Critères de qualité	Présence
Additifs alimentaires	Additifs alimentaires	Présence
Contaminants	Contaminants	Présence
Hygiène	Hygiène	Présence
/	Conditionnement	Absence
/	Tolérance de remplissage des récipients	Absence
Etiquetage	Etiquetage	Présence
Méthodes d'analyse et d'échantillonnages	Méthodes d'analyse et d'échantillonnages	Présence

Tableau 2: Comparaison entre la législation Algérienne et la norme de COI

3.1 Norme pour les huiles d'olive et les huiles de grignons d'olive

CODEX STAN 33-1981

Adoptée en 1981. Révisée en 1989, 2003, 2015, 2017. Amendée en 2009, 2013 et 2021.

Présentation de la norme⁸

Cette dernière est élaborée par le codex alimentarius, elle est établie suivant un format similaire qui contient les informations suivantes :

1. Le champ d'application :

⁸ <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-texts/list-standards/fr/>

La présente norme s'applique aux huiles d'olive et aux huiles de grignons d'olive décrites présentées dans un état propre à la consommation humaine.

2. Description :

L'huile d'olive est l'huile provenant uniquement du fruit de l'olivier (*Olea europaea* L.), à l'exclusion des huiles obtenues par solvants ou par des procédés de réestérification et de tout mélange avec des huiles d'autre nature.

Les huiles d'olive vierges sont les huiles obtenues du fruit de l'olivier uniquement par des procédés mécaniques ou d'autres procédés physiques dans des conditions, particulièrement thermiques, qui n'entraînent pas d'altération de l'huile et n'ayant subi aucun traitement autre que le lavage, la décantation, la centrifugation et la filtration.

L'huile de grignons d'olive est l'huile obtenue par traitement aux solvants autres que des solvants halogénés ou par d'autres procédés physiques, des grignons d'olive, à l'exclusion des huiles obtenues par des procédés de réestérification et de tout mélange avec des huiles d'autre nature.

3. Facteurs essentiels de composition et de qualité :

Huile d'olive vierge extra : huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 0,8 g/100 g et dont les autres caractéristiques correspondent à celles indiquées pour cette catégorie.

Huile d'olive vierge : huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 2 g/100 g et dont les autres caractéristiques correspondent à celles prescrites pour cette catégorie.

Huile d'olive vierge courante : huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 3,3 g/100 g et dont les autres caractéristiques correspondent à celles prescrites pour cette catégorie.

Huile d'olive raffinée : huile d'olive obtenue à partir des huiles d'olive vierges par des techniques de raffinage qui n'entraînent pas de modifications de la structure glycéridique initiale. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 0,3 g/100 g et ses autres caractéristiques correspondent à celles prescrites pour cette catégorie.

Huile d'olive : huile constituée par le coupage d'huile d'olive raffinée et d'huiles d'olive vierges propres à la consommation humaine. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 1 g/100 g et ses autres caractéristiques correspondent à celles prescrites pour cette catégorie.

Huile de grignons d'olive raffinée : huile obtenue à partir d'huile de grignons d'olive brute par des techniques de raffinage n'entraînant pas de modifications de la structure glycéridique initiale. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 0,3 g/100 g et ses autres caractéristiques correspondent à celles prescrites pour cette catégorie.

Huile de grignons d'olive : huile constituée par le coupage d'huile de grignons d'olive raffinée et d'huiles d'olive vierges. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 1 g/100g et ses autres caractéristiques correspondent à celles prévues pour cette catégorie.

4. Additifs alimentaires :

4.1 Huiles d'olive vierges

Aucun additif n'est autorisé dans ces produits.

4.2 Huile d'olive raffinée, huile d'olive, huile de grignons d'olive raffinée et huile de grignons d'olive

L'adjonction d'*alpha*-tocophérols (d-*alpha*-tocophérol (INS 307a) ; de concentré de tocophérols mélangés (INS 307b) et de dl-*alpha*-tocophérol (INS 307c)) aux produits précités est autorisée pour remplacer les tocophérols naturels perdus au cours du processus de raffinage. La concentration d'*alpha*-tocophérols dans le produit final ne doit pas dépasser 200 mg/kg.

5. Contaminants :

5.1 Les produits visés par les dispositions de la présente norme doivent être conformes aux limites maximales fixées dans la Norme générale pour les contaminants et les toxines présents dans les produits de consommation humaine et animale (CODEX STAN 193-1995).

5.2 Résidus de pesticides : les produits visés par les dispositions de la présente norme doivent être conformes aux limites maximales de résidus fixées pour ces produits par la Commission du Codex Alimentarius.

5.3 Solvants halogénés :

Teneur maximale de chaque solvant halogéné 0,1 mg/kg

Teneur maximale de la somme des solvants halogénés 0,2 mg/kg

6. Hygiène :

Il est recommandé que les produits visés par les dispositions de la présente norme soient préparés et manipulés conformément aux sections appropriées des Principes généraux

d'hygiène alimentaire (CXC 1-1969) et aux autres textes pertinents du Codex tels que les Codes d'usages en matière d'hygiène et les Codes d'usages.

Les produits doivent être conformes à tout critère microbiologique établi conformément aux Principes et directives pour l'établissement et l'application de critères microbiologiques relatifs aux aliments (CXG 21-1997).

7. **Étiquetage :**

Les produits doivent être étiquetés conformément à la Norme générale pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées (CXS-1985).

7.1 **Nom du produit :**

Le nom du produit doit être conforme aux descriptions données à la Section 3 de la présente norme. L'appellation « huile d'olive » ne doit en aucun cas désigner les huiles de grignons d'olive.

7.2 **Étiquetage des récipients non destinés à la vente au détail :**

Les renseignements nécessaires doivent figurer soit sur les récipients non destinés à la vente au détail soit dans les documents d'accompagnement ; toutefois, le nom du produit, l'identification du lot, et le nom et l'adresse du fabricant ou de l'emballleur doivent figurer sur le récipient.

L'identification du lot, de même que le nom et l'adresse du fabricant ou de l'emballleur, peut cependant être remplacés par une marque d'identification, à condition que celle-ci soit clairement identifiable à l'aide des documents d'accompagnement.

8. **Méthode d'analyses et d'échantillonnages :**

Concernant les méthodes d'analyses et d'échantillonnages, exigées par la présente norme afin de déterminer les caractéristiques physico-chimiques, microbiologiques et organoleptiques du produit ; Sont élaborés par le standard ISO ou par le conseil oléicole internationale. Chaque caractéristique a sa propre norme, on distingue :

Détermination des caractéristiques organoleptiques

Méthode COI/T.20/Doc. N°15

Détermination de l'acidité libre

Méthode ISO 660 : 1996, amendé 2003 ou AOCS Cd 3d-63 (03)

Détermination de la composition en acides gras

Méthode COI/T.20/Doc.N° 24 et ISO 5508 : 1990 et AOCS Ch 2-91 (02) ou AOCS Ce 1f-96 (02). Pour préparation d'échantillon ISO 5509 : 2000 ou AOCS Ce 2-66(97)

Détermination de la teneur en acides gras trans

Méthode COI/T.20/Doc.n°17 ou ISO 15304 : 2001 ou AOCS Ce 1f-96 (02)

Détermination de la teneur en cires

Méthode COI/T.20/Doc. N°18 ou AOCS Ch 8-02 (02)

Calcul de la différence entre la teneur réelle et la teneur théorique en triglycérides à ECN 42

Méthode COI/T.20/Doc. N° 20 ou AOCS Ce 5b-89 (97)

Détermination de la composition et de la teneur en stérols

Méthode COI/T.20/Doc.n°10 ou ISO 12228 : 1999 ou AOCS Ch 6-91 (97)

Détermination de la teneur en érythrodiol

Méthode COI/T.20/doc. N° 30-2011.

Détermination des stigmastadiènes

Méthode COI/T.20/Doc. N° 11 ou ISO 15788-1 : 1999 ou AOCS Cd 26-96 (03) ou ISO 15788-2 : 2003.

Détermination de l'indice de peroxyde

Méthode ISO 3960 : 2001 ou AOCS Cd 8b-90 (03)

Détermination de l'absorbance dans l'ultraviolet

Méthode COI/T.20/Doc.n°19 ou ISO 3656 : 2002 ou AOCS Ch 5-91 (01).

Détermination de l'alpha-tocophérol

Méthode ISO 9936 : 1997

Détection de traces de solvants halogénés

Méthode COI/T.20/Doc.N° 8

Échantillonnage

Méthode ISO 661 : 1989 et ISO 5555 : 2001.

3.2 Norme commercial applicable aux huiles d'olives et aux huiles de grignon d'olive

COI/T.15/NC n° 3/Rév. 16 Juin 2021

Cette norme est élaborée par le conseil oléicole international dans le but d'harmoniser et de faciliter les échanges commerciaux à travers le monde.

Présentation de la norme ⁹

1. Champ d'application

⁹ https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2021/07/COI-T15-NC3-REV-16-2021-_FR.pdf

La présente norme s'applique aux huiles d'olive et aux huiles de grignons d'olive faisant l'objet de commerce international ou de transactions au titre de concessions ou de l'aide alimentaire.

2. Dénomination et définitions

2.1. Huiles d'olive

2.1.1. Les huiles d'olive vierges sont les huiles obtenues du fruit de l'olivier (*Olea europaea* L.) uniquement par des procédés mécaniques ou d'autres procédés physiques dans des conditions, thermiques notamment, qui n'entraînent pas d'altération de l'huile, et n'ayant subi aucun traitement autre que le lavage, la décantation, la centrifugation et la filtration. Elles sont classées et dénommées comme suit :

2.1.1.1 **Les huiles d'olive vierges propres à la consommation en l'état :**

i) l'huile d'olive vierge extra : huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 0,80 gramme pour 100 grammes et dont les autres caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie par la présente Norme ;

ii) l'huile d'olive vierge : huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 2,0 grammes pour 100 grammes et dont les autres caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie par la présente Norme ;

iii) l'huile d'olive vierge courante : huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 3,3 grammes pour 100 grammes et dont les autres caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie par la présente Norme.

2.1.1.2. **Les huiles d'olive vierges qui doivent faire l'objet d'un traitement avant leur consommation :**

L'huile d'olive vierge lampante est l'huile d'olive vierge dont l'acidité libre exprimée en acide oléique est supérieure à 3,3 grammes pour 100 grammes et/ou dont les caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie par la présente Norme. Elle est destinée aux industries du raffinage ou à des usages techniques.

2.1.2. L'huile d'olive raffinée est l'huile d'olive obtenue des huiles d'olive vierges par des techniques de raffinage qui n'entraînent pas de modifications de la structure glycéridique initiale. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 0,30 gramme pour 100 grammes et ses autres caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie par la présente Norme.2/

2.1.3. L'huile d'olive composée d'huile d'olive raffinée et d'huiles d'olive vierges est l'huile constituée par le coupage d'huile d'olive raffinée et d'huiles d'olive vierges propres à la consommation en l'état. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 1,00 gramme pour 100 grammes et ses autres caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie par la présente Norme.

2.2. L'huile de grignons d'olive est l'huile obtenue par traitement aux solvants ou d'autres procédés physiques, des grignons d'olive, à l'exclusion des huiles obtenues par des procédés de réestérification et de tout mélange avec des huiles d'autre nature. Elle est commercialisée selon les dénominations et définitions ci-après :

2.2.1. L'huile de grignons d'olive brute est l'huile de grignons d'olive dont les caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie par la présente Norme. Elle est destinée au raffinage en vue de son utilisation pour la consommation humaine ou destinée à des usages techniques.

2.2.2. L'huile de grignons d'olive raffinée est l'huile obtenue à partir de l'huile de grignons d'olive brute par des techniques de raffinage n'entraînant pas de modifications de la structure glycéridique initiale. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 0,30 gramme pour 100 grammes et ses autres caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie par la présente Norme.

2.2.3. L'huile de grignons d'olive composée d'huile de grignons d'olive raffinée et d'huiles d'olives vierges est l'huile constituée par le coupage d'huile de grignons d'olive raffinée et d'huiles d'olive vierges propres à la consommation en l'état. Son acidité libre exprimée en acide oléique est au maximum de 1,00 gramme pour 100 grammes et ses autres caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques correspondent à celles fixées pour cette catégorie par la présente Norme.^{2/} Ce coupage ne peut en aucun cas être dénommé « huile d'olive ».

3. Critères de pureté

Les caractéristiques d'identification constituant les critères de pureté sont applicables aux huiles d'olive et aux huiles de grignons d'olive.

Les limites établies pour chaque critère comportent les marges de précision de la méthode recommandée.

4. Critères de qualité

Les limites établies pour chaque critère et chaque dénomination comportent les marges d'erreurs de la méthode recommandée.

5. Additifs alimentaire

5.1. Huiles d'olive vierges et huile de grignons d'olive brute : aucun additif n'est autorisé.

5.2. Huile d'olive raffinée, huile d'olive (HOR + HOVs), huile de grignons d'olive raffinée et huile de grignons d'olive (HGOR + HOVs) : alpha-tocophérol autorisé pour restituer le tocophérol naturel éliminé au cours du traitement de raffinage.

Dose maximale : Selon les Bonnes Pratiques de Fabrication (BPF).

6. Contaminants

6.1 Métaux lourds

Les produits visés par la présente norme doivent être conformes aux niveaux maximaux de la Norme générale pour les contaminants et les toxines présents dans les aliments et l'alimentation animale (CODEX STAN 193-1995).

6.2 Résidus de pesticides

Les produits visés par la présente norme doivent être conformes aux limites maximales de résidus fixées pour ces produits par la Commission du Codex Alimentarius.

6.3 Solvants halogénés

-Teneur maximale de chaque solvant halogéné 0,1 mg/kg

-Teneur maximale de la somme des solvants halogénés 0,2 mg/kg

7. Hygiène

7.1. Il est recommandé que les produits destinés à l'alimentation humaine visés par les dispositions de la présente Norme soient préparés et manipulés conformément aux sections appropriées des Principes généraux d'hygiène alimentaire (CAC/RCP 1-1969), ainsi que des autres textes pertinents du Codex tels que les Codes d'usage en matière d'hygiène et autres Codes d'usage.

7.2. Les produits destinés à l'alimentation humaine doivent répondre à tous les critères microbiologiques établis conformément aux Principes régissant l'établissement et l'application de critères microbiologiques pour les aliments (CAC/GL 21 – 1997).

8. Conditionnement

Les huiles d'olive et les huiles de grignons d'olive destinées au commerce international doivent faire l'objet de conditionnement dans des récipients conformes aux principes généraux d'hygiène alimentaire recommandés par la Commission du Codex Alimentarius (CAC/RCP 1 - 1969) ainsi que des autres textes pertinents du Codex tels que les Codes d'usage en matière d'hygiène et autres Codes d'usage.

Ces récipients peuvent être :

8.1. Des citernes, containers, cuves, permettant le transport en vrac des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive ;

8.2. Des fûts métalliques, en bon état, étanches, dont les parois intérieures devraient être recouvertes d'un vernis adéquat ;

8.3. Des bidons et des boîtes métalliques lithographiés, neufs, étanches, dont les parois intérieures devraient être recouvertes d'un vernis adéquat ;

8.4. Des bonbonnes, des bouteilles de verre ou de matériau macromoléculaire adéquat.

9. Tolérance de remplissage des récipients

Dans le récipient, le volume occupé par le contenu ne doit en aucun cas être inférieur à 90% de la capacité du récipient, sauf dans le cas des récipients en fer-blanc d'une capacité égale ou inférieure à 1 L dans lesquels le volume occupé par le contenu ne doit en aucun cas être inférieur à 80% de la capacité du récipient ; la capacité correspond au volume d'eau distillée, à 20 °C, que peut contenir le récipient entièrement rempli.

10. Étiquetage

Outre les dispositions des sections pertinentes de la Norme générale Codex pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées (CODEX STAN 1-1985) et les directives applicables aux denrées alimentaires non destinées à la vente directe au consommateur, les dispositions spécifiques fournissant les renseignements suivants doivent être appliquées :

10.1. Sur les récipients destinés à la vente directe au consommateur

10.1.1. Nom du produit

L'étiquetage de chaque récipient doit comporter la dénomination spécifique du produit contenu conforme en tous points aux dispositions pertinentes de la présente Norme.

10.1.1.1. Dénominations des huiles d'olive :

- Huile d'olive vierge extra
- Huile d'olive vierge
- Huile d'olive vierge courante
- Huile d'olive raffinée
- Huile d'olive (HOR + HOVs)

10.1.1.2. Dénominations des huiles de grignons d'olive :

- Huile de grignons d'olive raffinée
- Huile de grignons d'olive (HGOR + HOVs)

10.1.2. Contenu net

Le contenu net doit être déclaré selon le système métrique (unités du « Système international ») en unités de volume.

10.1.3. Nom et adresse

Le nom et l'adresse du fabricant, de l'emballleur, du distributeur, de l'importateur, de l'exportateur ou du vendeur doivent être déclarés

10.1.4. Pays d'origine

Le nom du pays d'origine doit être déclaré. Lorsque le produit subit dans un deuxième pays une transformation substantielle, le pays dans lequel cette transformation est effectuée doit être considéré comme étant le pays d'origine aux fins de l'étiquetage.

10.1.5. Indications géographiques et désignations d'origine

10.1.5.1. Indications géographiques

L'étiquette des huiles d'olive vierges peut faire mention de l'indication géographique (pays, région ou localité) lorsque ce droit leur a été donné par leur pays d'origine et lorsque ces huiles d'olive vierges ont été produites, conditionnées et sont originaires exclusivement du pays, de la région ou de la localité mentionnés.

10.1.5.2. Désignations d'origine

L'étiquette de l'huile d'olive vierge extra peut faire mention de la désignation d'origine (pays, région ou localité) lorsque celle-ci lui a été donnée et selon les conditions prévues par le droit du pays d'origine et lorsque cette huile d'olive vierge extra a été produite, conditionnée et est originaire exclusivement du pays, de la région ou de la localité mentionnés.

10.1.6. Identification des lots

Chaque récipient doit porter une inscription gravée ou une marque indélébile, en code ou en clair, permettant d'identifier l'usine de production et le lot.

10.1.7. Datage et conditions d'entreposage

10.1.7.1. Date de durabilité minimale

Pour les produits préemballés destinés au consommateur final, la date de durabilité minimale (précédée des mots « à consommer de préférence avant fin ») doit être indiquée par le mois et l'année dans l'ordre numérique non codé ; le mois peut être indiqué en lettres dans les pays où cette formule ne prête pas à confusion pour le consommateur ; lorsque la durabilité du produit est jusqu'en décembre, l'indication « fin (année concernée) » peut être utilisée.

10.1.7.2. Instructions d'entreposage

Si la validité de la date de durabilité minimale en dépend, toute condition particulière pour l'entreposage doit être indiquée sur l'étiquette.

10.2. Sur les emballages d'expédition d'huiles destinées à la consommation humaine

Outre les indications du point 10.1., la mention suivante doit figurer :

- nombre et type de récipients contenus dans l'emballage.

10.3. Sur les récipients permettant le transport en vrac des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive

L'étiquetage de chaque récipient doit comporter :

10.3.1. Nom du produit

Le nom du produit doit indiquer la dénomination spécifique du produit contenu conforme en tous points aux dispositions de la présente Norme.

10.3.2. Contenu net

Le contenu net doit être mentionné d'après le système métrique (unités du « Système international ») en poids ou en volume.

10.3.3. Nom et adresse

Le nom et l'adresse du fabricant, du distributeur ou de l'exportateur doivent être mentionnés.

10.3.4. Pays d'origine

Le nom du pays exportateur doit être mentionné.

11. Méthodes d'analyses et d'échantillonnages

Les méthodes d'analyse et d'échantillonnage indiquées ci-après sont des méthodes internationales d'arbitrage. Ces méthodes devront être utilisées dans leur dernière version.

11.1. Échantillonnage

Conformément à la méthode ISO 5555, « Corps gras d'origines animale et végétale – Échantillonnage ».

11.2. Préparation de l'échantillon pour essai

Conformément à la méthode ISO 661, « Corps gras d'origines animale et végétale - Préparation de l'échantillon pour essai ».

11.3. Détermination de la composition en acides gras et de la teneur en acides gras *trans*

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. N° 33/Rev. 1, « Détermination des esters méthyliques des acides gras par chromatographie en phase gazeuse »

11.4. Détermination de la composition et la teneur en stérols et en composés alcooliques

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. N° 26/Rev. 5, « Détermination de la composition et de la teneur en stérols, en dialcools triterpéniques et alcools aliphatiques par chromatographie en phase gazeuse sur colonne capillaire ».

11.5. Détermination de l'écart entre la teneur réelle et la teneur théorique en triglycérides à ECN 42

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. n° 20/Rev. 4, « Détermination de la différence entre la teneur réelle et la teneur théorique en triglycérides à ECN 42 » ou AOCS 5b-89.

11.6. Détermination de la teneur en stigmastadiènes

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. n° 11/Rev. 4, « Détermination des stigmastadiènes dans les huiles végétales » ou à la méthode COI/T.20/Doc. n° 16/Rev. 2, « Détermination des stérènes dans les huiles végétales raffinées » ou ISO 15788-1 ou AOCS Cd 26-96.

11.7. Détermination de la teneur en 2-glycéril monopalmitate

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. n° 23/Rev. 1, « Détermination du pourcentage du 2-glycéril monopalmitate » ou ISO 12872 ;

11.8. Détermination de la teneur en insaponifiable

Conformément à la méthode ISO 3596 « Détermination de la teneur en insaponifiables – Méthode par extraction à l'oxyde diéthylique » ou AOCS Ca 6b-53 ou ISO 18609.

Les résultats doivent être exprimés en g d'insaponifiable par kg d'huile.

11.9. Détermination des caractéristiques organoleptiques

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. n° 15/Rev. 10, « Evaluation organoleptique de l'huile d'olive vierge ».

11.10. Détermination de l'acidité libre

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. n° 34/Rev. 1 « Determination of free fattyacids, cold method ».

11.11. Détermination de l'indice de peroxyde

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. n° 35/Rev. 1 « Détermination de l'indice de peroxyde » ou ISO 3960 ou AOCS Cd 8b-90.

11.12. Détermination de l'absorbance dans l'ultraviolet

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. n° 19/Rev. 5, « Analyse spectrophotométrique dans l'ultraviolet » ou ISO 3656 ou AOCS CH 5-91.

11.13. Détermination de la teneur en eau et en matières volatiles

Conformément à la méthode ISO 662 « Détermination de la teneur en eau et en matières volatiles ».

11.14. Détermination de la teneur en impuretés insolubles dans l'éther de pétrole

Conformément à la méthode ISO 663 « Détermination de la teneur en impuretés insolubles ».

11.15. Détermination du point d'éclair

Conformément à la méthode FOSFA International.

11.16. Détection de traces métalliques

Conformément à la méthode ISO 8294 « Détermination du cuivre, du fer et du nickel dans les huiles et les graisses par spectrophotométrie d'absorption atomique directe sur four à graphite ».

11.17. Détermination de l'alpha-tocophérol

Conformément à la méthode ISO 9936 « Détermination des teneurs en tocophérols et en tocotriénols – Méthode par chromatographie en phase liquide à haute performance ».

11.18. Détermination de traces de métaux lourds

- Détermination du plomb : conformément à la méthode ISO 12193 ou AOCS Ca 18c-91 ou AOAC 994.02.

- Détermination de l'arsenic : conformément à la méthode AOAC 952.13 ou AOAC 942.17 ou AOAC 985.16.

11.19. Détection de traces de solvants halogénés

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. N° 8 « Détermination du tétrachloréthylène dans les huiles d'olive par chromatographie en phase gazeuse ».

11.20. Détermination de la teneur en cires et en alkyl esters

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. N° 28/Rev. 2 « Détermination de la teneur en cires et en esters méthyliques et éthyliques des acides gras par chromatographie gazeuse sur colonne capillaire ».

11.21. Détermination des biophénols

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. N° 29/Rev. 1 « Détermination des biophénols des huiles d'olive par HPLC ».

11.22. Détermination de la cohérence entre la composition en TAG et la composition en acides gras (méthode de screening n'ayant pas un caractère légal donc ne pouvant déclasser une huile)

Conformément à la méthode COI/T.20/Doc. N°25/Rev. 2 « Méthode d'évaluation de la cohérence entre la composition en TAG et la composition en acides gras ».

4. La synthèse de chapitre 01 et le chapitre 02 :

En termes de comparaison entre la réglementation Algérienne et la norme commerciale du conseil oléicole international, nous allons utiliser la notion « présence d'équivalence » ou « absence d'équivalence ».

➤ Pour tout ce qui est présence d'équivalence, nous citons :

1. Dénomination et définitions

Le procédé d'obtention de ces types de l'huile, à savoir l'huile d'olive, l'huile d'olive vierge et l'huile de grignons d'olive.

2. Critères de qualité et de pureté

Chaque type d'huile est classé selon son degré d'acidité. Ainsi que la composition physico-chimique et les caractéristiques organoleptiques qui déterminent la qualité de l'huile.

3. Contaminants

Métaux lourds : les produits visés par la présente norme doivent être conformes aux niveaux maximaux de la Norme générale pour les contaminants et les toxines présents dans les aliments et l'alimentation animale (CODEX STAN 193-1995).

Résidus de pesticides : les produits visés par la présente norme doivent être conformes aux limites maximales de résidus fixées pour ces produits par la Commission du Codex Alimentarius.

Solvants halogénés :

- Teneur maximale de chaque solvant halogéné 0,1 mg/kg
- Teneur maximale de la somme des solvants halogénés 0,2 mg/kg

4. Conditionnement

Les huiles d'olive et les huiles de grignons d'olive destinées au commerce international doivent faire l'objet de conditionnement dans des récipients conformes aux Principes généraux d'hygiène alimentaire recommandés par la Commission du Codex Alimentarius (CAC/RCP 1 - 1969) ainsi que des autres textes pertinents du Codex tels que les Codes d'usage en matière d'hygiène et autres Codes d'usage.

5. Étiquetage :

Le produit doit être étiqueté en conformité à la Norme générale pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées (CODEX STAN 1 – 1985). Le nom du produit doit être conforme aux descriptions données à la Section 3 de la présente norme. L'appellation « huile d'olive » ne doit en aucun cas désigner les huiles de grignons d'olive. Les renseignements nécessaires doivent figurer soit sur les récipients non destinés à la vente au détail soit dans les documents d'accompagnement ; toutefois, le nom du produit, l'identification du lot, et le nom et l'adresse du fabricant ou de l'emballer doivent figurer sur le récipient.

6. Méthode d'analyses et d'échantillonnages

Concernant les méthodes d'analyses et d'échantillonnages, exigées par la présente norme afin de déterminer les caractéristiques physico-chimiques, microbiologiques et organoleptiques du produit ; Sont élaborés par le standard ISO ou par le conseil oléicole internationale. Chaque caractéristique a sa propre norme.

- Pour tout ce qui est absence d'équivalence entre la réglementation Algérienne et la norme du COI, on distingue :

1. Additifs alimentaires :

Huiles d'olive vierges et huile de grignons d'olive brute : aucun additif n'est autorisé.

Huile d'olive raffinée, huile d'olive (HOR + HOVs), huile de grignons d'olive raffinée et huile de grignons d'olive (HGOR + HOVs) : alpha-tocophérol autorisé pour restituer le tocophérol naturel éliminé au cours du traitement de raffinage.

Dose maximale : Selon les Bonnes Pratiques de Fabrication (BPF).

2. Hygiène :

Il est recommandé que les produits destinés à l'alimentation humaine visés par les dispositions de la présente Norme soient préparés et manipulés conformément aux sections appropriées des Principes généraux d'hygiène alimentaire (CAC/RCP 1-1969), ainsi que des autres textes pertinents du Codex tels que les Codes d'usage en matière d'hygiène et autres Codes d'usage. Les produits destinés à l'alimentation humaine doivent répondre à tous les critères microbiologiques établis conformément aux Principes régissant l'établissement et l'application de critères microbiologiques pour les aliments (CAC/GL 21 – 1997).

3. Tolérance de remplissage des récipients

Dans le récipient, le volume occupé par le contenu ne doit en aucun cas être inférieur à 90% de la capacité du récipient, sauf dans le cas des récipients en fer-blanc d'une capacité égale ou inférieure à 1 L dans lesquels le volume occupé par le contenu ne doit en aucun cas être inférieur à 80% de la capacité du récipient ; la capacité correspond au volume d'eau distillée, à 20 °C, que peut contenir le récipient entièrement rempli.

Chapitre III

Le marché international du l'huile d'olive

1. Le verger oléicole mondial

Selon Fao stat, la superficie mondiale représentait 10,6 millions d'hectares en 2019.

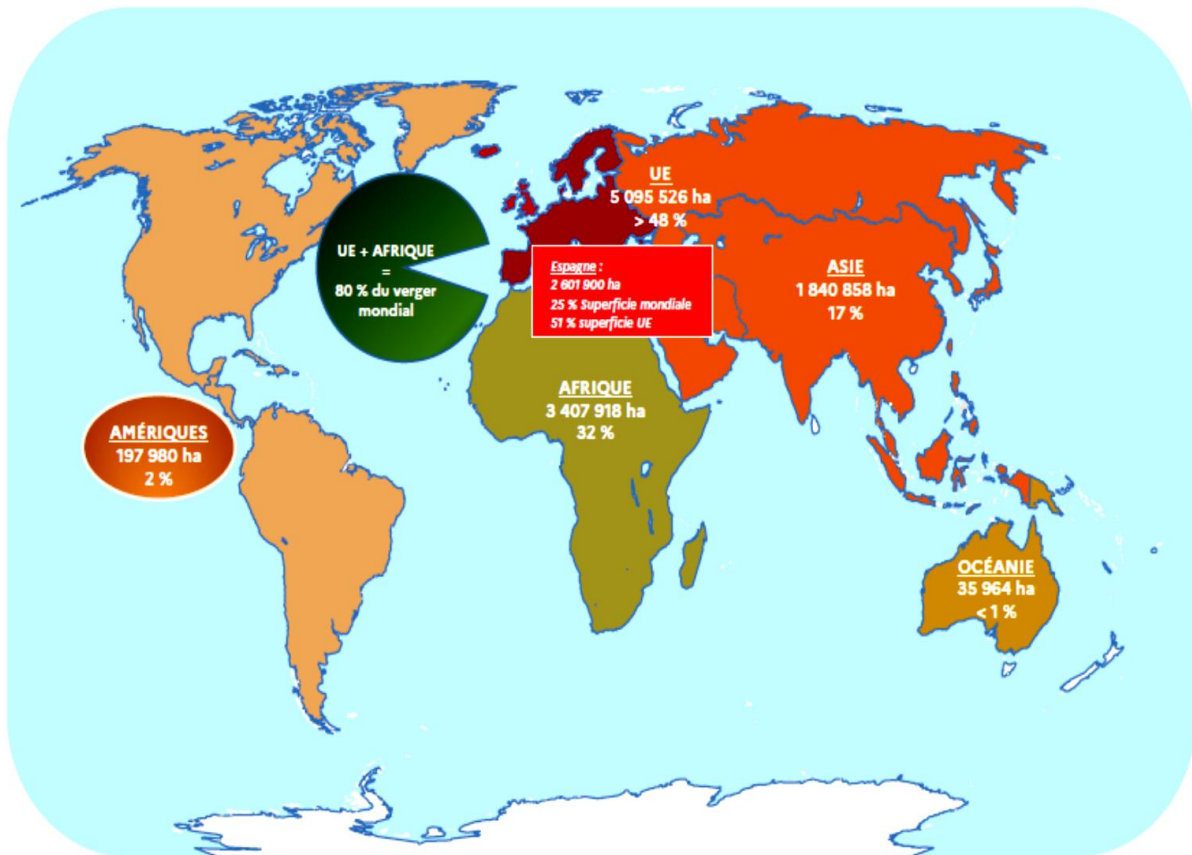
1.1 Localisation

L'Union européenne concentre près de la moitié du verger mondial dont l'Espagne est le premier producteur avec 25 % du verger.

L'Espagne détient environ 2,6 millions d'hectares suivie par la Tunisie avec environ 1,9 million d'hectares.

L'Union européenne et l'Afrique réunies totalisent 80 % des surfaces.

Seulement un peu plus de 20 % du verger oléicole mondial est irrigué.



Source : FAO stat 2020

Figure 1: Répartition du verger oléicole mondiale

1.2 Évolution du verger oléicole mondiale

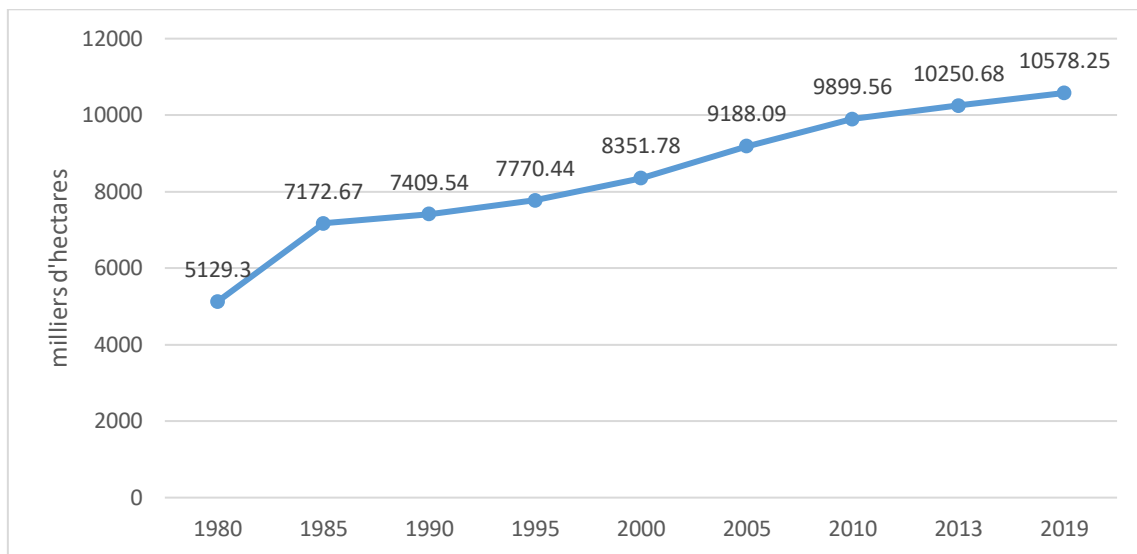
Dans les années 70, la superficie mondiale moyenne était de 4 millions d'hectares.

Au début des années 80, la progression des surfaces récoltées était faible.

À partir de 1985, on peut observer une forte croissance durant deux décennies puis une augmentation régulière des surfaces oléicoles jusqu'en 2013 suivie d'un tassement en 2014.

Bien que depuis 2015, les surfaces ont de nouveau progressé, une baisse des superficies est observée depuis 2018 pour atteindre 10,578 millions d'hectares en 2019.

En 40 ans, les surfaces ont doublé.



FAO stat 2020

Figure 2: Evolution du verger mondiale

1.3 Evolution du verger des principaux pays producteurs

En Espagne, la superficie oléicole est de près de 2,6 millions d'hectares où la majeure partie des olives produites (97 %) est destinée à l'huile. La superficie des oliveraies super-intensives, avec une densité de plus de 800 à 1 000 arbres par hectare, a considérablement progressé et représente actuellement 2,7 % de la SAU totale (70 000 ha). Les surfaces irriguées augmentent depuis ces dernières années.

Il n'y a aucun projet d'expansion oléicole, malgré les craintes concernant la perte de rentabilité de l'oliveraie due à des facteurs tels que l'alternance et la rentabilité des systèmes de production traditionnels, non intensifs.

En Égypte, les oliveraies représentent près de 13 % de la culture totale des arbres fruitiers. La répartition entre les olives de table et l'huile d'olive est respectivement de 70 % et 30 %. Ce pays a pour objectif d'atteindre 0,63 million d'hectares et 100 millions d'arbres plantés. Un système de culture super-intensive est à l'étude.

En Argentine, on estime que 32 % des superficies sont utilisés pour la production d'olives de table, 68 % pour la production d'huile d'olive.

Un plan national d'expansion de l'oléiculture a été mis en place par le ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche qui s'efforce de promouvoir le secteur oléicole comme l'un des secteurs stratégiques nécessaires au développement des économies régionales. Cependant, l'augmentation du prix de l'électricité a un impact sur les exploitations agricoles irriguées et les coûts de production. Les solutions encouragées sont l'utilisation de sources d'énergie renouvelables telles que le photovoltaïque ou la production d'énergie à partir de la biomasse utilisant les résidus de la récolte.

En Grèce, la surface oléicole est actuellement de 1,1 million d'hectares, dont une grande partie est irriguée.

En Tunisie, l'oléiculture représente le principal secteur de l'agriculture. La superficie actuelle est d'environ 1 860 000 ha. On compte 102 millions d'oliviers (1/3 des terres arables du pays) et 310 000 exploitations. Environ 95 % des surfaces sont cultivées en régime pluvial et seulement 5 % sont irriguées. Les superficies augmentent de 20 ha chaque année. On recense environ 1 700 moulins à huile d'olive d'une capacité de transformation de 43 000 t d'olives et 25 unités de conditionnement.

En Israël, environ 4 000 ha d'oliveraies sont cultivés en régime pluvial dans le nord. 9 000 ha sont irrigués, répartis dans tout le pays. 6 000 ha sont destinés à la production d'huile d'olive.

En Algérie, la surface oléicole atteindra 437 000 ha en 2020 contre 431 000 ha en 2019. Sur les 62 millions d'oliviers, 45 millions sont en production. Le rendement moyen est de 23,1 kg par arbre. Il existe un programme de plantation d'oliviers qui prévoit l'établissement d'oliveraies intensives et l'augmentation de la superficie des plantations irriguées.

Au Maroc, 65 % de la superficie cultivée correspond à des oliviers. Il y a actuellement plus d'un million d'hectares : 1 098 000 en 2019/20. Près de 37 % sont irrigués et l'irrigation au goutte à goutte est utilisée sur près de 180 000 ha. Le secteur oléicole produit plus de 50 millions de jours de travail par an. Le plan national d'expansion du Maroc : le Plan « Maroc Vert » a été lancé en 2009 jusqu'en 2020, a atteint ses objectifs, à savoir : la plantation de 358 000 ha de nouvelles cultures et l'équipement de 116 000 ha avec un système d'irrigation localisé.

Parmi les problèmes intrinsèques rencontrés sont près de 93,5 % des exploitations ont une superficie inférieure à 5 ha et la densité des plantations reste très faible.

Au Portugal, environ 350 000 ha d'oliveraies sont consacrés à la production d'huile d'olive et 8 800 ha à celle des olives de table. La région la plus importante est celle de l'Alentejo, au sud du centre du Portugal, qui contribue à 80 % de la production totale.

En Jordanie, le nombre total d'oliviers est d'environ 107 millions. La superficie oléicole est légèrement supérieure à 230 000 ha, soit environ 72 % de la superficie plantée en arbres fruitiers et 20 % du total cultivé.

Pays	2013	2015	2017	2018	2019
Espagne	2 507 000	2 351 370	2 554 829	2 579 000	2 601 900
Italie	1 146 863	1 147 877	1 141 893	1 142 120	1 139 470
Tunisie	1 822 820	1 624 980	948 324	1 534 090	1 606 909
Maroc	922 235	1 006 491	1 020 569	1 045 186	1 073 493
Grèce	796 674	821 206	792 643	963 120	903 080
Turquie	825 826	836 935	846 062	864 428	879 177
Rép. arabe syrienne	697 442	700 907	692 417	693 064	693 227
Algérie	348 196	406 571	432 961	431 009	431 634
Portugal	351 770	351 340	358 276	361 180	359 950
Libye	251 558	275 099	205 104	204 514	205 940

FAO stat 2020

Tableau 3: superficies des principaux pays producteurs depuis 2013 (Surfaces en ha)

2. La production oléicole mondiale

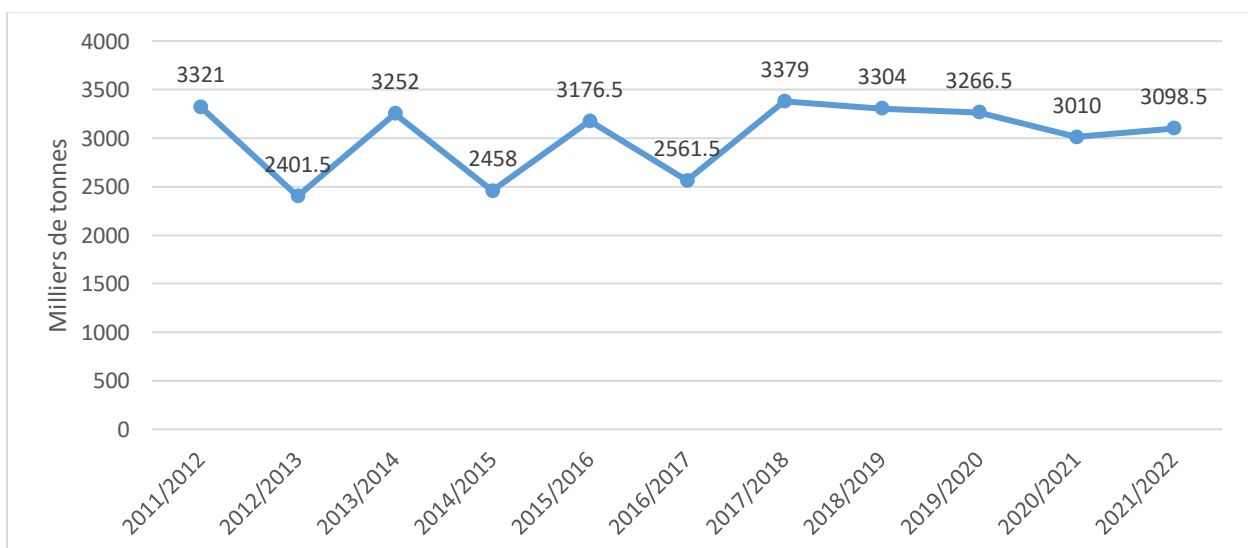


Figure 3: Evolution de la production mondiale

2.1 Estimation campagne 2021-2022

Selon le rapport de la Commission européenne sur les estimations de la production d'huile d'olive pour la campagne 2021/2022 dans la région méditerranéenne et les chiffres, provisoires, suggèrent que l'Espagne pourra atteindre un volume de 1 400 000 tonnes (+ 1 % par rapport à la même période de la campagne précédente), l'Italie pourrait tourner autour de 300 000 tonnes (+ 10 %), le Portugal de l'ordre de 150 000 tonnes (+ 50 %), tandis qu'en Grèce un volume de 230 000 tonnes est estimé, ce qui se traduit par une baisse de 16 %.

Au total on retrouve un volume de l'ordre de 2.097.000 tonnes dans les principaux pays producteurs.

➤ **Italie**

Les perspectives sont positives. Les associations du secteur ont publié leurs prévisionnels et leurs estimations sont plutôt généreuses, penchant pour une production de 300 000 tonnes, bien que les techniciens et les opérateurs économiques prévoient un chiffre inférieur.

Cette année, les Pouilles, principale région de production italienne enregistrera, sauf imprévu, des estimations prometteuses (60% de son potentiel), malgré le fait que l'hiver a été marqué par des phénomènes atmosphériques localement défavorables. Les gelées qui se sont produites dans les zones côtières ont causé de sérieux dégâts, mais les perspectives générales sont bonnes. Une bonne récolte est attendue dans la région de Bari, dans le nord des Pouilles, notamment pour les oliveraies irriguées qui n'ont pas été touchées par la sécheresse.

Selon l'écrivain, journaliste, expert en huile d'olive et directeur de OlioOfficina, Luigi Caricato » les changements climatiques ont radicalisé le phénomène de l'alternance. En fait, il estime que le nord de l'Italie sera fortement pénalisé cette année, notamment dans des régions comme la Vénétie et la Lombardie, mais la Ligurie elle-même et l'Émilie-Romagne subissent un déclin notable, tout comme d'autres régions du centre de l'Italie. La baisse de près de 50% de la production ces 5 dernières années devrait être un levier pour recommencer, de repenser et de formuler une nouvelle oléiculture en Italie.

➤ **Espagne**

Pour le cas de l'Espagne, selon le consultant et professeur à l'Université de Jaén (UJA) Juan Vilar, la saison actuelle devrait être similaire à la précédente en termes de volume d'huile d'olive, mais inférieure en termes de fruits, avec des rendements plus élevés.

De l'Association espagnole des municipalités oléicoles (AEMO), José María Penco souligne que toutes les données indiquent déjà une campagne de production d'environ 1 350 000 t. « il y a encore une partie à jouer, car la formation de l'huile se poursuit jusqu'à la fin du mois de novembre et l'humidité du sol, conditionnée par les précipitations, sera un facteur crucial pour atteindre ce chiffre ».

La moyenne des précipitations en Andalousie d'août à début octobre est inférieure à la moyenne, ajouté au fait que « nous espérons que durant le mois d'octobre et la première quinzaine de novembre les pluies tant attendues arriveront ».

➤ Grèce

Pour la récolte à venir, la production pourrait se situer autour de 180 000 tonnes, principalement en raison de la faible récolte en Crète, où l'on ne prévoit pas plus de 45 000 à 50 000 tonnes (contre 90 000 t. en 2020-2021). La saison 2020/21 s'est clôturée avec 250 000-260 000 t d'huile produite., contre une estimation de 270 000 t. et restera dans les mémoires comme une excellente année en terme de qualité.

De bons chiffres ne sont pas attendus non plus pour le Péloponnèse, les incendies de l'été ayant détruit de nombreuses oliveraies.

➤ Tunisie

L'agent commercial et courtier italien Adriano Caramia indique que la Tunisie, après deux années aux » antipodes » – en 2019/20 avec environ 400 000 t ; et en 2020/21 avec environ 140 000 t -, prévoit une production de 220 000-240 000 t.

Selon lui, la météo continuera à jouer un rôle important pour confirmer, réduire ou augmenter des chiffres qui « doivent toujours être considérés comme approximatifs ».

Selon lui, les précipitations ont été rares tout au long de l'été, bien que bien réparties géographiquement, de sorte que toute pluie supplémentaire d'ici le début de la trituration ne peut qu'accroître la disponibilité d'huile dans le pays d'Afrique du Nord.

➤ Maroc

Noureddine Ouazzani, directeur de l'Agro-pôle Olivier, souligne que les prévisions des opérateurs du secteur oléicole pour la saison 2021/22 font état d'une augmentation de 30 % de la production par rapport à l'année précédente, qui était de 120 000 tonnes. Concrètement, on estime un volume de 156 000 tonnes, bien que les conditions de sécheresse des mois de juillet et août aient entravé le développement correct du fruit.

Il souligne que les rendements attendus sont le résultat des stratégies mises en œuvre pour étendre les surfaces oléicoles marocaines (Plan Maroc Vert/surface actuelle 1 220 000 ha.) au cours des 10 dernières années et de l'entrée en production de nouvelles plantations.

➤ Portugal

Alberto Serralha, PDG de Sociedade Agrícola OuroVegetal, S.A. (SAOV) pratiquement tout le territoire a enregistré des précipitations élevées, qui ont persisté presque jusqu'à la fin du printemps. En outre, l'été a été assez frais, avec des températures beaucoup plus basses que d'habitude, et les pluies sont revenues début septembre avec une forte intensité dans pratiquement tout le pays.

Selon lui, l'aspect négatif de ce temps est que la population de la mouche du fruit de l'olivier augmente, avec des attaques importantes déjà observées, » Le Portugal a besoin d'un mois d'octobre sec pour garantir une récolte de qualité », estime-t-il.

Les attentes actuelles se veulent confiantes avec une production entre 160 000 et 180 000 tonnes.

2.2 Prix à la production

2.2.1 Huile d'olive vierge extra

Le prix à la production de cette catégorie en Espagne atteint 3,38€/kg durant la semaine du 30 mai au 05 juin 2022, soit une augmentation de 2,2% par rapport à la même période de l'année précédente.¹⁰

En Italie - Le prix de cette catégorie était de 4,35 €/kg au cours de la semaine du 30 mai au 05 juin 2022, soit une baisse de 5,4% par rapport à la même période de la campagne précédente.

¹⁰ <https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/#prices>

En Grèce - Le prix de l'huile d'olive vierge extra a atteint 3,43€/kg durant la semaine du 30 mai au 05 juin 2022, soit une hausse de 6,5% par rapport à la même période de la campagne antérieure.

En Tunisie - Le prix de cette catégorie était stable au cours des dernières semaines de juin 2018, autours de 3,43 €/kg, soit une baisse de 18% par rapport à la même période de la campagne antérieure.

2.2.2 Huile d'olive raffinée

Le prix à la production de cette catégorie a atteint 3,27 €/kg en Espagne au cours de la semaine du 30 mai au 05 juin 2022, ce qui représente une augmentation de 08,3% par rapport à la même période de la campagne précédente. Les données pour l'Italie concernant cette catégorie ne sont pas disponibles depuis fin décembre 2017. L'huile d'olive raffinée s'échangeait alors à 3,56 €/kg, soit une augmentation de 4% par rapport à la même période de la campagne précédente.

L'écart entre le prix de l'huile d'olive vierge extra (3,38 €/kg) et le prix de l'huile d'olive raffinée (3,27 €/kg) est de 0,11 €/kg en Espagne. En Italie, cette différence était de 0,43 €/kg en décembre 2017.

3. Evolution des importations d'huile d'olive

Les importations mondiales d'huile d'olive ont diminué de 9% au cours de la dernière campagne 2020/21.

Si nous nous concentrons sur certains des principaux marchés indiqués dans le tableau ci-dessous, huit d'entre eux contribuent à environ 80% des importations mondiales d'huiles d'olive et d'huiles d'olive vierges : les États-Unis avec 35%, l'Union européenne avec 17%, le Brésil avec 8%, le Japon avec 6%, le Canada avec 5%, la Chine avec 4%, l'Australie avec 3% et la Russie avec 2%.

	2014/20	2015/20	2016/20	2017/20	2018/20	2019/20	2020/20	Taux de variation %
	15	16	17	18	19	20	21	
Australie	20 893	26 178	28 934	31 263	31 898	36 203	35 877	- 0.9
Brésil	66 872	49 900	59 574	76 433	86 089	103 903	106 357	+ 2.4
Canada	37 769	40 900	39 476	46 924	46 502	57 402	57 912	+ 0.9
Chine	31 105	34 413	39 336	37 870	45 871	50 641	45 505	-10.1
Japon	59 062	53 730	54 622	55 462	68 980	69 753	59 166	-15.2

Russie	19 228	19 468	19 685	20 504	24 090	26 832	29 488	+9.9
USA	294 843	314 345	304 899	310 769	346 744	391 117	379 538	-3
Extra-UE	226 642	106 409	92 382	182 162	147 147	252 475	167 643	-33.6
Totale	756 414	645 342	638 909	761 386	797 321	988 325	881 486	-10.8

COI 2021

Tableau 4: Evolution des importations d'huile d'olive sur certains principaux marchés

En 2020/21, les importations de ces marchés ont diminué de 10,8% par rapport à 2019/20, interrompant leur hausse continue depuis la campagne 2016/17. Malgré cela, les importations de 2020/21(881 486 tonnes) restent supérieures ; plus de 110 000 tonnes à la moyenne des six dernières campagnes (764 616 tonnes).¹¹

3.1 La campagne oléicole 2021/22

Les échanges d'huile d'olive et d'huile de grignons d'olive sur les 8 marchés indiqués dans le tableau ci-dessous au cours des premiers mois de la campagne actuelle 2021/22 (octobre 2021 - avril 2022) montrent une diminution de 17% en Australie, au Brésil, au Canada et en Russie, et de 6% aux États-Unis par rapport à la même période de la campagne précédente. En revanche, les importations ont augmenté de 8% au Japon et sont restées stables en Chine.

En ce qui concerne les échanges de l'UE au cours des six premiers mois de la campagne 2021/22, les achats intra-UE ont diminué de 7% et les importations extra-UE de 20% par rapport à la même période de la campagne précédente.¹²

Pays importateur	OCT 20	OCT 21	NOV 20	NOV 21	DEC 20	DEC 21	JAN 21
Australie	3353.3	3385.1	2563.6	2254.0	3377.3	2809.0	1942.9
Brésil	11052.3	8137.6	12249.6	8895.7	10356.0	7465.7	9219.6
Canada	5755.7	3195.9	5146.6	3628.6	5900.5	3209.7	5417.4
Chine	2588.2	3156.3	5438.5	5464.2	7785.1	8439.6	4931.3.
Japon	4902.6	4567.0	6160.0	6856.5	4478.2	4514.3	3690.9
Russie	4156.7	3227.1	3908.1	3393.8	3992,3	2761.1	2220.1
USA	29339.7	24667.7	33389.2	32101.5	32336.5	25586.4	41415.3
Extra- UE	19817.7	15418.9	22010.5	9681.7	19222.7	28845.2	14900.6

¹¹ <https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/#exports>

¹² https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2022/07/vista-news_JUIN_FR.pdf

Intra-UE	98528.6	81263.4	104971.3	98173.2	119103.8	116706.2	96943.8
Totale	179494.7	147019.0	195837.4	170449.1	206552.4	200337.2	180682.0
Pays importateur	JAN 22	FEV 21	FEV 22	MAR 21	MAR 22	AVR 21	AVR 22
Australie	1967.5	3708.4	2453.0	2840.9	2941.4	4202.0	2366.1
Brésil	7150.2	7230.1	6199.6	9490.6	9808.9	7354.8	8204.9
Canada	3997.5	3541.5	5294.5	4686.8	5632.6	4620.7	4200.3
Chine	3827.9	1974.5	2931.0	3264.2	2711.2	3204.7	2767.0
Japon	6200.7	3687.6	3413.0	5915.0	5759.4	4888.5	4871.7
Russie	2362.0	2764.4	N.D.	2392.6	N.D.	3117.2	N.D.
USA	28712.1	22794.7	31094.2	29599.8	32371.3	41050.3	40530.7
Extra- UE	7075.9	17754.0	14814.2.	20302.2	N.D.	21270.8	N.D.
Intra-UE	97792.8	119629.3	113380.0	122183.2	N.D.	95490.3	N.D.
Totale	154086.6	183084.4	179723.6	200675.3	59224.6	105 199.3	/

COI 2022

Tableau 5:Importation d'huile d'olive (y compris les huiles de grignons d'olive) (t)

4. Evolution des exportations d'huile d'olive

Les huiles importées proviennent principalement d'Espagne, avec 29,2% des importations totales (-2,9% par rapport à la même période de la campagne précédente), suivie de la Tunisie avec 26,8%, de l'Italie avec 20,4%, du Portugal avec 10,6%, de l'Argentine avec 3%, de la Turquie avec 2,9%, de la Grèce avec 2,2%, du Chili avec 1,7% et du Maroc avec 1,2% .

	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	Contribution %	Taux de variation %
Espagne	225 063	286 791	265 424	257 818	29,2	-2.9
Tunisie	171 273	146 100	318 846	235 864	26,8	-2.6
l'Italie	167 505	178 422	183 944	179 994	20,4	-2.1
Portugal	48 102	60 696	104 559	93 573	10,6	-10.5
Argentine	27 252	17 229	23 459	26 210	3	+11.7
Turquie	44 926	30 499	28 703	25 725	2,9	-10.4
Grèce	17 660	18 627	18 889	19 109	2,2	+1.2
Chili	14 146	120 45	13 241	14 591	1,7	+10.2

Maroc	9 455	25 066	12 403	10 912	1,2	-12
Autres	36 005	21 848	18 855	17 689	2	-6.2
Totale	761 386	797 321	988 325	881 486	100	-10.8

COI 2021

Tableau 6: Evolution des exportations d'huile d'olive dans les principaux marchés, par pays d'origines

5. Evolution de la consommation mondiale de l'huile d'olive

La consommation d'huile d'olive a presque doublé entre 1990/91 et 2020/21. L'estimation pour la campagne 2021/22 situe la consommation à plus de 3,2 millions de tonnes.

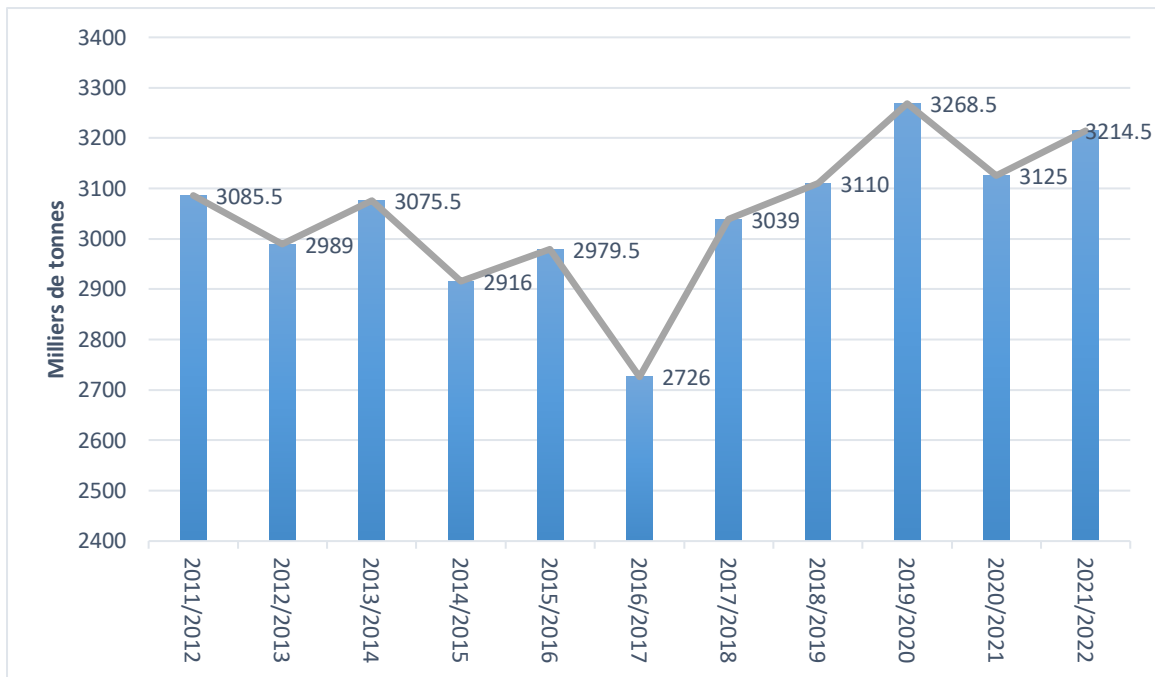
Selon les données officielles et les estimations du Secrétariat exécutif du COI, la consommation mondiale pourrait atteindre 3 214 500 t en 2021/22, soit une augmentation de 2,9% par rapport à la campagne 2020/21.

Bien que les données soient encore provisoires, la consommation mondiale de campagne 2020/21 aurait atteint 3 125 000 t, soit une baisse de 4,4%, 143 500 t de moins que la campagne précédente.

L'évolution de la consommation d'huile d'olive dans l'Union européenne est à souligner. La consommation mondiale a presque doublé par rapport à la campagne 1990/91. Le groupe de pays qui a contribué à cette croissance est constitué des pays non membres du Conseil oléicole international et aux autres pays membres. Cependant, la consommation a fortement diminué dans l'Union européenne par rapport à 2004/05, campagne à partir de laquelle une tendance négative de la consommation s'est amorcée. La part de l'UE dans la consommation mondiale est passée d'un peu plus de 70% en 2004/05 à un peu moins de 50% ces dernières années.

D'une manière générale, cette baisse est amortie par l'augmentation de la consommation hors de l'Union européenne et la tendance de la consommation d'huile d'olive dans le monde est positive à long terme.¹³

¹³ <https://www.internationaloliveoil.org/changes-in-olive-oil-consumption/?lang=fr>



COI 2021

Figure 4: Evolution de la consommation mondiale

6. Positionnement de l'huile d'olive à qualité spécifique dans le commerce global.

6.1 Les indications géographiques : une alternative viable pour la valorisation des produits de terroir et de l'huile d'olive en particulier ?

Les indications géographiques à l'échelle internationale sont en expansion depuis le tournant des années 2000. Leur diffusion est constatée dans de nombreux pays méditerranéens et fait l'objet de stratégies nationales de nombreux pays en développement (Ilbert H., 2009). Certaines assimilations entre origine géographique (terroir) et qualité des produits s'établissent, alors même que les indications géographiques constituent en premier lieu un instrument de droits de propriété intellectuelle dépourvu de spécifications quant à la qualité du produit. En effet, elles se définissent d'abord comme un outil de protection contre les usurpations de l'usage d'un nom et constituent un élément des stratégies de la différenciation fondée sur la protection des attributs spécifiques aux ressources. Lorsqu'elles sont ancrées dans une dynamique territoriale, les indications géographiques assurent également une meilleure valorisation des produits de terroir : elles sont alors considérées comme des instruments de développement territorial qui s'articulent sur le triptyque : ressources, gouvernance et durabilité. Facteur d'organisation des acteurs locaux, elles se transforment en moteur de promotion et de

sauvegarde du patrimoine et des cultures locales. Elles participent alors à consolider la réputation, le développement économique local et à améliorer la redistribution des revenus (Türkekul B.,Günden C.,Abay C.,Miran B., 2010). L'assimilation entre défense de l'origine et défense de la qualité et de la durabilité est alors rendue progressivement possible.

La construction de signes officiels de qualité comme une indication géographique suppose aussi la légitimité et la lisibilité du signe. En effet, les acteurs qui mobilisent ce type de signe doivent aussi en gérer la crédibilité auprès des consommateurs. Les degrés de confiance et de reconnaissance du signe sont liés à l'image véhiculée par le produit et pas seulement aux caractéristiques intrinsèques du produit. Dans le cas d'un signe privilégiant l'association origine géographique et qualité, il faut que cette association fasse sens pour le consommateur (Filippi M.,Triboulet P., 2006).

Parmi les attributs retenus pour construire un signe, l'aire d'origine est l'une des ressources spécifiques qui permet de se différencier. La garantie de l'authenticité, de la tradition et de la proximité à la nature auprès des consommateurs est devenue une exigence économique. Autrement dit, l'origine des produits inclut pour le consommateur un ensemble de savoirs et de pratiques identifiables et reconnaissables par celui-ci (Valceschini E., 2000).

6.2 Indications Géographiques oléicoles

Depuis la réglementation 2081/92 du Conseil des Communautés européennes, relative à la protection des IG et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, le nombre des appellations oléicoles enregistrées par l'UE a augmenté, passant de 24 IG enregistrées en 1996 à une centaine en 2013. La protection vaut pour tous les pays membres de l'Union européenne. L'Italie, l'Espagne et la Grèce détiennent plus de 90 % des appellations d'origine protégée (AOP) oléicoles méditerranéennes enregistrées. L'ensemble de ces pays représentent 96 % de toutes les AOP oléicoles méditerranéennes reconnues par l'UE (Hajou et al., 2015 in Door, 2013).

	Nombre d'AOP	Production AOP/ Production Nationale Oléicole	Surface AOP/ Surface oléicole Nationale
Italie	42 AOP+1 IGP	2.5%	8%
Grèce	18 AOP+11 IGP		
Espagne	26 AOP	2.7%	631.000 ha AOP

France	7 AOP	22%	24%
--------	-------	-----	-----

Tableau 7: Singes de qualité enregistrés sur le registre européen par les pays producteurs méditerranéens

L'Italie détient le plus grand nombre d'AOP oléicoles enregistrées au sein de l'UE (42 AOP et une indication géographique protégée [IGP] pour près de 8 % de la surface oléicole sous appellation).

L'Espagne, producteur oléicole (46 % de la production mondiale et près de 50 % de la production oléicole méditerranéenne, selon les données du Conseil oléicole international), fait partie des premiers pays à avoir mis en place les AOP oléicoles.

La Grèce multiplie la production des huiles d'olives sous appellation. Ces produits sont centralisés sous la responsabilité du ministère du Développement Rural et des Aliments. Une stratégie qui a pour objectif l'identification, la définition et l'étiquetage du produit conformément à un cahier des charges précis (Hajou et al., 2015 in Anthopoulou et Kaberis, 2013).

La France compte 22 % de sa production oléicole sous appellation, qui occupe 24 % de la surface cultivée avec seulement 7 AOP oléicoles. Ce choix de différenciation peut être interprété comme étant lié à une volonté politique d'exception, due pour partie à la très faible part de la France sur le marché mondial (seulement 0,1 % de la production oléicole méditerranéenne). Ce choix s'explique également par des stratégies de coûts de production ainsi que par l'existence d'un dispositif de protection permettant de mettre en valeur la diversité des variétés d'olives en fonction de leurs origines, des techniques, des savoir-faire locaux, et la volonté des milieux oléicoles de protéger leur production via une réglementation et des normes spécifiques (Hajou et al., 2015).

Les autres pays de la Méditerranée comme la Turquie et les pays Maghrébins sont loin d'être au même rang que les pays européens. Le nombre d'AOP oléicoles est insignifiant, la démarche d'appellation commence à voir le jour : une seule appellation oléicole au Maroc (AOP Tout-Chiadma), une indication de provenance en Tunisie (l'huile d'olive de Monastir parue au Journal officiel de la République tunisienne en décembre 2010) et deux IG en Turquie (les huiles d'olives du golfe d'Edremit et les huiles d'olives de l'Égée du Sud, qui ont obtenu respectivement la certification n° 87 du 29 août 2004 et n° 79 du 27 septembre 2004). Les stratégies de différenciation sont en cours de mise en place en Algérie. La protection est nationale et les demandes de reconnaissance sur le registre Européen sont difficiles à obtenir,

comme en témoigne la demande de protection de l'huile d'argan, qui n'a pas abouti en 2015 malgré une demande de protection introduite en octobre 2011.

6.3 Le cas de l'Algérie

La nécessité de redynamiser la filière oléicole est un objectif politique majeur depuis plus de cinquante ans. En 1969, l'Office national algérien des produits oléicoles (ONAPO) est créé pour promouvoir la production, les techniques de trituration (transformation), la formation et la commercialisation des olives de table. L'approche n'est pas celle de la différenciation, mais plutôt celle de la structuration de la filière. Le ministère de l'Agriculture et du Développement Rural (MADR) a fait appel à des experts en 2011, dans le cadre du projet de jumelage P3A (Programme d'appui à la mise en œuvre de l'accord d'association avec l'Union européenne), portant sur la valorisation des produits agricoles de terroir par le système de qualité et par les IG, afin d'apporter un appui pertinent à l'élaboration et à la mise en œuvre de reconnaissance de la qualité des produits agricoles du terroir, par des signes distinctifs liés à l'origine.

Un décret exécutif n° 13-260 du 7 juillet 2013 a été publié, dans le Journal officiel de la République algérienne n° 36, fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole. Ce décret récent fait suite aux décrets sur les vins de qualité et la reconnaissance du label VAOG (Vin d'appellation d'origine garantie) établi après l'Indépendance. Le cadre juridique et les outils techniques d'encadrement des démarches de valorisation existent aujourd'hui, mais les démarches en Algérie sont cependant plus récentes qu'au Maroc. Le soutien institutionnel pour qu'ils deviennent opératoires dépend des niveaux d'intervention et d'acceptation de ces mesures (**Hajou et al., 2015**).

6.3.1 Spécificité du marché interne et perceptions de la qualité par les consommateurs algériens : quels atouts ?

La qualité est devenue un enjeu socio-économique de première importance dans l'économie contemporaine. (**Sylvander, 1994**). Pour l'huile d'olive, celle-ci est généralement appréciée par des attributs intrinsèques (acidité, goûts, couleur, limpidité, etc.) ou extrinsèque (prix, origines fournisseurs, étiquettes, etc.). La composition en acide gras des variétés de l'huile d'olive algérienne, est variable mais largement en conformité avec celles du COI. (**Benabid, 2009. Douzene, et al, 2010**). Au niveau du marché de l'huile d'olive Algérien, la stratégie de production et de commercialisation adoptée peut être qualifiée de générique. L'huile est souvent vendue en vrac, commercialisée sur le marché local, national et même international (timidement avec quelques petites expériences).

En Algérie, l'huile d'olive n'a pas de label ni d'Appellation d'Origine Contrôlée. De même, la qualité et le goût des huiles peuvent varier selon les régions, les variétés, les processus de production, de conservation et de transformation. Ces habitudes locales ou régionales conduisent à la particularité de l'huile produite, qui porte souvent le nom du lieu d'origine. Ce qui confirme les résultats de l'étude de **(Dekhili, 2008)** sur la détermination des dimensions de l'image régionale spécifique à l'huile d'olive en Tunisie, où elle démontre que la référence à la « région » est une variable de choix indépendante de la culture du pays.

Le marché de l'huile d'olive en Algérie dispose d'un atout, tradition oléicole de consommation de l'huile à goût fort issu des pratiques ancestrales et sortent la production des standards internationaux. Atout dans le sens qu'il existe une culture, une certaine éducation qui différencie notablement le goût algérien de celui du consommateur classique. Cette spécificité peut agir comme protection non tarifaire forte (préférence aux produits locaux avec un goût spécifique) mais aussi un moyen d'accès aux marchés les mieux différenciés et valorisés, à condition de lui donner les standards qualitatifs requis, une identité géographique reconnue et l'appuyer d'une forte promotion.

Ces moyens de valorisation des produits oléicoles renforcent l'importance des facteurs de compétitivité hors prix, car il ne suffit pas de maîtriser les coûts de production et de comprimer les prix de vente pour être compétitif, mais il est également impératif d'adopter une stratégie de différenciation des produits et d'identifier des marchés de niches, afin de répondre au mieux aux attentes nouvelles des consommateurs. Ces derniers montrent un intérêt grandissant pour les produits de terroir, garants d'une certaine typicité et de qualité supérieure aux produits conventionnels **(Rahmani, 2010)**.

L'attribution d'indications géographiques (IG) ou d'appellation d'origine protégés (AOP) à des produits typiques comme les produits de montagnes (raisins de table et huile d'olive) permet leur meilleure identification ; elle peut être considérée comme un argument commercial fort **(Sahli, 2009)**.

Par conséquent, il est impératif que l'Algérie accorde une plus grande importance, dans ces politiques, aux aspects hors prix tels que la qualité et la valorisation de produit. L'engagement de cette démarche a donné lieu à l'émergence de nouveaux acteurs, des entrepreneurs du secteur privé essentiellement et organisations professionnelles **(Boudi, 2012)**.

6.3.2 La Kabylie à l'épreuve des signes de qualité et de l'origine

La Kabylie est une des régions pilotes du développement rural, une région connue pour l'oléiculture traditionnelle. L'huile d'olive de Kabylie est recherchée dans tout le pays pour ses qualités gustatives. La demande nationale, régionale et locale garantit l'écoulement de cette production réputée. Il n'est pas rare que les stocks ne soient pas suffisants pour répondre à la demande d'une année sur l'autre. La consommation nationale est peu sensible aux démarches de l'état et se fonde sur des habitudes de consommation traditionnelles. Elle passe par des circuits de vente informels, en vrac, via des réseaux de commercialisation directs. La régulation par la certification est perçue comme une contrainte. La réputation de l'huile d'olive ainsi que sa qualité spécifique dépendent des liens de confiance et des relations personnelles entre producteurs locaux et consommateurs. L'opportunité d'une labellisation de l'huile d'olive algérienne se heurte à de nombreux obstacles. Trois types d'obstacles ont été diagnostiqués :

- le mode de conduite agricole (zones montagneuses difficilement accessibles, verger morcelé, moyens de production limités) ;
- les modes organisationnels (manque de structuration de la filière, absence d'organisation collective dynamique) ;
- le modèle de consommation dominant (éloigné des exigences de mise en conformité internationale : l'arôme, la couleur, la texture de l'huile d'olive de Kabylie ne répondent pas aux standards du COI mais ils répondent à l'attente des consommateurs locaux et algériens).

Ces obstacles montrent que les conditions d'adhésion à la mise en œuvre des signes de protection par les IG ne sont pas réunies. Le marché informel actuel écoule la production nationale sans qu'il soit nécessaire de construire de cahiers des charges. L'absence de vision commune entre les consommateurs, les opérateurs et le gouvernement pourrait, comme c'est déjà le cas dans certains pays, amener l'état à porter le projet de labellisation dans une démarche descendante. L'intervention en faveur de la création d'IG se transformerait alors soit en contrainte supplémentaire (cahiers des charges imposés, etc.), soit en incitation à la mise en cohérence avec les normes internationales (formations, soutiens indirects, etc.). En aucun cas, elle ne pourrait permettre un développement territorial assurant la gestion préservée et concertée de la ressource et de sa valeur symbolique (**Hajou et al., 2015**).

Chapitre IV

La matrice SWOT

1. La matrice SWOT

La méthode SWOT a été fondée par E. P. Learned, C. R. Cristensen, K.R Andrews et W.D. Guth (LCAG) de l'école de Harvard dans les années soixante (**Sai As et Metais, 2001**). Elle a constitué la philosophie de base de l'approche classique de la stratégie d'entreprise centrée sur l'adaptation de l'entreprise à son environnement. Pour ce premier courant de développement de l'adéquation stratégique, l'élaboration d'une stratégie consiste à trouver la meilleure adéquation possible entre les forces et faiblesses internes et les menaces et opportunités externes (**Perrotton, 2002**).

Cette approche, relativement sommaire, a été enrichie par H.I. Ansoff de l'école de Carnegie qui a proposé un modèle d'inspiration similaire, mais ayant une architecture plus élaborée (**Sai As et Metais, 2001**). Elle a connu ensuite trois évolutions. La première a introduit la notion de changement pour pallier le caractère trop statique du SWOT et porter la réflexion à l'avenir. La deuxième a mis l'accent sur la segmentation dans l'étude des forces, faiblesses, opportunités et menaces. La troisième a développé l'idée d'évaluer les quatre composantes du SWOT par rapport aux concurrents.

La méthode SWOT a dominé le processus stratégique dans les années 1970 (**Perrotton, 2002**), elle est encore d'actualité et constitue, de nos jours, un outil universel d'aide à la décision. Elle a l'avantage d'être relativement simple, très populaire parce qu'elle est facile à utiliser. Lorsqu'elle est correctement employée, elle peut fournir une base solide pour la formulation d'une stratégie adéquate (**Chang et Huang, 2006**). Elle permet de collecter, d'organiser, d'évaluer et de synthétiser un large nombre d'informations concernant une organisation (diagnostic interne) et son environnement (diagnostic externe) afin d'identifier les principales forces, faiblesses, opportunités et menaces et d'assurer l'adéquation entre la capacité stratégique de cette organisation (ce qu'elle sait faire) et les facteurs clés de succès de son environnement (ce qu'il faut faire) (**Johnson et al., 2002**).

Les quatre composantes du SWOT sont hiérarchisées moyennant différentes méthodes (**Kurtila et al., 2000**) et synthétisées dans une matrice permettant l'identification de quatre alternatives stratégiques (**Dyson, 2004**) :

- Les stratégies offensives (entourage de l'excellence) qui exploitent les forces de l'organisation pour profiter des opportunités de son environnement.
- Les stratégies défensives (les facteurs d'assurance) qui utilisent les forces de l'organisation pour éviter les menaces de l'environnement.

- Les stratégies de renforcement (les domaines qui rendent difficile l'amélioration) qui s'efforcent d'améliorer les faiblesses de l'organisation pour profiter des opportunités de son environnement.
- Les stratégies de repositionnement et de diversification (les aspects critiques) qui consistent à minimiser les faiblesses de l'organisation pour la rendre moins vulnérable aux menaces extérieures.

2. Analyse SWOT de la Filière oléicole en Algérie

Compte tenu de toutes les informations recueillies à partir des quatre premiers chapitres. Une analyse SWOT de la filière oléicole en Algérie est résumée selon les Forces et faiblesses au niveau des volets réglementaires et institutionnels, production et commercialisation suivi des opportunités et menaces de la filière. Ce SWOT se résume comme suit :

2.1 Les Forces et faiblesses de la filière

I. Volet réglementaire et institutionnel :

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">▪ Existence d'une volonté politique avec programmes encourageants au niveau des exploitations.▪ Mise en place de politiques et initiation de réglementations en faveur d'un développement du concept qualité en Algérie▪ Stratégie oléicole à l'horizon 2025 afin d'atteindre un million d'hectares de plantation et programme de régénération des oliviers en montagne.	<ul style="list-style-type: none">▪ Absence d'un système de contrôle et de certification et d'accréditation en agriculture notamment la filière oléicole.▪ Manque d'organisation de la filière oléicole▪ La qualité de la plupart des huiles d'olive produites ne répond pas aux normes internationales.▪ Manque de valorisation des acquis de la recherche et des capacités nationales en matière d'agriculture biologique et oléiculture

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conscience quasi générale de toutes les instances de l'opportunité de développer la démarche qualité en Algérie. ▪ Existence d'un noyau d'institutions d'enseignement, de recherche, de développement et de formation agricole, (INRAA, DSA, ITMAS chambres d'agriculture etc...) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Absence de statistiques ▪ Position juridique des terres non éligibles (héritage, biens vacants....) ▪ Existence d'un marché informel de la production de plants ▪ Morcellement très important au niveau des exploitations en montagne qui peut contribuer à une rentabilité faible encourageant à l'exode....
--	--

II. Volet de la production

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existence d'un potentiel important en superficies valables pour l'extension oléicole. ▪ Richesse variétale. ▪ Manque de traitements phytosanitaires des oliviers ▪ Existence de certains acquis historiques en matière de production, transformation et commercialisation de produits agricoles dont l'huile d'olive conventionnelle et bio, le vin, etc.... ▪ Subventions des plantations et des concessions des terres. ▪ Espèces moins exigeantes en eau et en entretien (Espèce rustique). ▪ Potentiel durable. ▪ Existence de certaines expériences de jumelage et d'assistance technique pour des 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zones montagneuses difficiles, pentes et terrains accidentés (80%) problèmes au niveau des techniques de production, du transport des produits et main d'œuvre, d'accessibilité aux marchés, etc. ▪ Manque de technicité au niveau des exploitations ▪ Présence de problèmes phytosanitaires ▪ Manque de fertilisation et spécialement organique ▪ Manque de connaissances et pratiques pour la production d'olives et huile d'olive de qualité ▪ Absence de tenue et suivi documentaire au niveau de l'exploitation (cahier de culture, comptabilité...) ▪ Délais de stockage excessifs des olives. ▪ Rareté et cout élevé de la main d'œuvre

AOC (dattes, olives de table et figues séchées)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existence de vieux vergers oléicoles ▪ Morcellement de plus en plus important des exploitations oléicoles ▪ Perte du potentiel oléicole causé par les feux de forêts ▪ Existence de Vergers abandonnés et d'absentéisme ▪ Système de trituration rend l'agriculteur non harmonisé. ▪ Manque de coordination entre les intervenants et la profession ▪ Manque de moyens financiers, logistique... ▪ Déficit de communication et non diversification des modes de communications (rapprochée...)
---	---

III. Volet de la Commercialisation :

Forces	Faiblesses
/	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cout élevé de l'huile d'olives et absence des couts de production ▪ Absence de marché organisé ▪ Déficit de communication et non diversification des modes de communications ▪ Mauvaise commercialisation (Circuit de commercialisation anarchique (informel) marqué par une multitude d'intervenants pratiquant la vente HO en vrac)

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Des importations et des exportations sans stratégie. ▪ Manque de valorisation de l'huile d'olive (majorité des huiles vendues en vrac) ▪ Méconnaissance du consommateur vis-à-vis d'une huile d'olive de qualité ▪ Pas d'image pour l'huile d'olive Algérienne sur le marché international
--	---

2.2 Les Opportunités et Menaces de la filière :

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Une forte demande sur le marché mondial ▪ Proximité de l'Algérie par rapport aux marchés européens et existence d'un Accord d'association de l'Algérie avec l'Union Européenne, ▪ Proximité des marchés internationaux. ▪ Un produit utilisé pour la santé humaine. ▪ La qualité des produits très sollicitée par le marché international. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saturation du marché européenne. ▪ Résistance des différents intervenants de la filière pour des pratiques de production d'huile d'olive selon les normes internationales (Changement de mentalités) ▪ Risques phytosanitaires ▪ Complexité des statuts juridique, terres issues d'héritage morcelées, localisée en zone montagneuse ▪ La consommation de l'huile d'olive est peu concurrentielle par rapport aux olives de table. (Le rapport prix sur le marché) ▪ Climat pour l'exportation, prix et lourdeur administrative

3. Axes de développement et perspectives d'avenir de la filière oléicole

La réussite du secteur oléicole en Algérie, passe inéluctablement par son développement. Ce dernier peut être organisé autour des points suivants :

- Promotion et renforcement de la position de l'huile d'olive algérienne avec une politique de promotion des produits de la filière.
- incitation à l'augmentation de la consommation locale d'huile d'olive en ayant recours aux moyens de communication (médias et hors médias).
- Positionnement sur le marché international par la différenciation s'appuyant sur les spécificités de l'huile d'olive algérienne (La qualité gustative de l'huile d'olive de kabylie).
- Fédération des entreprises au sein d'un groupe homogène (consortium à l'export). De même, gérer un stock stratégique régulateur permettant une gestion des effets des fluctuations.
- Conception et mise en place d'une politique de prix de l'huile d'olive s'adaptant continuellement aux évolutions du marché local et international qui tient compte des intérêts des différents intervenants.
- Structuration du marché local d'huile d'olive encadré par une réglementation de protection de la qualité et du consommateur contre le produit douteux en mettant en place un réseau de distributeurs organisés.
- Création d'un réseau d'experts pluridisciplinaires en faveur de marketing et de l'économie de la filière.
- Encadrement et formation des oléiculteurs pour les sensibiliser au changement des pratiques culturelles.
- Instauration d'une nouvelle culture basée sur la pratique de l'incitation et de l'efficacité économique.

Conclusion générale

Conclusion générale

La nécessité de redynamiser le secteur oléicole en Algérie, devient un objectif affiché de l'Etat. Et cela dans le but de contribuer à la sécurité alimentaire et à la diversification de l'économie du pays.

Au regard de la complexité des enjeux auxquels l'Algérie devra répondre, nous avons tenté, dans notre travail de recherche, de faire un éclairage sur l'évolution des exigences réglementaires publiques, les normes internationales ainsi que le marché mondial de l'huile d'olives, afin de pouvoir situer la filière algérienne dans ce contexte.

Le marché mondial se caractérise par la concentration de la production, de la consommation et des échanges mondiaux plus particulièrement au niveau de l'Union Européenne. Donc une concurrence très rude qualifie ce marché, qui, actuellement se voit investir par de nouveaux pays producteurs. Ainsi le devenir de ce secteur reste tributaire de la dynamique du marché mondial et des nouvelles dispositions en matière des politiques agricoles et commerciales.

Ainsi, la filière oléicole se place dans un contexte concurrentiel rude et en perpétuelle évolution où seules la qualité et la distinction priment.

L'oléiculture algérienne souffre de nombreux goulots d'étranglement qui empêchent son développement en comparaison avec les pays voisins disposants des mêmes conditions naturelles que notre pays mais qui se sont imposés sur le marché mondial comme concurrents potentiels.

Aussi, l'analyse SWOT fait ressortir que le développement d'un secteur d'huile d'olive en Algérie présente de très grandes potentialités et opportunités. Toutefois, un nombre de faiblesses aussi bien au niveau institutionnel qu'organisationnel ainsi que techniques au niveau des différents maillons de la filière est présent. Cette filière n'était pas appelée à produire la qualité. Ce qui fait que les enjeux majeurs de la filière oléicole en Algérie sont liés à la construction d'un marché multiforme par le biais d'un produit disposant d'un coût commercial pour être encadré par l'Etat pour des objectifs économiques stratégiques.

La stratégie à présenter émane de cette réalité de terrain et touchera la problématique soulevée.

Références bibliographiques

Références bibliographiques

Ouvrages, livres et articles

Anthopoulou T. et Kaberis N., 2013. Indications géographiques et dynamiques de développement territorial. Le difficile passage des coordinations tacites aux démarches collectives de valorisation patrimoniale (Grèce). In: Ilbert H., Tekelioglu Y., Çagatay S., Tozanli S. (eds.). Indications géographiques, dynamiques socio-économiques et patrimoine bio-culturel en Turquie et dans les pays méditerranéens. Montpellier : CIHEAM-IAMM, p. 61-76. Options Méditerranéennes, A104.

Benabid H, (2009). « Caractérisation de l'huile d'olive algérienne : Apports des méthodes chimiques », Thèse de doctorat en sciences alimentaires, Univ. Mentouri, Constantine. 245p.

Bérard L., Marchenay. (2000). Le vivant, le culturel et le marchand : les produits de terroir. Vives compagnes. Le patrimoine rural, projet de société. Autremenr. N° 194 mai 2000, 191-216.

Boudi M, (2012). « Mouvement d'acteurs et valorisations des produits du terroir : cas de la wilaya de Bejaia ». In Revue des Régions Arides n°28, Numéro Spécial, p.339-347.

Chang H.H et Huang W.C., 2006. Application of a qualification SWOT analytical method. Mathematical and computer modelling, 43 : 158-169.

Dekhili S, (2008). « Comment l'image de la région d'origine influence-t-elle la qualité perçue de l'huile d'olive ? », 2 èmes journées de recherche en sciences sociales INRA SFER CIRAD, Lille, France, Décembre, 25 p.

Douzene M, Nouani A, Brahim A & Bellal MM, (2010). « Influence de la variété, de la campagne oléicole et de la région sur la composition en acide gras de quelques huiles d'olives vierges algériennes ». European Journal Of Scientific Research Vol 46, n°3. p. 339-351.

Dyson R.G., 2004. Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. European Journal of Operational Research, 152: 631-640.

Hadjou L., Lamani O., Cheriet F. (2013). Labellisation des huiles d'olives algériennes : contraintes et opportunités du processus, Revue New Médit. Vol 12, N° 2, juin, 35-46.

Johnson G., Scholes K. et Frery F., 2002. Stratégique. 2ème éd. Pearson education France.

Kurttila M., Pesonen M., Kangas J. et Kajanus M. 2000., Utilizing the analytic hierarchy process (AHP) in SWOT analysis – a hybrid method and its application to a forestcertification case. Forest Policy and Economics, 1 (1): 41- 52.

Lamani O, Ilbert H, Khadari B, 2015. Stratégies de différenciation par l'origine des huiles d'olive en Méditerranée. Cah Agric 24 : 145-50.

Lamani O, Ilbert H. (2016). La segmentation du marché oléicole. Quelles politiques de régulation du marché d'huile d'olive en Algérie ? NEW MEDIT N. 3 : 19-28.

Mendil M., 2009. « L'oléiculture : Expériences algériennes », Filaha Innove, N. 4. p. 6.

Perrotton P., 2002. Safari en pays stratégie : L'exploration des grands courants de la pensée stratégique. Séminaire : conduite de la recherche en contrôle de gestion. Université de Paris Dauphine ; Fiche de lecture, pp. 1-30.

Rahmani M, (2010). « La qualité : facteur compétitif pour la production ». Journée de l'association AMIOL : L'olivier : Qualité santé environnement. Avril, 17 p

Sahli Z, (2009). « Produits de terroir et développement local en Algérie, Cas des zones rurales de montagnes et de piémonts ». Options méditerranéennes, A n°89, p.305-338.

Sai As. M. et Metais E., 2001. Stratégie d'entreprise : évolution de la pensée. Finance Contrôle stratégie, 4(1) : 183-213.

Sylvander B, (1994). « La consommation sociale de la qualité : des produits aux façons de produire ». Revue Etudes et Recherches sur les systèmes agraires, vol 28, p. 27-49.

Terral J., Durand A., Newton C., Ivorra S. (2009). Archéo-biologie de la domestication de l'olivier en Méditerranée occidentale : de la remise en cause d'une histoire dogmatique à la révélation de son irrigation médiévale. Revue d'études Héraultaises, vol. hors-série : 13-26.

Van der Lans I.A., van Ittersum K., De Cicco A., Loseby M (2001). The role of the region of origin and EU certificates of origin in consumer evaluation of food products. Eur. Rev. Agricult. Econ., 28, 451- 477.

Sites web

<https://treaties.un.org/doc/Publication/UNTS/Volume%201445/volume-1445-I-24591-French.pdf>. [Consulté le 14 mai 2022]

https://unctad.org/fr/system/files/official-document/tdoliveoil10d6_fr.pdf

https://unctad.org/system/files/official-document/tdoliveoil11d5_fr.pdf

<https://www.aps.dz/economie/62842-huile-d-olive-et-olives-de-table-la-ratification-de-l-accord-international-de-2015-publiee-dans-le-journal-officiel>. [Consulté le 26 juin 2022]

<https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-texts/list-standards/fr/>. [Consulté le 16 mai 2022.]

<https://www.internationaloliveoil.org/changes-in-olive-oil-consumption/?lang=fr>

<https://www.internationaloliveoil.org/nos-missions/economic-affairs-promotion-unit/?lang=fr>. [Consulté le 18 Mai 2022]

<https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/#exports>

<https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/#prices>. [Consulté le 16 Juin 2022]

https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2021/07/COI-T15-NC3-REV-16-2021-_FR.pdf

https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2022/07/vista-news_JUIN_FR.pdf. [Consulté le 06 Aout]

<https://www.joradp.dz/HFR/Index.htm>. [Consulté le 08 mai 2022]

الملخص

يعتبر قطاع الزيتون حاليًا أحد القطاعات المهمة لتنمية الاقتصاد الجزائري، مما يعني أن الحاجة إلى تنشيط هذا الأخير أصبحت ضرورة أساسية.

لذلك، فإن الهدف من هذا العمل هو محاولة تسليط الضوء على التموضع الاستراتيجي لقطاع الزيتون في الجزائر. هذا لتحديد المستقبل القريب والإجراءات التصحيحية التي يتعين اتخاذها. يتم تلخيص تحليل SWOT لقطاع الزيتون في الجزائر وفقًا لنقاط القوة والضعف على مستوى الجوانب التنظيمية والمؤسسية والإنتاج والتسويق تليها الفرص والتهديدات التي يواجهها القطاع. يوضح هذا التحليل أن تطوير قطاع زيت الزيتون في الجزائر ينطوي على إمكانات وفرص كبيرة. ومع ذلك، هناك عدد من نقاط الضعف على المستوى المؤسسي والتنظيمي والفني في مختلف الروابط في القطاع. لم يتم استدعاء هذا القطاع لإنتاج الجودة. وهذا يعني أن التحديات الرئيسية لقطاع الزيتون في الجزائر مرتبطة ببناء سوق متعدد الأوجه من خلال منتج بتكلفة تجارية تضعه الدولة في إطار أهداف اقتصادية استراتيجية.

الكلمات المفتاحية: قطاع الزيتون، الجزائر، تحليل SWOT، السوق.

Summary

The olive sector is currently one of the important segments of the development of the economy in Algeria, which means that the need to revitalize the latter has thus become a major necessity.

Therefore, the objective of this work is to try to highlight the strategic positioning of the olive sector in Algeria. This is to determine the near future and the corrective actions to be taken. A SWOT analysis of the olive sector in Algeria is summarized according to the Strengths and weaknesses at the level of the regulatory and institutional aspects, production and marketing followed by the opportunities and threats of the sector. This analysis shows that the development of an olive oil sector in Algeria has great potential and opportunities. However, there are a number of weaknesses at the institutional, organizational and technical levels at the various links in the sector. This sector was not called upon to produce quality. This means that the major challenges of the olive sector in Algeria are linked to the construction of a multifaceted market through a product with a commercial cost to be framed by the State for strategic economic objectives.

Keywords: olive sector, Algeria, SWOT analysis, Market

Résumé

La filière oléicole constitue actuellement un des segments important pour le développement de l'économie en Algérie, ce qui fait que le besoin de redynamiser cette dernière est ainsi devenu une nécessité majeure.

De ce fait, l'objectif de ce travail est d'essayer de mettre en émergence le positionnement stratégique de la filière oléicole en Algérie. Ceci afin de déterminer le devenir proche et les actions correctives à prendre. Une analyse SWOT de la filière oléicole en Algérie est résumée selon les Forces et faiblesses au niveau des volets réglementaires et institutionnels, production et commercialisation suivi des opportunités et menaces de la filière. Cette analyse fait ressortir que le développement d'un secteur d'huile d'olive en Algérie présente de très grandes potentialités et opportunités. Toutefois, un nombre de faiblesses aussi bien au niveau institutionnel qu'organisationnel ainsi que techniques au niveau des différents maillons de la filière est présent. Cette filière n'était pas appelée à produire la qualité. Ce qui fait que les enjeux majeurs de la filière oléicole en Algérie sont liés à la construction d'un marché multiforme par le biais d'un produit disposant d'un coût commercial pour être encadré par l'Etat pour des objectifs économiques stratégique.

Mots clés : filière oléicole, Algérie, Analyse SWOT, Marché.

