

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE**



UNIVERSITE MOULOD MAMMERI

TIZI-OUZOU



FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, DES SCIENCES

DE GESTION ET DES SCIENCES COMMERCIALES

DEPARTEMENT : SCIENCES ECONOMIQUES

*MEMOIRE DE FIN D'ETUDE EN VUE D'OBTENTION D'UN MASTER ACADEMIQUE EN
SCIENCES ECONOMIQUES*

OPTION : DEVELOPPEMENT LOCAL, TOURISME ET VALORISATION DU PATRIMOINE

THEME

Compétitivité et attractivité du territoire: Apport de l'oléiculture dans la wilaya de Bouira.

Présentée par :

M^{elle} BOUCHENEB Rounida.

Devant le jury d'examen composé de :

- HADDADI Lounas, maitre assistant, président.
- TITOUCHE Rosa, maitre assistante, rapporteur.
- SAHALI Noureddine, maitre assistant, examinateur.

Promotion : 2012-2014

Remerciements...

Je remercie le bon Dieu de m'avoir mise sur le chemin du savoir et de la réussite dans mes études.

De prime à bord, je tiens à exprimer ma gratitude et mes sincères remerciements à ma promotrice M^{me} R. HADDADI née TITOUCHE pour son omniprésence et sa disponibilité permanente et les conseils dont j'ai bénéficié pendant mes recherches, à l'occasion, je remercie son époux Mr. HADDADI. Mes remerciements s'adressent aussi à M^r Akli MOUSSOUNI, expert en agriculture pour les précieux conseils qu'il m'a prodigué et la confiance qu'il a placée en moi. Je tiens à remercier, par la même occasion, tout le personnel de la Direction des Services Agricoles de Bouira et plus particulièrement M^{elle} L.AMIRATI, où elle m'a accueillis et a mis à ma disposition toutes les informations dont j'avais besoin tout au long de mon travail. Mes remerciements s'adressent également à M^r DJEKBOUB Mohammed Bourehane-eddine en qualité d'ingénieur en agronomie, dont l'assistance et la clairvoyance m'ont permis de surmonter bien des situations, il a su m'orienter et me témoigner aide et assistance à chaque fois que le besoin s'en est fait sentir.

Les aides que j'ai reçues de toutes ces respectueuses personnes m'ont permis d'aller au terme de ce projet sans difficulté majeure malgré la nature du sujet abordé.

Dédicaces...

Je dédie ce modeste travail, à la mémoire de mon cher père, en demandant à Dieu tout puissant de l'accueillir en son vaste paradis, lui qui a été un père exemplaire.

A ma chère mère, elle qui m'a toujours soutenue et qui m'a apportée de l'aide. À l'occasion je la remercie du courage dont elle a fait preuve.

Je dédie aussi ce modeste travail, à mon adorable frère Yenni et ma charmante sœur Kacia.

Ainsi qu'à mes oncles maternels et paternels, eux qui m'ont encouragé ; les familles CHIBANE ; HIDEUR et AMAOUZ qui m'ont épaulé pour aller de l'avant dans ce master ; à tous mes amis qui ont été à mes côtés dans toutes les épreuves que j'ai traversées (Yamina, Lynda, Célia, Djamel, Abdesselam, Amel, Wahiba, Sonia, Achour ; Nassim ; Amine ; Yacene ; Anis ; Koceila, oussama et Boudjemaa) et à tous les membres de l'association Tujia.

Sans oublier tous ceux qui ont contribué à son élaboration, de loin ou de près.



[Même si nous devons penser en termes de commerce mondiale, les sources de l'avantage concurrentiel (des nations) se trouvent avant tout au niveau local. Des facteurs universels comme les capitaux, les matières premières et même les savoirs sont extrêmement mobiles, et les entreprises peuvent avoir recours à une main d'œuvre bon marché. Ce qui n'est pas mobile, en revanche, c'est la concentration dans une région de savoir faire, de technologies appliquées et interconnectées, représentant une masse critique suffisante pour passer à l'innovation et la réussite]

Michael PORTER ; Préface à l'édition française de l'avantage concurrentiel des nations ; interédition ; 1993.



Résumé

La compétitivité et attractivité du territoire s'inscrit dans la logique du développement local, en effet, à travers une certaine dynamique territoriale, mais surtout en valorisant ses ressources. Le territoire dispose de plusieurs ressources, parmi elles, nous avons les produits du terroir, ce dernier dépend du savoir faire traditionnel mais aussi des caractéristiques du sol auquel il appartient. Cependant, la valorisation de ces produits, booste le développement local du territoire auquel il appartient à travers la création d'emplois et l'obtention d'un avantage concurrentiel par rapport à d'autres territoires. A cet effet, le territoire sera attractif.

Après l'indépendance, l'économie algérienne se caractérise par une vulnérabilité et l'absence d'une économie diversifiée, plusieurs politiques économiques ont été mise en place afin de booster l'économie. A travers ces politiques, le secteur agricole a bénéficié de plusieurs changements.

Malgré sa bonne réputation, l'huile d'olive algérienne en générale et celle de Bouira en particulier, n'arrive toujours pas à avoir une place dans la filière oléicole sur le marché mondial. Cela est du à la qualité de l'huile mais surtout au savoir faire un peu erroné dans la phase de la cueillette, ajoutant à cela, une désorganisation de la filière et l'existence du marché informel.

Résumé

Competitiveness and attractiveness of the area falls within the logic of local development, in fact, through some territorial dynamics, but especially in developing its resources. The territory has several resources among them, we have the local produce, it depends on the traditional know-how but also the characteristics of the soil to which it belongs. However, the value of these products, boost local development planning at what it is through job creation and obtaining a competitive advantage over other jurisdictions. To this end, the territory will be attractive.

After independence, the Algerian economy is characterized by vulnerability and lack of a diversified economy, many economic policies have been put in place to end boost the economy through these policies, the agricultural sector benefit several changes.

Despite its reputation, olive oil Algerian general and the Individual in Bouira, still can not identify a place in the olive oil sector in the world market. This is due to the quality of the oil but also the knowledge to make a little wrong in the phase of gathering, adding that a disruption of the sector and the existence of the informal market.

Résumé

القدرة التنافسية وجاذبية منطقة تقع ضمن منطق التنمية المحلية، في الواقع، من خلال بعض الديناميات الإقليمية، وخاصة في تطوير مواردها. أراضي لديها العديد من الموارد فيما بينها، لدينا المنتجات المحلية، فإنه يعتمد على الدراية التقليدية ولكن أيضا خصائص المنطقة التي ينتمي إليها. ومع ذلك، فإن قيمة هذه المنتجات، وتعزيز تخطيط التنمية المحلية على ما هو عليه من خلال خلق فرص العمل والحصول على ميزة تنافسية على الولايات القضائية الأخرى. لهذه الغاية، سوف تكون جاذبة الأراضي.

بعد الاستقلال، يتميز الاقتصاد الجزائري بنسبة الضعف وعدم وجود اقتصاد متنوع، تم وضع العديد من السياسات الاقتصادية المعمول بها لتطوير و دعم الاقتصاد. من خلال هذه السياسات، إستفاد القطاع الزراعي بالعديد من التغييرات.

على الرغم من سمعتها، إلا أن زيت الزيتون في الجزائر عموما و في البويرة خصوصا ، لا تزال لا تعرف مكانا في قطاع زيت الزيتون في السوق العالمية. هذا يرجع إلى نوعية زيت الزيتون ولكن أيضا المعرفة لوجود خطأ بسيط في مرحلة جمع قطف، مضيفا إلى تعطل هذا القطاع بسبب وجود السوق غير الرسمية.

Introduction
Générale

Introduction générale.

La crise des années quatre-vingt s'est caractérisée par la défaillance de l'Etat, et après les trente glorieuses, à ce moment, le monde économique s'oriente vers un autre mécanisme, complètement contraire ; en effet, c'est à ce moment que le slogan de « *The small is beautiful* » est apparue, car après cette crise appelée aussi « crise de l'Etat providence », le rôle des petites et moyennes entreprises a émergé, à ce titre , la pensée économique s'oriente alors du global au local.

En effet, plusieurs Etats s'orientent vers un autre concept qui n'est autre que le développement local ou encore le développement endogène, il existe plusieurs synonymes à ce concept, parmi eux : le développement par le bas, développement communautaire,...etc. cependant, ce mécanisme vise à développer les territoires et à créer une dynamique afin de booster l'économie locale et régionale et renforcer de ce fait, la compétitivité et l'attractivité. Désormais, chaque territoire puise dans ses ressources, essaye de les mettre en valeur afin de faire d'eux un avantage concurrentiel. Parmi ces ressources du territoire qui peuvent booster l'économie locale, nous pouvons citer les produits du terroir. En effet, ils constituent une richesse pour le territoire qui les regroupe en son sein.

Après 50 ans de son indépendance, l'Algérie pays du pourtour méditerranéen, son économie est toujours dans état de stagnation, c'est une économie sous terraine (existence du marché informel), l'Algérie a fait face à plusieurs crises, sauf que son basculement, d'une économie socialiste à une économie libérale n'était pas un choix, mais une nécessité absolue.

Considérée comme secteur de base, l'agriculture joue un rôle prépondérant dans toutes les économies du monde, tel est le cas de l'Algérie, car actuellement les exportations en Algérie dépendent principalement des recettes des hydrocarbures et les importations sont caractérisées par une forte dépendance alimentaire.

L'Algérie se met à valoriser les produits dans lesquels elle dispose d'un avantage concurrentiel, notamment l'oléiculture. En Kabylie, l'oléiculture est une filière très importante, d'ailleurs, la Kabylie est réputée pour son huile d'olive dans tout le territoire national. Quant à elle, la wilaya de Bouira, qui fait parti de la Kabylie, partage ce titre de

Introduction générale.

l'excellente qualité produite par ses huileries, grâce au sol, climat et le savoir faire local transmis d'une génération à une autre. Sauf que, nous constatons que les exportations en matière d'huile d'olive ne sont pas vraiment importantes, malgré cette réputation.

Cependant dans ce travail, nous allons essayer de mesurer l'apport de la filière oléicole à la compétitivité et attractivité de la wilaya de Bouira. Nous nous efforcerons donc de répondre à la problématique suivante :

L'huile d'olive de la wilaya de Bouira est elle compétitive, pourrait t'elle contribuer à l'attractivité de ce territoire, que ce soit à l'échelle nationale ou internationale ?

Nous mettons en place les hypothèses suivantes :

- H_0 : Le problème de l'huile d'olive réside dans sa qualité qui n'est pas conforme aux normes internationales ;
- H_1 : Le prix élevé de l'huile d'olive empêche sa commercialisation ;
- H_2 : L'organisation de la filière empêche son bon fonctionnement.

Pour répondre à cette problématique et valider une de ces hypothèses, nous avons choisi de partager ce travail en trois chapitres, le premier sera intitulé « Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et attractivité du territoire » ; le second portera sur l'économie et l'oléiculture en Algérie en évoquant le secteur de l'agriculture. Le dernier chapitre sera consacré pour la situation de l'oléiculture en Algérie.

A fin de réaliser ce travail, nous avons fait recours à une recherche bibliographique, ainsi à des entretiens avec des responsables, spécialistes et experts en la matière, mais aussi les producteurs de la filière.

Chapitre 01 :
Le rôle des produits de
terroir dans la
compétitivité et
attractivité du
territoire.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Introduction du chapitre

Sous l'effet de la mondialisation et les grands pas de la technologie, les Etats ont été amenés à trouver des solutions afin de rester en développement et même parvenir à un développement. En effet, la mondialisation rend le monde très petit, à travers des moyens de communication très développés et un transfert technologique rapide. Par conséquent, les gouvernements se trouvent sous pression, car l'efficacité d'une politique de développement devient un peu difficile, c'était ce que la crise des années soixante-dix a donné comme leçon aux Etats, du coup la réflexion se dirige du global au local. C'est ainsi que la notion du territoire est apparue.

Dans ces territoires, nous constatons qu'il y a interaction entre les différentes entités qui se trouvent en leur sein, ils sont connus sous le nom de «acteurs du territoire ». Chaque territoire essaye d'être plus compétitif et attractif, tout en puisant dans ses ressources locales parmi elles, les produits du terroir.

Dans ce chapitre, nous allons essayer d'appréhender ces différents concepts, en l'organisant en trois sections. La première section portera sur la compétitivité et l'attractivité du territoire, la deuxième intitulée « Les produits du terroir et le développement local ». Puis, nous allons nous pencher sur l'un des produits du terroir qui est l'huile d'olive, en effet, dans la troisième section, nous aborderons le concept de l'olivier et de l'huile d'olive.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

1- LA COMPETITIVITE ET ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE

Dans cette section, nous découvrirons les concepts suivants : le territoire ; la compétitivité et attractivité territoriale.

1-1- LE TERRITOIRE

Tout d'abord ; que ce que le territoire ?

1-1-1- Définitions du concept de territoire

« L'homme a toujours cherché à construire son futur, à peser, par ses actes pensés, sur son devenir. Et le territoire, son territoire, dans lequel il vit, construit sa famille, ses repères, ses liens, ses complicités, ses espérances, focalise ses visons du souhaitable et ses projets. L'homme, sans son territoire qui le lie à la collectivité, qui lui donne un « nous », est bien vulnérable. Mais je serais tentée de dire, aussi, qu'un territoire n'a d'épaisseur, de réalité et de sens que porté par les visions du futur des hommes. » Josée Landrieu. Par ce passage, nous constatons l'importance du territoire dans la vie sociétale, ainsi, cet élément sera consacré à la définition de ce concept qu'est le territoire.

Selon Georgia Kourlessi-Philippakis *« D'un point de vue étymologique, le terme territoire viendrait du latin territorium. Mais d'après le Digeste, recueil de jurisprudence civile, élaboré en 533 après J.-C. par Justinien, qui constitue l'un des fondements du droit moderne, le terme a un lien direct avec le jus terrendi, le droit de terrifier. Bien qu'il soit, en fait, beaucoup plus raisonnable de rattacher le terme territorium à celui de la terre (terra, -ae), il est aussi très probable que certains Latins pratiquaient un jeu de mots associant le contrôle d'une terre au pouvoir de la protéger par la menace (terrere). »*

Selon Alexandre Moine dans son article *« Le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie »* : *« Le territoire,... c'est d'abord l'espace, mais le terme est trop neutre pour caractériser ce que nous présentons comme étant plus élaboré. Le territoire s'est substitué doucement à ce terme (espace) en conférant plus d'épaisseur à ce que l'on pourrait aussi nommer environnement, c'est-à-dire ce qui nous entoure dans une acception très globale, c'est-à-dire mêlant à la fois milieu physique, naturel et aménagé. Mais subtilement, le territoire s'avère être beaucoup plus que l'espace, l'environnement, ou les hommes qui le peuplent et se l'approprient; il est plus que*

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

tout cela, mais finalement ne correspond plus à rien à force d'utilisations abusives. Les définitions finissent par se chevaucher, l'homme y souvent agent plus qu'acteur et la plupart du temps les approches isolent sagement ce qui relève de l'organisation de l'espace (espace géographique) et ce qui relève des acteurs. »

« Un territoire doit être : habité, partagé, transformé. Selon la définition de Claude Raffestin, le territoire est un espace transformé par le travail humain. D'après Pierre George et Fernand Verger, le territoire est défini comme un espace géographique qualifié par une appartenance juridique (territoire national), une spécificité naturelle (territoire montagneux) ou culturelle (territoire linguistique). »¹

« Une part de l'espace utilisé par les acteurs. Il est façonné par les pratiques des ces acteurs, tandis que l'espace revêt un caractère a-territorial. »²

« Territoire a parfois, ou avait, un sens faible par lequel se désignait un espace quelconque ; on recherche parfois à éviter cet emploi pour mieux différencier espace et territoire, mais en vérité il est sous-jacent dans l'aménagement du territoire, et dans les concepts mêmes de communauté territoriale et de personnel territorial.... »³ (Bruney, 1993, page 481).

Le territoire a plusieurs sens, nous pouvons le relier à de multiples acceptions : géopolitique ; géographique ; économique et humain. Nous pouvons les résumer dans le schéma qui suit :

¹ <http://fr.wikipedia.org/wiki/Territoire>

² Ameer Sabrina et Cherifi Kahina ; « Développement local par la valorisation du savoir faire locaux : illustration par la vannerie de « Ain Meziab » ; Université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Faculté des sciences économiques, sciences commerciales et sciences de gestion ; 2013 ; page 09.

³ Fabienne Goux-Baudiment « Quand les territoires pensent leurs futurs » ; l'aube éditions ; France ; 2001. Page 18.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

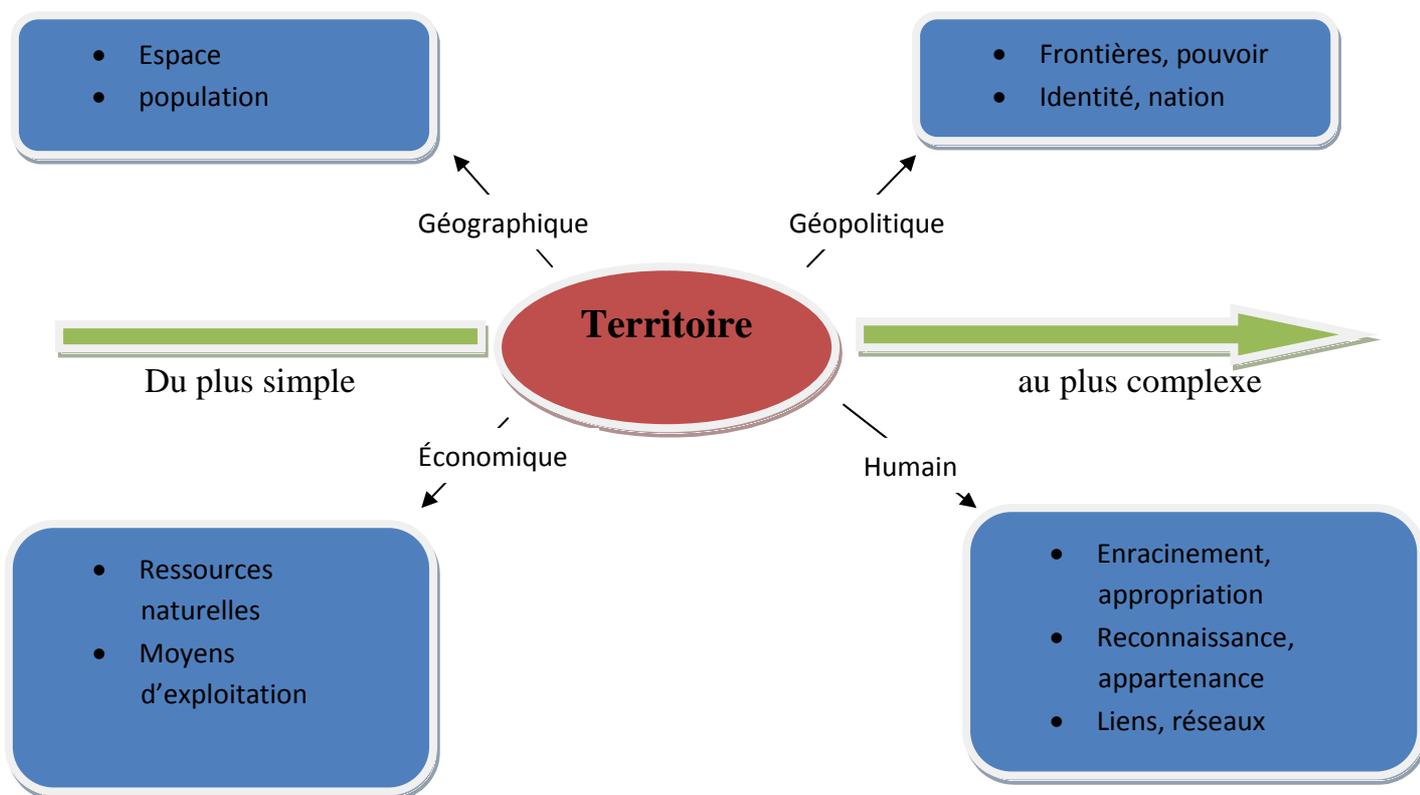


Figure 01 : La notion du territoire

Source : Fabienne Goux-Baudiment, Op cité Page 17.

Au sens géopolitique, le territoire est un espace uni, reconnu et approprié par la population qui y vit, autrement dit c'est la nation.

Du point de vue géographique, le territoire c'est la notion de l'espace approprié par une population.

Sur le plan économique, le concept du territoire n'a pas eu beaucoup d'importance ; l'économiste allemand Johann Von Thünen est le premier à porter de l'intérêt à ce concept plus particulièrement ; à l'étude des phénomènes spatiaux.

En résumé, nous pouvons dire que le terme territoire vient du mot latin *territorium*, il s'agit d'un espace géographique occupé par une population qui appartient à cet espace, et il est influencé par l'activité de ses acteurs.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Nous constatons que dans diverses définitions, le concept d'acteurs du territoire se répète, ainsi donc le prochain point sera consacré pour ce concept afin de découvrir davantage qui sont ces acteurs et quels sont leurs rôles ?

1-1-2- Les acteurs du territoire

Comme tout système complexe avec des sous systèmes ayant des interactions entre eux ; le territoire dispose d'un ensemble d'acteurs dont chacun a un rôle. Nous avons : les collectivités locales ; les associations ; les universités ; la société civile et les entreprises et l'entreprenariat.

1-1-2-1- Les collectivités locales

Avant d'évoquer le rôle des collectivités locales dans le développement local, nous allons d'abord tirer la définition d'une collectivité locale en Algérie selon la loi 11-10 relative à la commune.

a. Définition

En analysant le premier titre de la loi 11-10 relative à la commune, nous constatons que dans le premier article de cette loi, la commune est dotée d'une autonomie financière et de la personnalité morale et dans le deuxième article de la même loi, le législateur approuve que la commune est l'entité territoriale où la décentralisation s'exerce et les citoyens participent à la gestion des affaires publiques. En revanche le deuxième titre, la loi 11-10 précise que la commune dispose d'un nom, un territoire et chef lieu.⁴

b. Le rôle des collectivités locales dans le développement local

Avant de parler du rôle des collectivités locales dans le développement local, cela nous induit forcément à la gouvernance locale ; en effet, plus la décentralisation est mise en place plus le rôle des collectivités locales est plus large et donc une capacité à réaliser un projet de développement, cela est le cas des pays développés contrairement aux pays moins développés.

⁴ La loi n°11-10 du 20 Rajaab 1432 correspondant au 22 Juin 2011 relative à la commune.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Tout dépend de leur capacité à la prise de décision, les collectivités locales, mettent en place des projets du développement local de leur circonscription en ayant des interactions avec plusieurs acteurs publics ou privé ou encore ceux de la société civile.

1-1-2-2- Les associations

L'association est une union établie entre plusieurs personnes dans un intérêt commun.

Les associations sont considérées comme des opérateurs de transformations économiques et sociales, elles ont une capacité d'innovation et de la souplesse qui sont considérées comme qualité essentielles pour une transformation économique et sociale.

En effet, les associations sont aussi une voix plus forte et un miroir plus représentatif car :

- Elle assure la sortie vers l'emploi (en créant des postes au sein de la même association ; création d'employeurs ; la création d'entreprise ;
- Etablir avec des entreprises ; des collectivités ou des établissements publics des partenariats originaux. (soit en constituant un réseau d'entreprises ; ingénierie et l'assemblage des projets de développement) ;
- Promouvoir les nouveaux métiers ;
- Identifier les compétences, les savoir faire et les valoriser.

1-1-2-3- Les Universités

« Michael Shattock affirme que l'Université sert comme "tête de pont de la communauté locale à la communauté globale", elle devient aussi un noyau de développement économique pour sa région, à travers la création de parcs de la science, de programmes de formation en commerce et gestion, et de joint-ventures résultant de la recherche appliquée »⁵

Dans un monde où la globalisation prend de l'ampleur ainsi que les groupements supranationaux ; le rôle des collectivités et régions gagne une importante croissance.

⁵ UNESCO ; « Le développement des universités: les nouvelles institutions d'enseignement supérieur et leur rôle dans le développement local et régional » ; Vol. XXVI, No. 3, 2001 ; Page 02.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

L'Université quant à elle joue un rôle prépondérant dans le développement local de sa région ; car :

- Elles relèvent les niveaux culturels et éducationnels ;
- Elles accroissent les possibilités d'emploi ;
- Elles lient les aires locales à la réalité globale ;
- Elles servent d'aimants pour les ressources humaines qualifiées et pour les entreprises basées sur le savoir.

1-1-2-4- La société civile

« "Un domaine au sein de la société, qui est apparu entre les sphères étatique, économique et privée – ou encore: entre Etat, marché et famille. Ce domaine est considéré comme un espace public composé, de nos jours, par un grand nombre de groupements plus ou moins indépendants de l'Etat, plus ou moins bien organisés, dotés de différentes formes d'organisation telles que les groupes d'initiative, les clubs ou les associations." Il est important de comprendre que la Société civile dont on parle toujours, ne forme aucunement un groupement homogène qui pourrait être représenté par une seule voix. Par ailleurs, il ne s'agit pas non plus d'une masse de citoyens isolés, qui représenteraient leurs intérêts de manière individuelle. Les personnes se regroupent plutôt librement suivant leurs centres d'intérêt ou leur orientation personnelle et professionnelle, au sein de clubs, d'associations et/ou de mouvements sociaux, pour faire des échanges et agir ensemble en vue d'objectifs communs. »

L'article 11 de la loi 11-10 relative à la commune évoque la participation des citoyens à la gestion des affaires de la commune.

Article 11 : La commune constitue le cadre institutionnel d'exercice de la démocratie au niveau local et de gestion de proximité. L'assemblée populaire communale prend toute mesure pour informer les citoyens des affaires les concernant et les consulter sur les choix des priorités d'aménagement et de développement économique, social et culturel, dans les conditions définies par la présente loi.

Abraham Lincoln, ancien président des Etats-Unis, décrit en 1863 l'essence même de la démocratie par ces quelques mots: *«the governance of the people, by the people and for the people»*.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

En effet ; la participation de la population à la prise de décision joue un rôle décisif ; une telle participation peut s'effectuer par la représentation des citoyens à travers leurs représentants, ou dans le cadre de la démocratie participative, elle se fait directement, à travers le citoyen lui-même.

1-1-2-5- Les entreprise et entrepreneuriat

Depuis les années 1980, beaucoup de chercheurs s'intéressent au phénomène de la dynamique territoriale via l'entrepreneuriat. Par contre, nous ne pouvons pas construire un modèle normé et stylé car : « *la coopération inter-firmes revêt des formes extrêmement diverses selon la nature des partenaires, des secteurs économiques concernés, de sa vocation originelle, des traditions managériales et juridiques selon les pays et les aires géographiques concernées* » (Rallet et Torre, 1995 : p.239).⁶

Face à la mondialisation les entreprises multiplient les regroupements en agglomération, en utilisant les ressources territoriales à fin qu'ils aient un avantage compétitifs ; Savies (Tinasoa RAZAFINDRAZAKA) qualifie cette stratégie entrepreneuriale de territorialisation c'est donc construire une compétitivité à base territoriale ; les institutions elles aussi bénéficient de ces regroupements et cela en terme d'attractivité.⁷

1-2- COMPÉTITIVITE ET ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE

Dans ce présent point nous allons analyser les deux concepts de l'attractivité et la compétitivité et le lien entre eux.

1-2-1- Définitions de certains concepts

En premier lieu, nous allons commencer par la définition de la compétitivité ; puis nous allons passer au concept de l'attractivité.

1-2-1-1- Définitions de la compétitivité

Pour la President's Commission on Industriel Competitiveness, « *la compétitivité représente la capacité d'une nation, dans le contexte d'un marché libre et équitable à*

⁶ Tinasoa RAZAFINDRAZAKA ; « L'entrepreneuriat comme outil de développement territorial : construction d'un référentiel théorique » ; Institut de Recherche sur les PME ; Université du Québec à Trois-Rivières ; 2009 ; page 02.

⁷ IDEM

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

fabriquer des biens et des services répondant aux exigences des marchés internationaux, tout en maintenant ou en augmentant le revenu réel des citoyens » .⁸

Le Competitiveness Policy Council (1992) quand a lui, définit la compétitivité comme étant : « Est la capacité à fabriquer des biens et des services qui répondent aux exigences des marchés internationaux, tout en offrant aux citoyens un niveau de vie qui, tout à la fois s'élève et puisse être observé à long terme ».⁹

L'OCDE (1996) considère que : « la compétitivité désigne la capacité de l'entreprises, d'industries, de régions, de nations et d'ensemble supranationaux de générer de façon durable un revenu et niveau d'emploi relativement élevés, tout en étant et restant exposé à la concurrence internationale »¹⁰

La Direction Générale de la commission européenne définit la compétitivité : « la capacité à atteindre une progression soutenue des revenus réels et des conditions de vie dans les régions ou les Etats, produisant des postes de travail pour tous les demandeurs d'emploi »¹¹

Dans la déclaration de Lisbonne : « la compétitivité d'une nation s'est donc encore élargie pour devenir la capacité à améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et à leur procurer un haut niveau d'emploi et de cohésion sociale ».¹²

En effet, nous pouvons dire que la compétitivité territoriale est la capacité de répondre durablement aux besoins des marchés internationaux en matière des biens et services en augmentant le revenu des citoyens et cela a long terme c'est-à-dire améliorer le niveau de vie de cette dernière.

⁸ Conseil d'analyse économique: "compétitivité"; la documentation française ; paris ; 2003 ; Page 12.

⁹ Idem. Page 12

¹⁰ Idem. Page 12

¹¹ Idem. Page 12

¹² Idem. Page 12

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

1-2-1-2- Définition de l'attractivité

Nous pouvons définir l'attractivité comme « *la capacité pour un territoire d'offrir aux acteurs des conditions qui les convainquent de localiser leurs projets sur leur territoire plutôt que sur un autre* » (Hattem 2004), ou encore comme « *la capacité d'attirer de la main d'œuvre qualifiée et des compétences comme des moyens pour favoriser le développement économique la régénération urbaine* » (OCDE, 2005).¹³

Pierre Veltz (2004) définit l'attractivité comme une notion complexe qui, appliquée aux territoires, doit tenir compte des interactions entre trois facteurs :

- la mondialisation industrielle en parallèle de la globalisation financière, dans un univers d'échanges et de production de plus en plus transnationaux ;
- la métropolisation (polarisation de l'économie) ;
- le mode d'organisation des firmes (et pas seulement des grandes firmes).

Elle se définit aussi : « *L'attractivité est la capacité pour un territoire d'offrir aux investisseurs des conditions d'accueil suffisamment intéressantes pour les inciter à y localiser leurs projets de préférence à un autre territoire* ». ¹⁴

Nous avons aussi : « *L'attractivité économique est définie comme la capacité d'un territoire à attirer des ressources spécifiques provenant de l'extérieur* ». ¹⁵

En résumer, nous pouvons dire que l'attractivité, c'est la capacité d'attirer les ressources spécifiques provenant de l'extérieur, que ce soit des acteurs, ou encore de la main-d'œuvre qualifiée et compétences ; à un territoire plutôt qu'un autre, en leur offrant les conditions nécessaires afin de favoriser le développement économique et la régénération urbaine. Ce concept est complexe et tient compte de plusieurs facteurs.

1-2-2- Théories du commerce international

Des études en commerce international ont eu lieu à partir du 18^{ème} siècle. En effet ; dans l'économie classique ; ADAM SMITH est parti sur le principe de la division internationale du travail, à partir de l'avantage absolu, c'est-à-dire qu'un Etat doit se spécialiser sur la production dont la quelle il dispose d'un avantage absolu, à partir des dotations en ressources naturelles, technologique... Etc. plus tard ; David RICARDO, propose la théorie

¹³ Puca ; « L'attractivité des territoires : regards croisés » ; Février et Juillier 2007 ; Page 10.

¹⁴ Fabrice Hattem ; « ATTRACTIVITE : DE QUOI PARLONS-NOUS ? » ; Page 01.

¹⁵ INSEE ; « L'attractivité économique des territoires » ; N° 1416 ; octobre 2012 ; page 03.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

de l'avantage comparatif ; celle dont la quelle un pays doit se spécialisé dans la production où son coût de production est le moins éloigné de celui du pays le plus compétitif, c'est-à-dire dans les productions où les coûts salariaux sont les plus faibles donc où la productivité du travail est la plus élevée. Les analyses de RICARDO ont été reprises par Hecksher, Ohlin et Samuelson (H.O.S) ; ils affirment que les avantages comparatifs dépendaient des dotations factorielles initiales. Selon cette théorie, un pays doit se spécialiser dans une production intensive en travail lorsqu'il dispose d'une main d'œuvre importante et peu de capital.¹⁶

1-2-3- Les dimensions de la compétitivité

Nous avons différentes dimensions de la compétitivité, celle de la filière, de la nation et celle de l'entreprise.

1-2-3-1- La compétitivité de la filière

Griffon définit la compétitivité comme étant « *la capacité de présenter une offre ayant des coûts unitaires inférieurs au prix de marché et inférieurs à ceux des filières concurrentes de manière durable* ». Quand à lui, Fraval ajoute que « *s'agissant des filières agricoles, on peut considérer que la compétitivité des filières agricoles est la capacité des acteurs de la filière à avoir une stratégie leur permettant de conquérir et de maintenir sur le long terme des parts de marché* ». ¹⁷

1-2-3-2- La compétitivité de la nation

« *Un pays s'avère compétitif par rapport à d'autres pays concurrents s'il est capable de maintenir ses parts de marché ou de gagner des parts de marché supplémentaires, ce qui implique de se diversifier, de conquérir des marchés où il était absent ou marginal, de défendre ses positions sur ses marchés traditionnels d'exportation* » (CNUCED)¹⁸

1-2-3-3- La compétitivité des entreprises

Selon Muchielli ; « *la compétitivité d'une entreprise exprime ses performances à long terme, c'est-à-dire essentiellement sa croissance* ». Ainsi donc, c'est la capacité de l'entreprise à gagner des parts de marché. ¹⁹

¹⁶ MATALLAH Mohammed Assad Allah ; « La filière huiles végétales en Algérie : Etat des lieux et perspectives » ; ENSA d'El Harrach Alger ; 2011 ; page 20.

¹⁷ Idem

¹⁸ Idem

¹⁹ Idem

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

1-2-4- Les déterminants de la compétitivité

Les théories économiques se sont intéressées depuis longtemps à la compétitivité. Elle était conditionnée par le facteur prix. Sauf que, la perception de la compétitivité a évolué, elle est plus axée sur des éléments hors-prix et des facteurs structurels.

1-2-4-1- La compétitivité prix

« Elle exprime la structure des prix et coûts d'une économie par rapport à celle de ses partenaires commerciaux. Elle repose en partie sur le taux de change, mais également sur des coûts internes, comme les coûts salariaux ». (Mainguy).²⁰

1-2-4-2- La compétitivité hors-prix

« C'est le terme forgé pour résumer l'ensemble des déterminants hors-prix de la compétitivité. Elle exprime la faculté d'une économie à capter la demande grâce à des facteurs autres que les prix : savoir-faire, qualité, spécialisation, flexibilité, innovation, différenciation verticale et horizontale » (Mainguy).²¹

Figure 2 : Les déterminants de la compétitivité



Source : MATALLAH Mohammed Assad Allah ; « La filière huiles végétales en Algérie : Etat des lieux et perspectives » ; ENSA d'El Harrach Alger ; 2011 ; page 22.

²⁰Idem

²¹ Idem

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

La Figure n° 02 nous montre les déterminants de la compétitivité, en effet, la compétitivité est le résultat d'un ensemble de facteurs aussi bien nationaux qu'internationaux.

1-2-5- Les sources de la compétitivité²²

La compétitivité est principalement fonction de :

- des coûts de production ; coût du capital et coût du travail;
- de la productivité : bonne organisation ;
- de l'imposition locale et nationale, et des contraintes administratives ;
- de la présence d'infrastructures (routes, réseau de télécommunications,...) ;
- de la disponibilité de main-d'œuvre formée répondant aux besoins de la ou des entreprises (liée au système éducatif) ;
- des coûts de transport jusqu'à la zone de consommation ;
- d'une qualité de production adaptée à la demande ;
- de l'adéquation de la production avec la demande intérieure et extérieure ;
- du taux de change par rapport à des producteurs extérieurs (lorsque la monnaie domestique est sous-évaluée, la compétitivité est améliorée).

1-2-6- Le boom de l'attractivité

L'attractivité s'est peu à peu imposée dans le langage. Elle est devenue une donnée majeure pour saisir, mesurer et tenter de prévoir des flux de capitaux et de populations, entre pays, entre régions, entre villes. On évoque aussi l'attractivité pour la capitalisation boursière, le tourisme, les évolutions démographiques, les investissements, le dynamisme économique ou encore la météorologie, ce qui autorise tous les classements et hiérarchies possibles.²³

1-2-7- Dimensions et déterminants de l'attractivité²⁴

Il existe plusieurs types d'attractivité selon le CNUCED, nous pouvons retenir, l'attractivité effective ou potentielle et/ou subjective/objective.

- **L'attractivité effective et objective**

*« Elle correspond par exemple à la présence d'un certain nombre d'infrastructures sur celui-ci. »*²⁵

²² TRIA Miloud ; « Analyse de la compétitivité de la filière pomme de terre en Algérie : cas de la région centre (Ain Defla) » ; ENSA d'EL HARRACH Alger ; 2009 ; page 12.

²³ La fabrique de la cité ; « l'attractivité des villes » ; 2010 ; page 07.

²⁴ Anne Le Roy : « Développer de nouveaux indicateurs de richesse afin de repenser à l'attractivité territoriale ? » ; Université de Metz, 23-24 juin 2011 ; Page 05.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

- **L'attractivité d'effective et subjective**

Nous qualifions l'attractivité d'effective et subjective par : « *La qualité de vie sur un territoire* ». ²⁶

- **L'attractivité objective potentielle**

« *Des projets d'investissements non réalisés* » ²⁷

- **L'attractivité subjective potentielle**

« *L'amélioration du bien-être ressenti par les populations* » ²⁸

Les déterminants de l'attractivité sont la taille du marché du territoire considéré, le coût du capital et du travail et l'existence d'entreprises complémentaires ou concurrentes dans le processus de production.

Les travaux de P. Krugman montrent que les territoires ne sont pas homogènes entre eux et qu'appréhender l'attractivité ne se réduit pas à une analyse des différentiels de coût d'installation pour les entreprises entre territoires. A cet effet, l'analyse d'une dimension hors-prix est introduite prenant en compte des variables telles que les stratégies d'insertion dans les échanges, la qualité des infrastructures et des institutions, le niveau du capital humain, l'environnement des affaires, ...

1-2-8- Les mesures de l'attractivité ²⁹

Afin de révéler l'attractivité des territoires, il existe des indices simples, des indices composites et des tableaux de bord.

- Un indice simple renseigne sur une seule des caractéristiques du phénomène étudié. Il ne fournit qu'une information unique, ce qui rend sa compréhension et son utilisation aisée mais réduit sa portée analytique.

²⁵ Anne Le Roy : « Développer de nouveaux indicateurs de richesse afin de repenser à l'attractivité territoriale ? » ; Université de Metz, 23-24 juin 2011 ; Page 05.

²⁶ Idem

²⁷ Anne Le Roy : « Développer de nouveaux indicateurs de richesse afin de repenser à l'attractivité territoriale ? » ; Université de Metz, 23-24 juin 2011 ; Page 05

²⁸ Anne Le Roy : « Développer de nouveaux indicateurs de richesse afin de repenser à l'attractivité territoriale ? » ; Université de Metz, 23-24 juin 2011 ; Page 05

²⁹ Idem

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Deux principes sont à retenir :

- la CNUCED publie un indice de Performances des Investissements Directs à l'Étranger (IDE) établissant un classement entre pays sur la base du nombre d'IDE reçu par rapport aux PIB ;
 - Le magazine FORBES ayant trait à la misère fiscale. Cette revue considère comme heureux fiscalement les pays qui ont les plus faibles taux de taxation. Parmi les pays considérés comme les plus heureux fiscalement en 2009, on trouve le Qatar et Les Emirats Arabes Unis qui sont bien loin de mener des politiques en faveur du développement humain dans leurs pays.
- Un indice composite *« est la synthèse de l'agrégation de plusieurs indicateurs. Il permet d'obtenir un résumé de l'information existant sur un sujet de manière claire et facilement compréhensible ce qui le rend aisément utilisable, afin d'effectuer des comparaisons dans le temps et dans l'espace, utiles à la communication. La principale limite d'un tel outil est due à ses modalités de construction, et notamment à la nécessité d'affecter une pondération à chaque indicateur formant cet indice. »* Nous avons des indices portant sur l'attractivité subjective et l'attractivité objective.
- Le tableau de bord il *« réunit un ensemble d'indicateurs de manière ordonnée (par thème, dimensions, ...), présente l'avantage de fournir une vision complète et fine du phénomène étudié »*. Nous avons deux tableaux de bord portant sur l'attractivité, celui de la Commission Européenne intitulé « Benchmarking Policy Enterprise » ; et celui de l'Agence Française pour les Investissements Internationaux (AFII).

1-2-9- Articulation attractivité/marketing territorial

Le marketing territorial apparaît dans un contexte de compétition. En effet ; Les premières apparitions du marketing territorial se sont fait à travers les IDE. Ainsi, on parlait du marketing territorial de type sectoriel ciblé sur une clientèle particulière, celle des entreprises... Quelques temps plus tard, elles se sont orientées vers d'autres cibles: attractivité résidentielle, attractivité touristique, attractivité commerciale, etc. qui mobilisent d'autres clientèles potentielles (habitants, touristes, consommateurs...) d'autres marchés dont la composante géographique est fondamentale.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

1-2-10-Relation entre attractivité et compétitivité³⁰

La compétitivité et attractivité peut apparaître comme un truisme. Pour être attractif, un territoire doit être compétitif et vice-versa.

A toutes les échelles géographiques, un territoire qui n'est plus compétitif s'expose à des pertes de populations, à des phénomènes de désinvestissement, à des délocalisations d'entreprises. Au contraire un territoire compétitif doit, pour le rester, attirer continuellement de nouveaux investisseurs, de nouveaux savoir-faire, le renouvellement local (endogène) des facteurs de production ne pouvant suffire, comme le montre la fragilité des districts industriels italiens. (Philippe THIARD).

2- LES PRODUITS DU TERROIR ET LE DEVELOPPEMENT LOCAL

Cette section est divisée en deux principaux points, le premier porte sur le développement local et le second sur les produits du terroir.

2-1- DEVELOPPEMENT LOCAL

Ce concept du développement local, ou encore développement endogène, développement par le bas, est apparu après la crise des années soixante-dix. L'attention est portée donc sur le local pour aller ou global afin de réussir un développement équilibré et garder son identité face à ce concept de la mondialisation.

2-1-1- Définitions de certains concepts³¹

Il nous paraît judicieux de définir les concepts suivants « développement » ; « local » et « développement local ».

2-1-1-1- Le développement

Avant de donner une définition au concept du développement, il importe de souligner qu'il y a une différence entre le développement et la croissance. En effet, il n'y a pas de développement sans croissance, mais la croissance n'aboutit pas automatiquement au développement. Car une augmentation du PIB, c'est-à-dire une croissance, si elle est bien employée et avec d'autres paramètres culturels et sociaux, elle pourrait aboutir à un développement, sauf que, il ne peut y avoir de développement sans une croissance.

³⁰ Puca ; « L'attractivité des territoires : regards croisés » ; Février et Juillier 2007 ; page 47.

³¹ BOUDIAF Amina et TOUDJI Fatima ; « Marketing territorial comme outil de développement local » ; UMMTO ; Faculté des sciences économiques, sciences commerciales et science de gestion ; 2014 ; Page 38.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

La définition de François Perreux semble la plus explicite : « *le développement est la combinaison des changements mentaux et sociaux d'une population qui la rendent apte à faire croître cumulativement et durablement son produit réel et global* ». C'est donc, un processus global, à long terme, qui touche toutes les activités humaines et entraîne des mutations structurelles profondes et ininterrompues.

Le développement peut être à l'échelle : internationale ; nationale et interrégionale ; régionale et infra régionale ; l'échelle locale et infra locale.

2-1-1-2- le local

Il repose sur la notion de **territoire**, et représente trois réalités:

- Il est homogène ;
- C'est un lieu, héritier d'une histoire plus ou moins longue, investi des bénéfices de la proximité ;
- Enfin, le local représente l'espace des élus locaux dont la consécration est assurée par l'Etat.

2-1-1-3- Développement local

Selon Xavier Greffe, « *Le développement local est un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources et de ses énergies. Il sera donc le produit des efforts de sa population, il mettra en cause l'existence d'un projet de développement intégrant ses composantes économiques, sociales et culturelles, il fera d'un espace de contiguïté un espace de solidarité active* ».

Quant à Paul Houée : « *le développement local est une démarche globale de mise en mouvement et en synergie des acteurs locaux pour la mise en valeur des ressources humaines et matérielles d'un territoire donné, en relation négociée avec les centres de décision des ensembles économiques, sociaux et politiques dans lesquels ils s'intègrent* ».

De son côté Bernard Pecqueur, « *le développement local est une dynamique qui met en évidence l'efficacité des relations non exclusivement marchandes entre les hommes, pour valoriser les ressources dont ils disposent* ».

Le développement local est donc une démarche, un processus, une dynamique des acteurs locaux en mettant en valeur ces ressources naturelles et humaines.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Le développement local a ses spécificités, nous pouvons les résumer comme suit :

- Le développement local est ancré dans un territoire quel que soit sa taille ou son statut, qui est déterminé comme étant un moyen et non une fin ;
- Un projet de développement local est multidimensionnel, qui intègre tous les domaines : économiques, social, culturel, écologique ;
- Le développement local est endogène le développement local se définit notamment par sa capacité d'autocréation (valorisation des potentialités locales ; La prise en compte des particularités sociales et culturelles propre à chaque territoire pour en faire un lieu identitaire ; La mise en relation des initiatives locales et de solidarité internes) ;
- Le développement local est interdépendant ;
- Le développement local est un processus collectif ;
- Le développement local est ni mode ni modèle.

2-1-2- Dimensions du développement local³²

La démarche du développement local nécessite une harmonisation de plusieurs composantes que ce soit économiques, sociales et culturelles.

L'approche du développement économique communautaire regroupe quatre dimensions, à savoir : économique ; locale ; sociale et politique et en fin une dimension communautaire.

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

³² SALAH MANSOUR Salima : « Les produits de terroir levier du développement local dans les zones rurales et montagneuses : cas des fromageries artisanales de « Saint Amour » et de « Fromagerie Artisanale Fatma Ibersien » (FAFI) » ; UMMTO ; Faculté des Sciences économiques, Sciences commerciales et Sciences de gestion ; 2013 ; page 10.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

- **Dimension communautaire** : c'est la prise en charge des problèmes locaux par la communauté elle-même.

2-1-3- Les préalables du développement local

Il ya trois volets qui sont considérés comme étant les préalables du développement local, et le succès de ce dernier dépend de ces trois volets, à savoir : l'existence d'une communauté locale ; le partenariat et le climat propice à l'action.

2-1-3-1- L'existence d'une communauté locale

Un projet de développement local dépend principalement de sa communauté, en effet, plus la communauté est consciente, formée et encore mobilisée, plus les chances sont élevées pour mener ce projet à la réussite, car la participation des citoyens locaux est primordiale.

2-1-3-2- Le partenariat

Souvent l'action individuelle est vulnérable face à aux conjonctures économiques, de ce fait, le partenariat privé et/ou public joue un rôle crucial pour la réalisation des objectifs des projets de développement local.

En effet, il y a plusieurs domaines de partenariat ; nous avons le partenariat PME et grande entreprise dans le domaine de la recherche et développement ; PME entre elles afin de pénétrer de nouveaux marchés ; collaboration dans le but de transférer de la technologie et du savoir faire et aussi les différents partenariats sociaux.

Il est difficile de cerner les acteurs du partenariat, mais nous pouvons citer, les entrepreneurs ; les associations et les élus des collectivités locales.

2-1-3-3- Le climat propice à l'action

La réussite d'une démarche du développement local est aussi liée au climat et à l'environnement favorisant la collaboration et l'action communautaire. En revanche, il est connu que la convergence des intérêts de tous les acteurs locaux est pratiquement impossible, sauf que, ces derniers doivent mettre en communs leurs énergies, technologies, compétences et savoir faire pour favoriser l'émergence d'un climat et environnement favorable à la mise en place des projets de développement local.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

2-2- PRODUIT DE TERROIR

Nous allons tout d'abord définir le terroir et faire une distinction avec le territoire, nous évoquerons aussi les dimensions du terroir ; nous serons aussi la définition du produit du terroir et ses caractéristiques et comment le valoriser.

2-2-1- Définition du terroir

Au plan de terminologie le terroir et le territoire se rapprochent, sauf que, ces deux concepts recouvrent des sens différents.

Selon AIT KADI et BRULHET, « *le terroir devient ainsi comme l'expression d'une société humaine et de son organisation sociale, de ses pratiques, de ses activités et de son histoire. Les terroirs sont alors appréhendés comme des espaces particuliers, au sein des quels certaines productions, activités se développent et s'inscrivent dans des cultures locales : le terroir devient un concept qui tisse des liens entre culture et nature* »³³

En novembre 2005, une autre définition a été proposée par l'Institut National d'Origine et de la qualité (INAO) et de l'Institut National de Recherche Agricole (INRA) « *comme un espace géographique délimité, où une communauté humaine, la construit au cours de l'histoire un savoir intellectuel collectif de production, fondée sur un système d'interaction entre milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains, dans lequel les itinéraires sociotechniques mise en jeu, révèlent une originalité, confèrent une typicité, et engendrent une réputation, pour un produit originaire de ce terroir* ».³⁴

De ce fait, nous constatons que, le terroir est un lieu géographique ou une activité autrement dit, une production émerge sachant qu'elle est spécifique à cette zone et reliant la culture de son peuplement et sa nature.

2-2-2- La distinction du terroir avec le territoire

Dans la section précédente, nous avons vu que le territoire est un espace géographique occupé par une population qui appartient à cet espace, et il est influencé par l'activité de ses acteurs.

³³ SALAH MANSOUR Salima : « Les produits de terroir levier du développement local dans les zones rurales et montagneuses : cas des fromageries artisanales de « Saint Amour » et de « Fromagerie Artisanale Fatma Ibersien » (FAFI) » ; UMMTO ; Faculté des Sciences économiques, Sciences commerciales et Sciences de gestion ; 2013 ; page 29.

³⁴ Idem

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Le terroir est généralement utilisé pour désigner un espace terrestre, à une organisation spécifique du finage propre à une communauté agricole, à un produit ou une spécificité sociale, généralement campagnarde.

En géographie ; il est définie comme « *une portion d'espace agricole homogène présentant des aptitudes agronomiques particulières et des qualités spécifiques, mais approprié, aménagé et valoriser par un groupe social, notamment sous l'angle de savoir-faire reconnus par des usages et capable d'exprimer ces potentialités naturelles à travers un produit, en particulier un aliment dont la typicité et l'origine sont reconnues collectivement* » (BARJOLLE et VANDECANDELACRE) ³⁵

Bien qu'il soit de la même étymologie un territoire n'équivaut pas à un terroir. En effet, un territoire regroupe plusieurs terroirs se qui leur permet de différencier ses ressources, autrement dit, un terroir se trouve à l'intérieur du territoire.

Le terroir dispose de caractéristiques similaires avec le territoire, comme :

- Espace physique (géographique) ;
- Construit par un groupe humain ;
- Dimension culturelle et sociale ;
- Histoire et identité ;
- Ressources tangibles et intangibles.

Mais il dispose aussi de certaines caractéristiques différentes du territoire, en effet, le terroir se caractérise par :

- Une petite dimension se referme sur lui-même ;
- Limiter par un savoir faire spécifique lié à la production locale ;
- Portion du territoire ;
- Les caractéristiques du terroir peuvent être considérées comme des ressources aux entreprises sachant qu'elle est partagée par plusieurs acteurs.

En revanche le territoire se caractérise par :

- Grande dimension et il s'ouvre sur l'extérieur ;
- Les frontières identitaires peuvent être politiques ; culturelles, historiques ... ;
- Un ensemble de terroir ;
- Les ressources partagées par la collectivité.

³⁵ Idem

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

2-2-3- Dimensions du terroir ³⁶

Le terroir est un système complexe qui est créé par plusieurs facteurs basés sur trois dimensions à savoir : la dimension physique ; humaine et temporelle.

2-2-3-1- La dimension physique

Les caractéristiques des produits finaux sont influencées par les spécificités naturelles du terroir.

« Un terroir physique pourra aussi être homogène par ses contraintes naturelles sur les modes de production possibles, sur les élevages appropriés ou les variétés locales adaptées. On pourra ainsi par exemple délimiter une zone où l'élevage caprin est plus propice que l'élevage bovin ou ovin à cause du relief escarpé ou les chèvres peuvent grimper, d'une végétation arbustive à faible potentialité fourragère et d'un climat aride qui ne favorisent pas l'élevage des vaches et des moutons » (BARJOLLE et al, 1998).

2-2-3-2- La dimension humaine

Le terroir ne se limite pas seulement à la dimension physique : par contre la dimension humaine a son importance. Selon BERARD et MARCHENAY *« un milieu peut toutefois être “ physiquement prédisposé ”, les hommes peuvent révéler ce potentiel posséder par leurs activités. Savoirs et pratiques font partie du terroir, et la relation d'une appellation à son aire de production doit donc aussi s'apprécier à travers les activités humaines ».* (BARJOLLE et al, 1998).

2-2-3-3- La dimension temporelle

Pour BERARD et MARCHENAY, ce sont les anecdotes et les légendes que la réalité qui font vivre l'histoire d'un village, une vallée ou d'une région. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle il y a un attachement aux histoires et aux mythes. Autrement dit, un produit peut s'attacher à un terroir en se référant à une histoire ancienne. En effet, la région qui fait naître un produit, continu à le fabriquer en accordant une notoriété, permettant ainsi la transmission du savoir faire aux générations futures et la valorisation des traditions anciennes de ce terroir.

³⁶ Idem

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

2-2-4- Définition et caractéristiques des produits de terroir

Les produits de terroir sont les résultats d'une jonction entre le facteur humain et les ressources naturelles.

2-2-4-1- Définitions du produit de terroir ³⁷

Selon Michel PRAGUE, président du Comité Agroalimentaire de l'Institut National des Appellations d'Origines (INAO), « *le produit de terroir est le résultat d'une "connivence" entre la nature et les individus* ».

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

En 1994, Ricard affecte cette définition aux produits de terroir : « *ils se caractérisent par une réelle originalité liée au milieu local comprenant les caractères physiques du terroir et des contraintes de fabrication importantes. Le produit est spécifique de l'aire géographique dont il est originaire et il apparaît impossible aux intervenants d'autres régions de fabriquer exactement le même produit* ».

LAGRANGE et TROGON définissent, en 1995, les produits de terroir comme étant un « *Regroupement tout produit alimentaire, transformé ou non, portant un signe de qualité ou non, ayant un lien avec le terroir tangible ou non, déclinant une identité géographique ou non, étant récent ou ancien, qui bénéficient auprès des consommateurs, de sa dénomination et la communication qui soutient sa commercialisation, d'une image terroir* ».

Quant à lui le Conseil National des Arts Culinaires, en 1995, définissent les produits de terroir comme étant : « *Tous les produits commercialisés quelque soit leur mode de commercialisation dont la fabrication traditionnelle est liée à la transmission du savoir-faire de génération en génération, qui sont attachés à une zone géographique quelle que soit*

³⁷ Idem

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

l'échelle ou le type de zone (urbain, rural), qui bénéficient d'une certaine notoriété qui sont stable dans leurs dénominations et techniques de fabrication et que se caractérisent par un savoir faire particulier sur au moins un des maillons de la chaîne de fabrication ».

Pour la Solidarité Rural du Québec (Nicolet 2001), « *Un produit issu d'une pratique valorisant les potentiels naturels et culturels locaux et qui a obtenu sa forme ou son usage précis en vertu de la transmission d'un savoir-faire et du maintien d'une filière de production particulière* ».

Nous constatons qu'un produit de terroir a des composantes qui sont puisées de son territoire, et dépend des caractéristiques de son milieu (Géographiques, climatiques, historiques, culturelles, géologiques, ...), le savoir et le savoir-faire de ses habitants, sachant qu'il n'est pas possible de l'imiter par d'autres régions, car il bénéficie d'une notoriété.

2-2-4-2- Les caractéristiques des produits de terroir ³⁸

Nous savons que les produits de terroir sont non imitables car ils se caractérisent par : la différence, l'histoire, l'identité et le savoir-faire local et traditionnel.

a. La différence

C'est une caractéristique qui affecte au produit une spécificité à travers des particularités associées à ce produit par le goût ; la texture ... ou encore sa composition, méthodes de production ou de commercialisation c'est ce qui lui permet d'être typique.

b. L'histoire

Cette caractéristique est liée à la dimension temporelle, en effet, en plus du facteur humain et physique, le temps joue un rôle prépondérant à l'attachement du produit à son territoire. « *L'histoire se justifie au sol pour justifier une origine localisée* » (BARJOLLE et al, 1998).

c. L'identité

Ce facteur joue un rôle sur l'image du produit et celle de sa région de production.

³⁸ idem

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

d. Le savoir faire local et traditionnel

Le savoir faire est un élément crucial pour comprendre la relation entre le produit et son origine géographique et historique, à son territoire. Le savoir faire se définit comme étant : « *une construction humaine à base d'accumulation d'expériences et de connaissances, transmis de génération en génération, et enraciné dans un contexte particulier, se présente comme une ressource stratégique, à un moment où les paradigmes de la production en grande séries standardisée font problèmes* ».

La question du savoir faire est associée à celle de la tradition, sauf que, les savoir faire évoluent dans le temps et subissent des innovations pour donner au produit une spécificité qui permet de se différencier des produits.

2-2-5- La valorisation des produits de terroir³⁹

Les produits de terroir est le résultat du savoir faire local et les ressources de cette région, ces derniers sont considérés comme un avantage compétitifs, qui donne a cette région une spécificité et offre une attractivité à ce territoire. Par conséquent, ces ressources et savoir faire doivent être protégé et mis en valeur. En effet, révéler les ressources latentes et mettre en valeur les richesses locales, rend le territoire plus attractif.

Il existe plusieurs mécanismes de valorisation des produits de terroir, à savoir : les dispositifs de protection des produits de terroir ; les avantages de la patrimonialisation ; l'entreprise familiale acteur de valorisation des produits de terroir ; tourisme rural facteur de valorisation des produits de terroir.

2-2-5-1- Les dispositifs de protection des produits de terroir

Nous pouvons constater plusieurs dispositifs, en France, il y a : l'appellation d'origine protégée (AOP) ; Indication Géographique protégée (IGP) ; LA Spécialité Traditionnelle Garantie (STG).

Ces dispositifs sont apparus en France en 1935, pour la filière du vins afin de la protéger de la mauvaise qualité, ce dispositif s'est étendu à partir de 1990 aux produits laitiers et autres denrées alimentaires.

³⁹ Idem

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

2-2-5-2- Les avantages de la patrimonialisation

Il y a une relation convergente entre les attentes du consommateur et celui des producteurs, en effet, le consommateur cherche à être rassuré et le producteur à conserver son savoir faire et garantir la non transmission de son savoir faire local à d'autres régions.

Selon VERNIERES, « *le processus de patrimonialisation peut être défini comme le passage d'un patrimoine en puissance à un patrimoine reconnu en tant que bien collectif, caractérisé tout à la fois par ses dimensions économiques, sociales, environnementales et culturelles. Ces différentes dimensions, d'importances relatives variables selon les types considérés de patrimoine reconnu, confèrent à ce patrimoine une valeur qui justifie, pour la collectivité considérée, sa conservation pour transmission aux générations futures. Il s'agit bien d'un processus de reconnaissance de cet ensemble de bien en tant que bien collectif* ».

La patrimonialisation permet : d'engendrer, à travers la protection du patrimoine local, des effets d'entraînements économiques liés aux augmentations des revenus et à la création d'emplois ; permet de rassurer le consommateur et regagner sa confiance ; protéger le revenus et ou la création de la valeur chez les petits producteurs et aménager le territoire en fixant les producteurs dans les zones rurales.

2-2-5-3- L'entreprise familiale acteur de valorisation des produits de terroir

Pour SASSU, « *A l'intérieur du territoire, l'entreprise familiale constitue la première phase de spécialisation de la production. Les biens et services sont produits grâce aux connaissances et à la technologie que les membres de la famille ont su accumuler avec le temps en acquérant une compétence particulière et en se faisant remarquer au sein de la communauté par une qualification professionnelle spécifique* ».

Selon DONSIMONI et al, en 2010, « *On constate que le rôle de la famille est primordial dans le processus de transmission du savoir faire et dans la pérennité du métier. A tel point que pour certains artisans, la famille est elle-même une école de formation et que les motivations pour recevoir une formation externe par le biais d'un centre de formation sont encore faibles* ».

A travers la famille, le savoir faire se transmet et elle permet la pérennité du métier traditionnel.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

2-2-5-4- Tourisme rural facteur de valorisation des produits de terroir

Les milieux ruraux possèdent des caractéristiques qui peuvent attirer une large part de clientèle en matière de tourisme rural, à travers diverses activités sportives et des découvertes. L'apparition des fermes pédagogiques, permet d'ancrer la notoriété chez les touristes et engendre une commercialisation des produits locaux.

3- L'OLIVIER ET L'HUILE D'OLIVE

Dans cette section, nous en saurons plus sur l'olivier et l'huile d'olive et enfin nous aborderons l'huile dans le monde.

3-1- L'OLIVIER

L'olivier « *Olea Europeae L* », est une espèce méditerranéenne par excellence, historiquement liée à la plus haute antiquité c'est un symbole culturel et religieux, arbre de la paix, de la gloire, de la sagesse, l'olivier a constitué pendant longtemps avec la vigne et le blé l'un des piliers de l'agriculture, il a été longtemps considéré comme un arbre rustique capable de donner des fruits sans l'intermédiaire de l'homme.

3-1-1- Caractéristiques morphologiques de l'olivier

L'olivier est un arbre de taille moyenne, il mesure entre 4 à 8 m de hauteur tout dépend des variétés. Il est qualifié de séculaire, longévité et sa productivité qui dépasse une centaine d'années. Il a une cime arrondie et des rameaux étalés et nombreux plus au moins épineux ou inermes. Les conditions climatiques, l'exposition, la fertilité du sol et les variétés influencent sur les dimensions et les formes de l'olivier.⁴⁰

3-1-2 Origine et expansion de l'olivier

Plusieurs origines ont été attribuées à l'olivier ; Dans sa thèse magistrale Mme Dalila TABTI de l'école nationale supérieure d'agriculture (El-harrach Alger) ; indique que la thèse la plus retenue c'est celle de Candolle citée par Brousse et Loussert qui désigne la frontière irano-syrienne comme origine de l'olivier.

⁴⁰ TABTI Dalila ; « REGENERATION IN VITRO DE PLANTS SAINS A PARTIR D'APEX CAULINAIRES D'OLIVIER *Olea europea L. var. CHEMLAL.* » ; ENSA d'El Harrach Alger ; 2010 ; Page 16

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Selon le Conseil International de l'Oléiculture, l'olivier doit son origine à l'Asie Mineure il y a 6000 ans. Dans cette région, l'olivier est très abondant et forme des forêts. D'autre attribuent son origine à l'Ethiopie, à la basse Egypte ou encore à l'Europe.⁴¹

Dans son étude Mr MOUSSOUNI Akli expert en agronomie, il indique que l'olivier s'est étendu de la Syrie en Grèce en passant par l'Anatolie, les Romains ont cultivé l'olivier dans tous les pays qu'ils ont occupé (les côtes de la méditerranée) quant à l'Espagne, l'olivier a été introduit par les phéniciens. L'olivier s'installe en Amérique après sa découverte en 1492.

3-1-3- Variétés des oliviers

Il existe 139 variétés provenant de 23 pays oléicoles qui présentent près de 85% de la surface consacrée à la culture de l'olivier. Le nombre de variétés décrites dans chaque pays a été déterminé par l'importance de la culture de l'olivier dans le pays et l'extension de la variété.⁴²

3-1-4- Exigences de l'olivier⁴³

Comme toute plante, l'olivier est sensible à certaines conditions climatiques, nous évoquerons dix d'entre elles.

1.4.1 La température

L'olivier résiste de -8 à -10°C en repos végétatif hivernal. Mais à 0 et à -1°C, les dégâts peuvent être très importants sur la floraison. Entre 35-38°C, la croissance végétative s'arrête et à 40°C et plus, des brûlures endommagent les feuilles et peuvent faire tomber les fruits, surtout si l'irrigation est insuffisante.

1.4.2 La pluviométrie

Bien que l'olivier soit réputé pour sa rusticité et sa résistance à la sécheresse, l'irrigation permet d'augmenter le rendement. En effet, une pluviométrie de 450 à 650mm permettra à l'olivier de se trouver dans un milieu favorable à sa croissance et à son

⁴¹ <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/158-l-olivier>

⁴² MOUSSOUNI Akli Ingénieur Agronome / Membre du REME Algérie ; « ÉTUDE DE FAISABILITÉ DE NOUVELLES TECHNIQUES POUR LA VALORISATION DES DÉCHETS DANS LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE AU MAGHREB SOUS-SECTEUR : HUILE D'OLIVES » ; page 5.

⁴³ TABTI Dalila ; « REGENERATION IN VITRO DE PLANTS SAINS A PARTIR D'APEX CAULINAIRES D'OLIVIER Olea europea L. var. CHEMLAL. » ; ENSA d'El Harrach Alger ; 2010 ; Page 17.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

développement. Avec une pluviométrie inférieure à 200mm, l'oléiculture est économiquement non rentable.

1.4.3 L'humidité

L'humidité atmosphérique peut être utile dans la mesure où elle n'est pas excessive et permanente. Elle favorise le développement de certains parasites. L'humidité peut provoquer l'agglutination des grains de pollen au moment de la pollinisation, ce qui nuit à la fécondation.

1.4.4 La lumière

L'olivier étant exigeant en termes de lumière, l'insolation est à considérer dans le choix de l'orientation des arbres, la densité de plantation et les tailles d'éclaircie. En effet, il ne donne une meilleure production que sur les coteaux bien exposés au soleil. Les olives exposées à la lumière ont un meilleur calibre et une maturité uniforme.

1.4.5 Le vent

Il joue un rôle dans la dissémination du pollen. Les vents chauds et secs (sirocco), peuvent causer des brûlures sur les arbres.

1.4.6 Le brouillard

Il est néfaste pour l'olivier, il provoque la chute des fleurs en période de floraison.

1.4.7 La grêle

Les zones où les chutes de grêle sont fréquentes doivent être écartées, pour les risques de destruction du jeune bois, du feuillage et des fruits. Elle provoque des plaies au niveau des rameaux et les branches, ce qui facilite l'attaque parasitaire (Tuberculose).

1.4.8 La neige

La neige par son poids peut provoquer la rupture des charpentières.

1.4.9 Le sol

La faculté d'adaptation de l'olivier aux différents types de sol est grande, mais les sols fortement argileux, compacts, humides, pH=8 peuvent lui convenir, par contre les sols acides pH=5.5 sont à proscrire.

1.4.10 L'altitude

La culture de l'olivier est possible en altitude jusqu'à 900m environ. Elle ne doit pas dépasser 800m en exposition sud et 600m en exposition nord.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

3-1-5- Techniques de propagation

Il existe deux méthodes, la méthode traditionnelle et la méthode moderne. La méthode traditionnelle se caractérise par une multiplication par voie asexuée en opposition au mode sexué qui fait intervenir le greffage. Ces techniques sont surtout utilisées pour la mise en place d'olivier en zone de culture aride où l'eau d'irrigation fait défaut et où l'olivier est cultivé de façon extensive ; nous avons : bouturage à partir de rameaux ligneux ; bouturage en garottes ; bouturage par souchet ; greffage de peuplement d'oléastre. En revanche, la méthode moderne réunit les techniques permettant d'obtenir en quantité et en qualité des plants dont le cycle de production est le plus court possible ; nous distinguons : semi greffage en plein champ ; semi greffage en « hors sol » sous serre ; multiplication in vitro ; bouturage semi ligneux.⁴⁴

3-1-6- Ravageurs et maladies de l'olivier⁴⁵

La rentabilité de l'olivier dépend parfois de certaines conjonctures comme les maladies et les ravageurs.

3-1-6-1- Les ravageurs

- **La mouche d'olive (*Bactrocera oleae* ou *Dacus oleae*)**

Elle pond des larves dans la pulpe des fruits et entraîne leur dépréciation. Les dégâts suscités par cette mouche sont la perte de la récolte par la chute des fruits, diminution du rendement en huile et détérioration de la qualité de l'huile par augmentation de son acidité due à l'oxydation des fruits atteints.

- **La teigne de l'olivier (*Prays oleae*)**

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

- **La cochenille noire de l'olivier (*Saissetia oleae*)**

Une forte population de cochenilles affaiblit l'arbre en absorbant des quantités appréciables de sève ; les sécrétions de miellat entraînent le développement de fumagine.

⁴⁴ CHAOU Lydia ; « Multiplication sous mist-system de quelques clones d'olivier (*Olea europaea sylvestris* L) » ; ENSA d'El Harrach- Alger ; 2011 ; Ingénieur d'Etat en agronomie ; page 14.

⁴⁵ TABTI Dalila ; « REGENERATION IN VITRO DE PLANTS SAINS A PARTIR D'APEX CAULINAIRES D'OLIVIER *Olea europea* L. var. CHEMLAL. » ; ENSA d'El Harrach Alger ; 2010 ; Page 31.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Le psylle (*Euphyllura olivina*), le neïroun (*Phloeotribus scarabeoides*), la Pyrale du Jasmin (*Glyphodes unionalis*), le thrips (*Liothrips oleae*),...etc. sont des ravageurs d'importance secondaire, leurs attaques sont très irrégulières suivant les régions.

3-1-6-2 Les maladies

- Maladie de l'œil de Paon (*Cycloconium oleaginum* (CAM) ou *Spilocaea oleagina*)
- La fumagine (*Capnodium oleaginum*, *Cladosporium fumago*, *Alternaria tenuis*).
- La verticilliose (*Verticillium dahliae*)
- Anthracnose (*Macrosporium olea*) : formation de tâches blanches grisâtres sur les feuilles.
- Caries (*Polyporus gilvus*, *P.olea*, *P.arcularius*) : attaquent le tronc de l'olivier.
- Chlorose (*Aschochyta olea*, *Septoria olea*) : tâches décolorées ou blanchâtres sur les feuilles.
- Fonte de semis (*Pithium sp.*) : pourriture des jeunes plantes et nécrose du collet.
- Lèpre ou déshydratation des olives (*gloeosporium olivarum*, *Cylindrosporium olivae*) : formation de tâches brunes et déprimées sur les olives.
- La tuberculose de l'olivier (*Pseudomonas syringae* subsp.*savastanoi*) Cette maladie bactérienne est pratiquement répandue dans tout le bassin méditerranéen.

3-1-7- L'utilité de l'olivier ⁴⁶

3-1-7-1- Pour la santé

L'homme a découvert plusieurs vertus de l'olivier dans le domaine médical ainsi que des vertus préventives contre certaines maladies (cardiovasculaires, les cancers et l'hypertension artérielle).

Le fruit, la feuille, la fleur et l'écorce, possèdent des propriétés intéressantes pour un usage médical. L'huile d'olive est utilisée en méditerranée pour les soins de la peau, la fabrication d'onguents et de savon ; la feuille pour des décoctions.

⁴⁶ Ait Oufela Sabrina et Ouhada Nadia ; « l'oléiculture à Tizi-Ouzou (Boghni) » ; UMMTO ; 2013 ; page06.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

L'huile d'olive contient des acides gras mono non saturés et la vitamine A et E, elle a un effet bénéfique sur le cholestérol.

3-1-7-2- Artisanat et ornementation

Le bois de l'arbre de l'olivier est une vraie matière première pour la fabrication des meubles, ainsi il est considéré comme une énergie pour le chauffage durant les périodes hivernales pour les populations des zones enclavées. Les oliviers sont considérés comme des arbres ornementaux.

3-1-7-3- Industrie

Les résidus de pates (margines) comme engrais ; les noyaux pour la combustion ou comme isolant électrique (utilisation NASA) et les grignons d'olive peuvent également servir à l'alimentation du bétail et la production d'huile de grignon.

3-2- L'HUILE D'OLIVE

L'huile d'olive occupe une place importante parmi les huiles végétales, car elle se caractérise par la possibilité de la consommer à l'état vierge. Dans le régime méditerranéen elle est le principal apport de corps gras, elle a aussi d'importantes particularités en ce qui concerne la santé

3-2-1- Définition ⁴⁷

Selon la définition du Conseil Oléicole International (COI), le terme huile d'olive désigne exclusivement l'huile extraite du fruit de l'olivier (*Olea europaea L.*) à l'exclusion des huiles obtenues par solvant ou par des procédés de ré-estérification de tout mélange avec des huiles d'autre nature.

Les styles varient de très sucré et doux à très amer et piquant. Les goûts et saveurs sont influencés, entre autres, par la variété de l'olive ou le mélange des variétés, les conditions climatiques, les conditions du sol, l'âge de l'olivier et l'intervention de l'emballeur ou du producteur.

⁴⁷ DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgriccole d'El Harrache ; 2013 ; page10.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

La dégustation est encore importante dans le choix de la meilleure huile. Mais de nos jours, la distinction entre les différentes huiles se fait par des tests chimiques qui mesurent le taux d'acidité. Plus l'acidité est faible, plus l'huile est meilleure.

3-2-2- Caractéristiques de l'huile d'olive⁴⁸

L'huile d'olive se caractérise par :

- Elle est un liquide limpide et transparent d'une couleur jaune ou jaune vert (caractéristique organoleptique);
- Un indice d'acidité reflétant l'altération de la matière grasse à de mauvaise conservation ou mauvais traitements ; cet indice est exprimé en pourcentage (%).

3-2-3- Classification de l'huile d'olive⁴⁹

Selon les deux caractéristiques à la fois organoleptique et le degré d'acidité ; nous pouvons classer l'huile d'olive en quatre catégories distinctes :

3-2-3-1- L'huile d'olive vierge extra :

C'est une huile ayant les caractéristiques suivantes :

- acidité libre $\leq 0,8$ %
- médiane des défauts = 0
- médiane du fruité > 0

Les huiles appartenant à cette catégorie sont considérées comme les meilleures puisqu'elles représentent le vrai potentiel des olives des variétés utilisées suite à un meilleur choix du moment de la récolte et au respect des bonnes conditions de trituration.

Dans cette catégorie, nous pouvons trouver une grande gamme d'huiles avec des arômes et des saveurs différentes qui dépendent de la variété, de la maturité des olives, des conditions climatiques et du mode de trituration.

3-2-3-2- L'huile d'olive vierge

C'est une huile d'olive vierge ayant les caractéristiques suivantes :

- acidité libre $\leq 2\%$
- médiane des défauts : $0 < m < 3,5$

⁴⁸ BOUHADJERA EPS FODHIL KAHINA; « Etude de l'effet antioxydants naturels et de synthèse sur la stabilité oxydative de l'huile d'olive vierge » Département de chimie ; UMMTO ; 2011 ; page29.

⁴⁹ Ministère de l'Agriculture et de la pêche maritime (Maroc) ; « Veille économique secteur oléicole » ; septembre 2013 ; page 03.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

- médiane du fruité est supérieure >0

Les légers défauts sensoriels déprécient la qualité des huiles de cette catégorie face à l'huile vierge extra.

3-2-3-3- L'huile d'olive vierge courante

C'est une huile d'olive vierge ayant les caractéristiques suivantes :

- acidité libre $\leq 3,3$
- médiane des défauts : $3,5 < m < 6$
- la médiane du fruité = 0

Cette huile présente par rapport aux huiles des catégories précédentes des variations sensibles dans ses caractéristiques physicochimiques et organoleptiques. Dans le cas où ses caractéristiques sont notablement abîmées, cette huile peut être soumise au raffinage.

3-2-3-4 L'huile d'olive lampante

C'est une huile d'olive vierge ayant les caractéristiques suivantes :

- acidité libre $> 3,3\%$
- médiane des défauts > 6

Il s'agit de l'huile d'olive vierge de moins bonne qualité. Elle présente de fortes altérations. Cette huile ne peut pas être consommée en l'état et il est nécessaire de la soumettre à un processus de raffinage avant sa consommation, en donnant lieu à une huile d'olive raffinée qui possède des caractéristiques sensorielles neutres (pratiquement sans saveur ni odeurs) et qui sert de base pour la composition d'autres huiles, ou d'être destinée à des usages techniques (savonnerie).

3-2-4- Extraction de l'huile d'olive

L'extraction de l'huile d'olive passe par plusieurs étapes. En effet, la première opération consiste dans la récolte et séparation, nettoyage et transport c'est l'opération préliminaire extérieure ; puis vient l'opération préliminaire intérieure elle consiste dans la réception et tri des olives ; stockage ; effeuillage et lavage ; l'opération suivante est la préparation de la pâte « broyage et malaxage » ; puis c'est la séparation solide-liquide (filtration sélective ; extraction par pression ; extraction par centrifugation) ; et enfin c'est l'opération de séparation liquide-liquide.

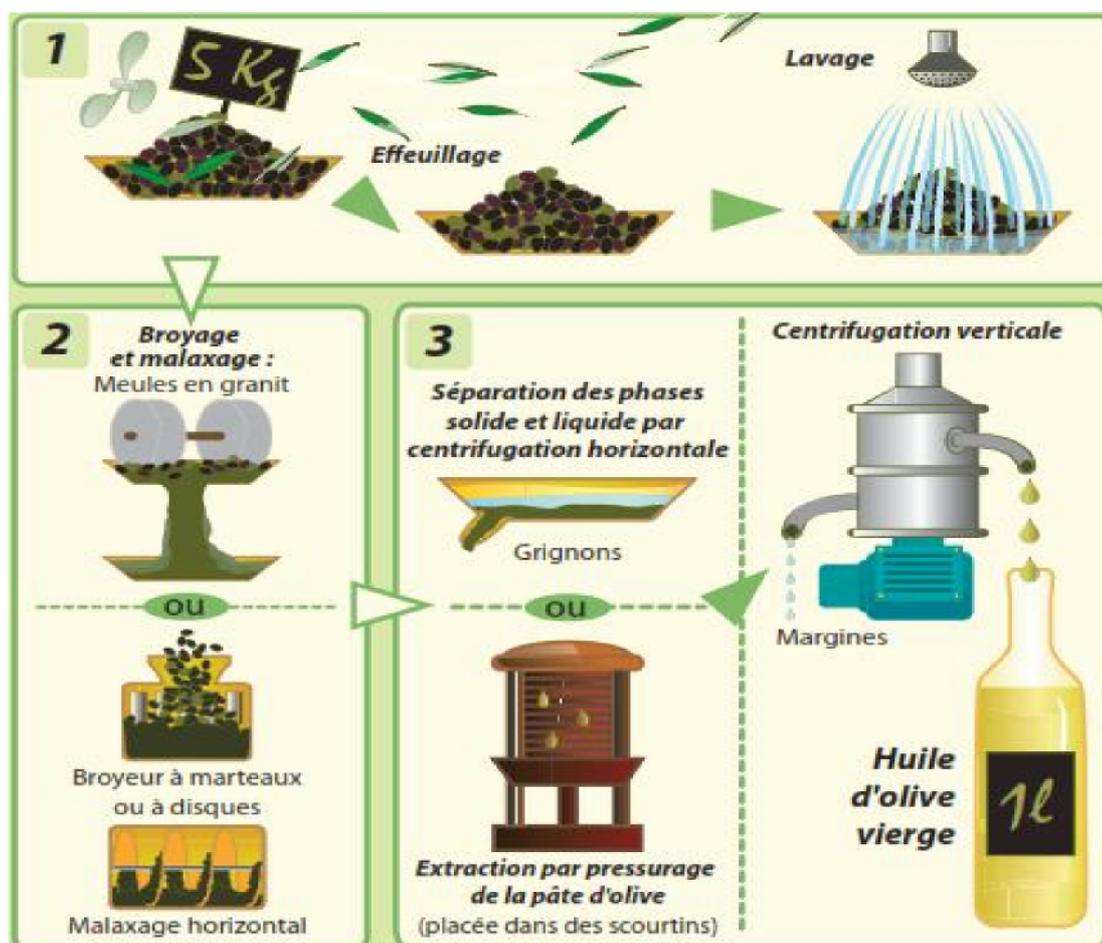
Le stockage de l'huile obtenue dans l'huilerie doit rester entreposée pendant un temps jusqu'à sa commercialisation. Les meilleures cuves sont celles qui maintiennent des

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

températures stables, construites en matériel inerte à l'huile et qui évitent l'influence de l'air et de la lumière.⁵⁰

Le schéma suivant montre le procédé de production de l'huile d'olive :

Figure n°03 : Procédé de production de l'huile d'olive.



Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page12.

⁵⁰ Ghalemi Rym ; « Effet de facteurs agronomiques et technologiques sur le rendement et la qualité de l'huile d'olive » ; ENSA El Harrach Alger ; 2012 ; page 18.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

La technologie d'extraction de l'huile d'olive diffère, nous avons trois systèmes : système discontinu d'extraction par presse ; système d'extraction continu avec centrifugation à trois phases ; système d'extraction continu avec centrifugation à deux phases. Ces différents systèmes influencent sur le rendement industriel, il est légèrement amélioré en passant de 84.5% (système presse) à 85.5% (décanteur à trois phases) à 86.1% (décanteur à deux phases).⁵¹

Toutefois, la qualité de l'huile d'olive dépend de plusieurs facteurs et paramètres à commencer avec le choix de la variété jusqu'au transport des olives vers les huileries. La qualité dépend en effet de facteurs agronomiques ; élaboration et conservation.⁵²

3-2-5- Les bienfaits de l'huile d'olive

Depuis plus d'une quarantaine d'années, de nombreux travaux ont été consacrés au rôle de l'huile d'olive dans la prévention de certaines pathologies : le cœur, les artères, les veines et le sang, l'estomac, le foie, la vésicule et les voies biliaires, les intestins, les os, le système nerveux et le cerveau, l'insulino résistance et l'obésité. Dans ce qui suit, nous pouvons voir le rôle de l'huile d'olive sur la santé :⁵³

- Elle permet de prévenir le diabète ou de le retarder ;
- Diminue les risques d'infarctus ;
- Favorise l'évacuation de la vésicule biliaire ;
- Diminution du risque des maladies coronariennes ;
- C'est un anti-inflammatoire ;
- Elle agit contre certaines bactéries responsables des maladies infectieuses intestinales et respiratoires

Mais aussi :⁵⁴

- Elle a des bienfaits cardiovasculaires ;

⁵¹ KAHINA BOUHADJERA EPS FODHIL ; « Etude de l'effet antioxydants naturels et de synthèse sur la stabilité oxydative de l'huile d'olive vierge » Département de chimie ; UMMTO ; 2011 ; page22.

⁵² Ghalemi Rym ; « Effet de facteurs agronomiques et technologiques sur le rendement et la qualité de l'huile d'olive » ; ENSA El Harrach Alger ; 2012 ; page 22.

⁵³ IDEM. PAGE 30.

⁵⁴ BOUHADJERA EPS FODHIL KAHINA; « Etude de l'effet antioxydants naturels et de synthèse sur la stabilité oxydative de l'huile d'olive vierge » Département de chimie ; UMMTO ; 2011 ; page 36.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

- Anticancéreux : cancer du sein ; du colon ; l'épidermoïde de l'œsophage et de la prostate ; de la peau et des poumons ;
- Diminue la pression artérielle de 5% à 9% ;
- Elle est le seul facteur nutritionnel significativement influant sur la densité osseuse ;
- Elle réduit le LDL (cholestérol) ;

3-2-6- La commercialisation de l'huile d'olive ⁵⁵

La commercialisation de l'huile d'olive obéit à certaines conditions comme le conditionnement, l'étiquetage et la présentation.

3-2-6-1- L'étiquetage

Le Conseil Oléicole International a retenu, pour l'étiquetage des huiles d'olive, les prescriptions de la Norme générale du Codex Alimentarius pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées : Codex 1985. Celle-ci vise essentiellement les indications suivantes :

- Nom de l'huile d'olive (dénominations des huiles d'olive): nom générique et dénomination spécifique de l'huile d'olive contenue conforme en tous points aux dispositions pertinentes de la norme en vigueur ;
- Contenu net de l'huile d'olive : Le contenu net doit être déclaré selon le système métrique ;
- Nom et adresse : Le nom et l'adresse du fabricant, de l'emballer, du distributeur, de l'importateur, de l'exportateur ou du vendeur doivent être déclarés. Ces indications sont très utiles, dans le cas de fraude, pour délimiter les responsabilités;
- Pays d'origine : Le nom du pays d'origine doit être déclaré ;
- Indication de provenance et appellation d'origine : Identification des lots ;
- Datage et conditions d'entreposage : Il s'agit de la date de durabilité minimale et les instructions d'entreposage qui doivent être indiqués sur l'étiquette.

3-2-6-2- La présentation

L'emballage doit être attractif pour le consommateur aussi bien dans sa forme que sa couleur.

⁵⁵ Guide du producteur de l'huile d'olive (Royaume du Maroc) ; page 32.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

3-2-7- Les sous produits de l'huilerie ⁵⁶

En plus de l'huile d'olive et l'huile de grignon, l'industrie oléicole connaît d'autres résidus qui sont les margines (liquide) et le grignon (solide).

3-2-7-1- Les margines

Que est ce que les margines et comment les valoriser ?

a. Définition

Les margines sont un liquide d'une couleur rougeâtre à noir, son goût est amer. La qualité et la quantité des margines dépendent de plusieurs paramètres : opération d'extraction de l'huile d'olive ; la variété ; la saison de cueillette ; le taux de maturation des fruits et les conditions climatiques.

b. La valorisation des margines

Les margines peuvent être valorisées et transformées en d'autres produits capables de satisfaire d'autres besoins tels que :

-  Epandre les margines sur les terres agricoles ;
-  Production du méthane ;
-  Compostage des margines pour fertiliser les sols ;
-  Production des protéines d'organisme unicellulaire ;
-  Production d'enzymes.

3-2-7-2- Les grignons

Que est ce que les grignons, les différents types et comment peut on les valoriser ?

a. Définition

Les grignons d'olive c'est un sous produit dus à l'extraction de l'huile d'olive, il est composé des peaux ; des résidus de la pulpe et des fragments de noyaux.

b. Types de grignons

b.1. Grignon brut : c'est le résidu de la première extraction de l'huile par pression de l'olive.

⁵⁶ Djadoun Sadia ; « Influence de l'hexane acidifié sur l'extraction de l'huile de grignon d'olive assistée par micro-ondes. » ; département de chimie ; UMMTO ; page23.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

b.2. grignon épuisé : c'est le résidu après déshuilage du grignon brut par un solvant.

b.3. grignon partiellement dénoyauté : résulte de la séparation des noyaux et de la pulpe.

c. Valorisation des grignons

A partir du grignon nous pouvons avoir :

- ✚ Une huile du grignon ;
- ✚ Utilisation comme combustible ;
- ✚ Utilisation comme alimentation du bétail ;
- ✚ Utilisation comme fertilisant ;
- ✚ Production du furfural (composé chimique industriel);
- ✚ Elaboration du charbon actif.

3-3- LE SECTEUR OLEICOLE DANS LE MONDE

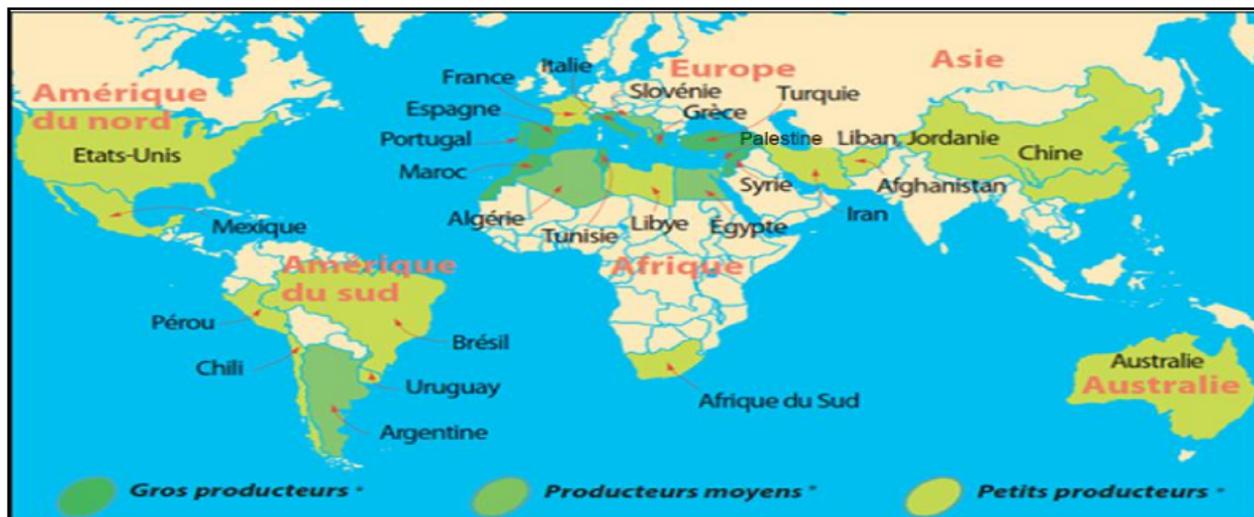
Comme premier point nous abordons d'abord la production mondiale, puis la consommation ; les échanges ; le prix et enfin les normes commerciales.

3-3-1- La production mondiale

C'est à l'époque de l'empire romain que l'oléiculture était répandue dans tout le bassin méditerranéen. L'olivier existe partout dans le monde, le pourtour méditerranéen rassemble l'essentiel de la production mondiale d'huile d'olive.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

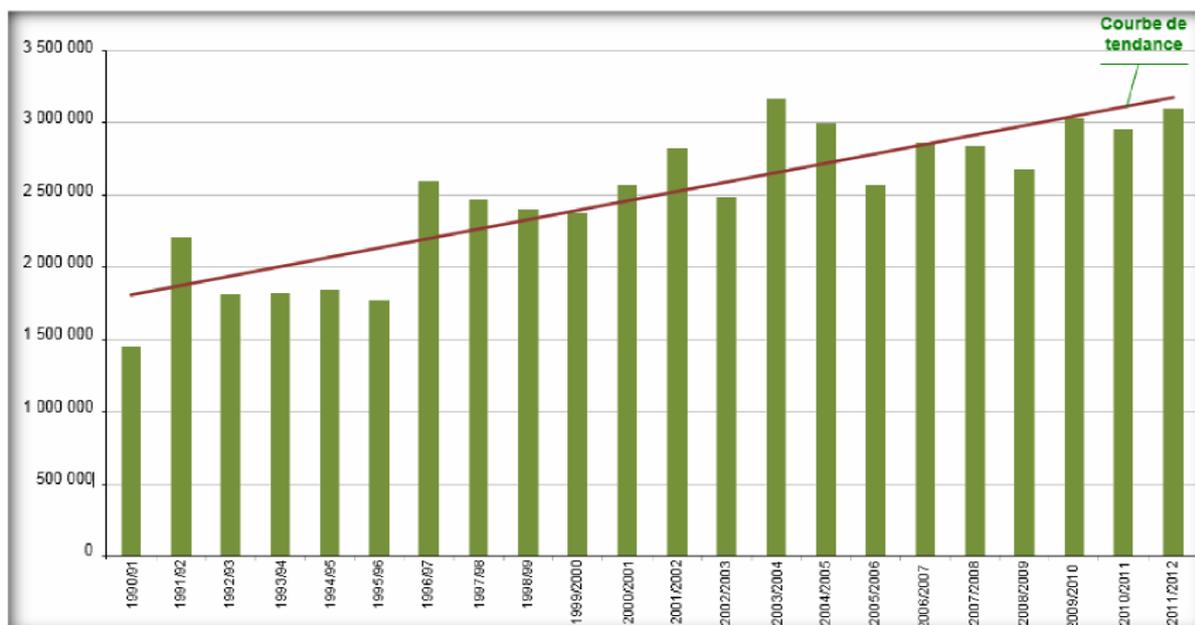
Figure n° 04 : L'aire géographique de la production mondiale de l'huile d'olive



Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page14.

Dans le graphique qui suit nous pouvons constater l'évolution de la production mondiale de l'huile d'olive.

Figure n° 05 : Evolution de la production mondiale d'huile d'olive 1990-2012



Source : :DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page15.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

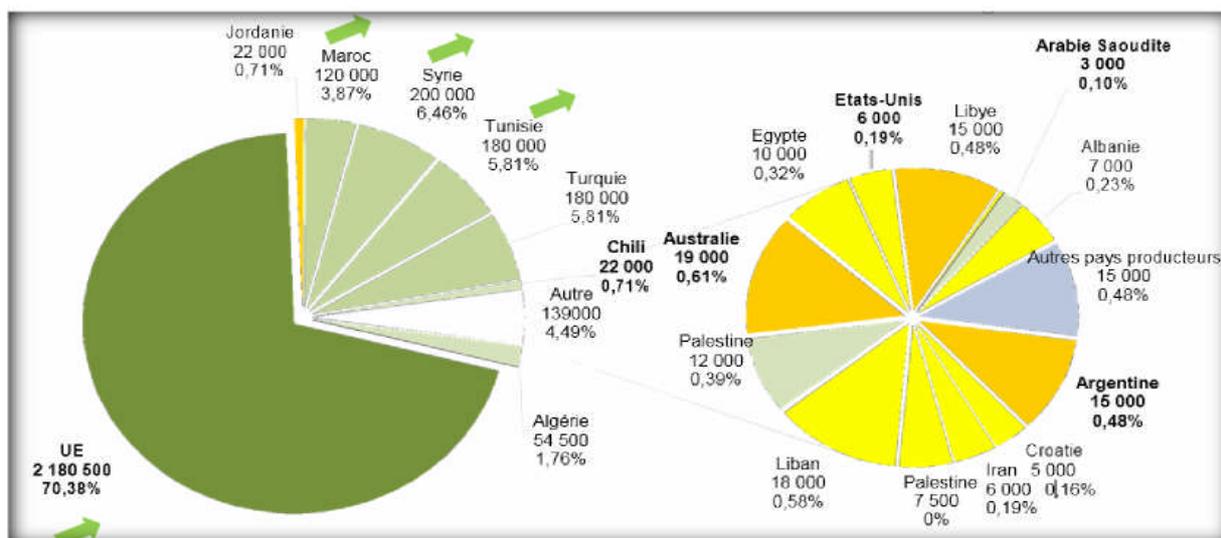
Nous constatons que la production a connu une tendance à la hausse, elle passe de 1,849 millions de tonnes durant la campagne 1995/96 à 3,174 millions de tonnes pour la campagne 2003/04 jusqu'à 3,408 millions de tonnes pour la campagne 2011/12.

La production totale des pays membres du COI atteint 2,632 millions de tonnes dont 1,739 millions correspondent aux pays membres de l'UE (Espagne, 820 milles tonnes ; Italie, 490 milles tonnes ; Grèce, 350 milles tonnes ; Portugal, 68,6 milles tonnes ; Chypre, 5,6 milles tonnes ; France, 4,3 milles tonnes et Slovénie, 700 tonnes).

Parmi les pays membres du COI hors UE, la Tunisie est en tête des pays producteurs avec 220 milles tonnes, suivie de la Syrie (198 milles tonnes), la Turquie (195 milles tonnes), le Maroc (100 milles tonnes), l'Algérie (56,6 milles tonnes), la Jordanie (35 milles tonnes), l'Argentine (17 milles tonnes), la Libye (15 milles tonnes), Palestine (13 milles tonnes) et l'Albanie (8,5 milles tonnes), le reste des pays produisant des volumes moins importants.

L'Union Européenne à elle seule représente plus de **70.38%** de la production mondiale et l'Algérie ne représente que **1,76%**. Le graphique qui suit nous le montre

Graphique n° 01 : La répartition de cette production dans la campagne 2011/2012



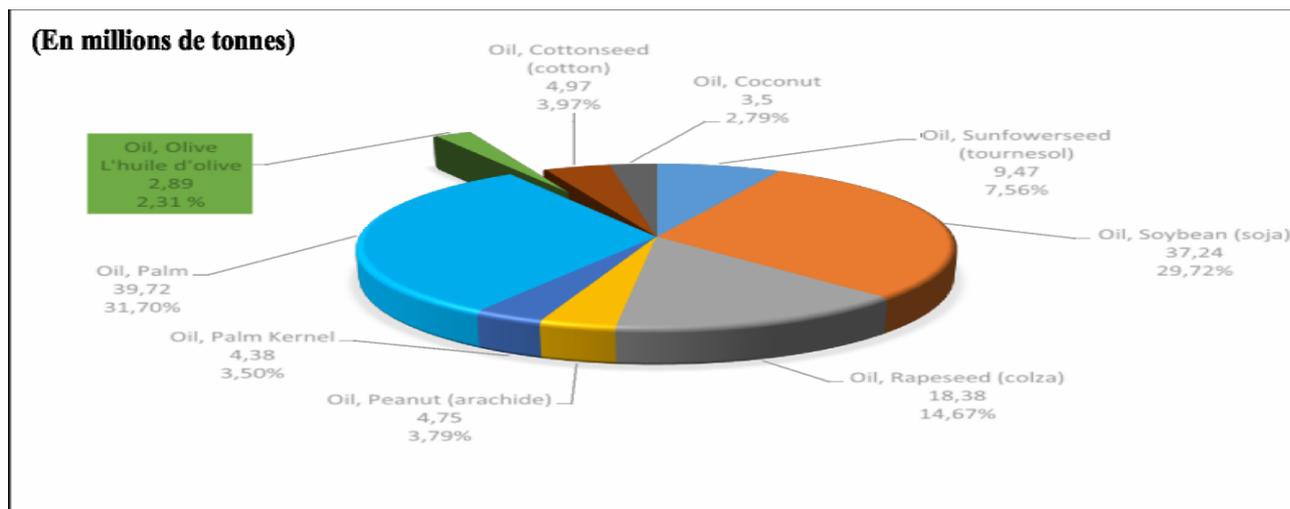
Source : :DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page16.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

3-3-2- La consommation de l'huile d'olive dans le monde

Il est connu que les principaux producteurs de l'huile d'olive sont les principaux consommateurs aussi. En effet ; parmi les principales huiles végétales produites dans le monde, l'huile d'olive occupe seulement 2.3% en 2013.

Graphique n° 02 : Consommation des principales huiles végétales dans le monde



Source : :DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page17.

Le tableau qui suit nous montre les principaux consommateurs de l'huile d'olive.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Tableau n° 01 : Consommation mondiale moyenne d'huile d'olive (1990-2012).

Pays	Consommation (milles tonnes)	Pourcentage (%)
U.E	1 940,4	71,12
Etats-Unis	203,7	7,47
Syrie	114,8	4,21
Turquie	55,6	2,04
Maroc	54,7	2,00
Tunisie	42,3	1,55
Australie	34,2	1,25
Algérie	31,9	1,17
Japon	31	1,14
Canada	26,9	0,99
Palestine	25,1	0,92
Brésil	24,1	0,88
Jordanie	21,7	0,80
Autres pays	122,1	4,47
Total	2 728,5	100

Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page18.

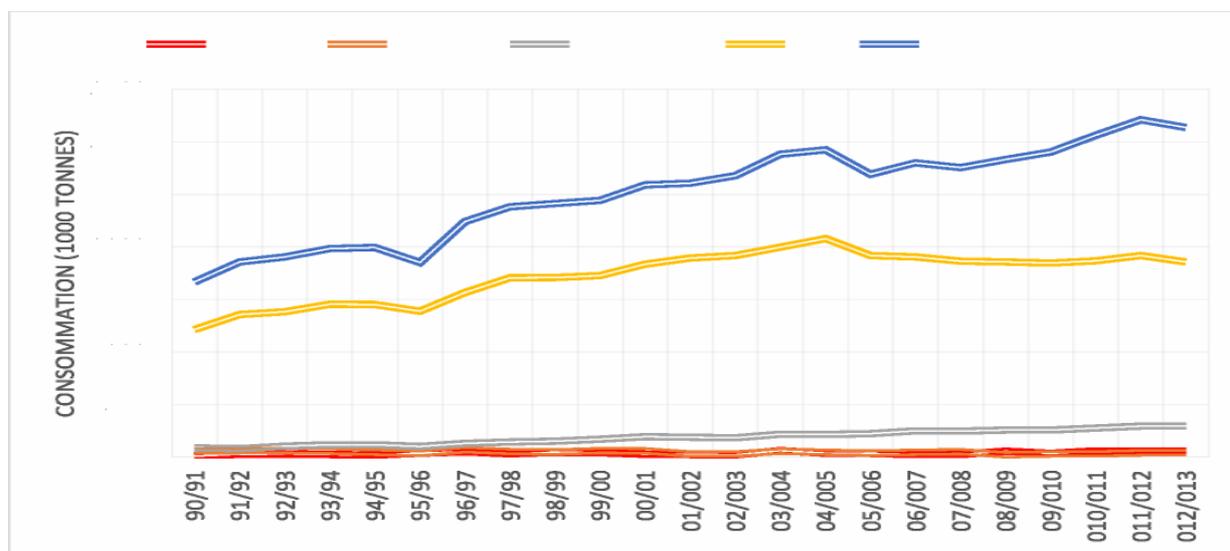
Nous constatons que l'UE constitue le principal consommateur avec 71.12% soit 19404000 tonnes ; puis les USA avec un pourcentage de 7.47% de la consommation totale estimée à 27285000 tonnes.

Cependant, les consommations globales les plus élevées dans l'UE sont celles de l'Espagne et de l'Italie, suivies de la Grèce, du Portugal et de la France. Dans le Bassin Méditerranéen, les plus grandes quantités d'huile d'olive sont consommées en Turquie, en Libye, en Syrie, en Tunisie, au Maroc et en Algérie, tandis qu'en Jordanie, au Liban, en Yougoslavie et en Palestine, les consommations sont plus modestes.

L'évolution de la consommation mondiale d'huile d'olive progresse de manière relativement régulière comme le montre le graphique ci-dessous :

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Graphique n° 03 : Evolution de la consommation mondiale de l'huile d'olive



Source : :DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page19.

Comme nous pouvons le constater sur le graphique, l'Union Européenne est le premier consommateur mondial d'huile d'olive. Les consommations les plus importantes dans le bassin méditerranéen se trouvent essentiellement en Algérie, Syrie, Turquie, Maroc et Tunisie. Ces marchés sont desservis par les productions locales et ont donc une importance limitée pour le commerce international.

3-3-3- Normes commerciales applicables aux huiles d'olives

Le Conseil Oléicole International a été créé dans le but de faciliter les échanges internationaux en matière de l'huile d'olive. En effet, qu'est ce que COI ?

Le Conseil oléicole international est le seul organisme international au monde qui soit consacré à l'huile d'olive et aux olives de table. Il a été institué à Madrid (Espagne) en 1959 sous les auspices des Nations Unies. Le Conseil contribue de manière décisive au développement responsable et durable de l'oléiculture et constitue un forum mondial de discussion au sein duquel sont débattues toutes les questions concernant les politiques à adopter et les défis présents et futurs à relever. Il a pour missions⁵⁷

⁵⁷ <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/100-mission-statement>

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

- Favoriser la coopération technique internationale dans le cadre de projets de recherche et de développement et d'activités de formation et de transfert des technologies ;
- Encourager l'expansion du commerce international de l'huile d'olive et des olives de table, mettre au point et actualiser des normes commerciales applicables aux produits oléicoles et améliorer la qualité ;
- Étudier l'impact de l'oléiculture et de l'industrie oléicole sur l'environnement
Promouvoir la consommation de l'huile d'olive et des olives de table grâce à des plans d'action et à des campagnes modernes de promotion diffuser des informations et des statistiques claires et précises sur le marché mondial de l'huile d'olive et des olives de table ;
- Permettre aux représentants des gouvernements et aux experts de se rencontrer régulièrement pour aborder les problèmes du secteur et pour fixer les priorités d'action du COI ;
- Travailler en étroite collaboration avec le secteur privé.

Parmi ses membres actuels se trouvent les principaux pays producteurs et exportateurs mondiaux d'huile d'olive et d'olives de table. Les pays producteurs membres du COI contribuent en effet à 98 % de la production mondiale d'olives. Ils sont concentrés principalement dans la région méditerranéenne.

Le COI œuvre pour le développement intégré et durable de l'oléiculture et veille à ce que cet engagement se traduise par un progrès tangible pour ses pays membres, mais surtout pour toutes les personnes qui tirent leur revenu quotidien des produits de l'olivier.

Selon la résolution n° RES-6/88-IV/03 du Conseil Oléicole International, la norme commerciale applicable à l'huile d'olive et à l'huile de grignons d'olive peut être résumé comme suit (COI, 2003) :

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

La norme commerciale⁵⁸

+ Critère de pureté

On ne va présenter ici que la teneur en stérols totaux (mg/kg)

- Huiles d'olive vierges < 2
- Huile d'olive raffinée < 0,3
- Huile d'olive < 1
- Huile de grignons d'olive brute < non limité
- Huile de grignons d'olive raffinée < 0,3
- Huile de grignons d'olive < 1

+ Additifs alimentaires

Pour les huiles d'olive vierges et l'huile de grignons d'olive brute aucun additif n'est autorisé. Pour l'huile d'olive raffinée, huile d'olive, huile de grignons d'olive raffinée et huile de grignons d'olive, l'alpha tocophérol est autorisé juste pour restituer le tocophérol naturel éliminé au cours du traitement de raffinage, la dose maximale est de 200 mg/kg dans le produit final.

+ Contaminants

Pour les métaux lourds, la concentration maximale autorisée pour le plomb (Pb) est de 0,1 mg/kg et pour l'arsenic (As) est de 0,1 mg/kg. Quant aux solvants halogénés, la teneur maximale de chaque solvant halogéné détecté ne doit pas dépasser 0,1 mg/kg et la teneur maximale de la somme des solvants halogénés détectés ne doit pas être supérieure à 0,2 mg/kg.

⁵⁸ DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page30.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

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. Ces récipients peuvent être des citernes, containers, cuves, permettant le transport en vrac des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive ; des fûts métalliques, en bon état, étanches, dont les parois intérieures devraient être recouvertes d'un vernis adéquat ; des bidons et des boîtes métalliques lithographiés, neufs, étanches, dont les parois intérieures devraient être recouvertes d'un vernis adéquat ; des bonbonnes, des bouteilles de verre ou de matériau macromoléculaire adéquat.

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 litre dans lesquels le volume occupé par le contenu ne doit en aucun cas être inférieur à 80 pour cent de la capacité du récipient; la capacité correspond au volume d'eau distillée, à 20°C, que peut contenir le récipient entièrement rempli.

Etiquetage

Sur les récipients destinés à la vente directe au consommateur, l'étiquetage de chaque récipient doit comporter : la dénomination spécifique du produit ; le contenu net ; le nom et l'adresse du fabricant ; l'indication de provenance et l'appellation d'origine ; l'identification des lots ; le datage et conditions d'entreposage.

Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et l'attractivité du territoire.

Conclusion du chapitre

Le mot *territorium* est l'origine du terme territoire, ce dernier est un espace géographique, occupé par des humains qui appartiennent à cet espace partageant la même histoire. Le territoire est influencé par ces acteurs qui sont : les collectivités locales ; les entreprises ; les associations ; université et société civile.

A travers une bonne interaction entre acteurs du territoire, nous nous retrouverons dans le concept de la compétitivité, qui peut se définir comme étant la capacité à répondre durablement aux besoins des marchés internationaux, en améliorant, toutefois, le niveau de vie de ses citoyens. Cependant, un territoire dit compétitif est aussi dit attractif et vice-versa. Car l'attractivité est la capacité d'attirer des ressources spécifiques provenant de l'extérieur à un territoire plus tôt qu'un autre, le but recherché est le développement local, en effet, chaque territoire essaye de fouiner dans ses ressources pour trouver une spécificité qui peut engendrer son développement, parmi ces spécificités nous pouvons citer les produits du terroir, eux qui puisent leurs composantes à partir de leur territoire, et dépendent des caractéristiques du milieu, ils bénéficient d'une notoriété.

La valorisation des produits de terroir du terroir est une étape importante afin d'être attractif. Parmi les produits du terroir, nous pouvons citer l'huile d'olive, sa production se concentre majoritairement dans le bassin méditerranéen, les plus grands pays producteurs sont l'Italie et l'Espagne.

Dans le chapitre qui suit nous allons voir la situation de l'oléiculture en Algérie.

Chapitre 02 :
Economie et
oléiculture en Algérie.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Introduction du chapitre

Algérie, pays du pourtour méditerranéen, situé en Nord ouest du continent africain, elle dispose de plusieurs sources naturelles qui sont dus au climat diversifié vu sa superficie.

Plus de cinquante ans après l'indépendance, l'économie algérienne a connu plusieurs changements, en commençant par un système socialiste qui a été avorté par l'ajustement structurel émis par le FMI (Fonds Monétaire International), au profit de l'Algérie convenant à la conjoncture économique des années quatre-vingt-dix. Ce plan permettait et plus précisément, exigeait la transition de l'Algérie vers l'économie de marché.

Ayant comme objectif le développement, l'Algérie souffre toujours d'une économie vulnérable, en effet, nous constatons l'existence du marché informel pratiquement dans tous les domaines ; l'Algérie ne dispose toujours pas d'une économie diversifiée, car elle dépend toujours des hydrocarbures, et elle présente un sérieux risque alimentaire, de part sa dépendance envers les importations, surtout en matières de denrées alimentaires.

Plusieurs politiques ont été mises en place pour développer au secteur agricole, afin de pouvoir satisfaire la demande nationale et mettre en place un développement, à travers le surplus engendré par ce secteur, nous pouvons citer à titre d'exemple le PNDAR (Plan National de Développement Agricole et Rurale), ce programme vise toutes les filières agricoles.

Dans ce travail, nous allons nous intéresser à la filière oléicole, nous nous efforcerons de présenter la situation de cette filière en Algérie.

A cet effet, nous avons opté pour trois sections dans ce deuxième chapitre ; la première traitera de l'économie algérienne ; la deuxième portera sur l'agriculture, tandis que la dernière section sera orientée vers le secteur oléicole en Algérie.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

1- ECONOMIE ALGERIENNE

Dans cette première section, nous allons tout d'abord présenter notre pays « l'Algérie », puis nous allons faire un petit aperçu sur l'évolution de son économie, et enfin nous évoquerons le problème de la dépendance alimentaire, autrement dit, la vulnérabilité du pays en matières de denrées alimentaires

1-1- PRESENTATION DE L'ALGERIE

Ce premier point, sera consacré à la présentation de l'Algérie en évoquant les points suivants : terre et l'histoire en Algérie, les principales villes, langues et religion ; nous évoquerons aussi d'autres secteurs comme l'éducation, l'alphabétisme et la santé. A la fin, nous présenterons les institutions politiques, organisations territoriales et administratives.

1-1-1- Terre et histoire

L'Algérie s'étale sur une superficie de 2 381 741 Km², avec 1200 Km de côtes et a des frontières communes avec l'ensemble des pays de l'Union du Maghreb. Elle possède une position géographique privilégiée, avec un espace considérable et contrasté. En effet, l'Algérie est le dixième plus vaste pays du monde et le premier en Afrique après la division du Soudan.

L'Algérie dispose de plusieurs reliefs où se rencontrent les paysages méditerranéens, de vastes hauts plateaux semi-arides et des espaces désertiques lunaires. Les chaînes de relief accentuent la rapidité de l'assèchement du climat en allant vers le Sud, par leurs dispositions parallèles au littoral. Trois ensembles très contrastés se partagent le territoire algérien :

59

- l'ensemble tellien, au Nord (4% de la superficie totale de l'Algérie ;
- l'ensemble des hauts plateaux (9% de la superficie totale) ;
- l'ensemble saharien, au Sud (87% du territoire).

Les températures de la zone côtière sont généralement, entre 5 et 15°C en hiver et 25 à 35°C en été. Au Sud la température peut atteindre 50°C à l'ombre.

L'Algérie a de tout temps été convoitée et occupée par les puissances du moment (les Phéniciens, les Romains, les Vandales, les Byzantins, les Arabes, les Turcs et les Français).

L'Algérie a de formidables sites archéologiques des époques phénicienne et romaine. Sept monuments et sites algériens sont inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco.

⁵⁹BOYADJIAN & ASSOCIATES : « Guide des Affaires en Algérie » ; 2006 ; page 04.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

L'Algérie dispose de richesses naturelles importantes et diversifiées. L'Algérie est classée parmi les premiers pays au monde en termes de réserves de gaz importantes. Le sous-sol abrite aussi d'importantes ressources et gisements de pétrole, phosphate, zinc, fer, or, uranium, tungstène, kaolin...

1-1-2- Les principales villes ⁶⁰

Au nord du pays se trouvent les principales villes, mais aussi sur les hauts plateaux, nous avons : Alger (la capitale administrative, économique et culturelle), Oran, Constantine, Annaba, Sétif, Tlemcen, Skikda, Béjaïa, Tizi Ouzou, Jijel, Tiaret, Batna, Biskra, Mostaganem, Saïda, M'sila, Chlef, Béchar, Ouargla, Ghardaïa, Adrar, El-Oued et Tamanrasset.

L'arabe est la langue nationale et officielle, parlée par la majorité de la population.

Tamazight (berbère), consacrée langue nationale depuis 2002, est également répandu à travers ses nombreux dialectes régionaux.

Le Français, enseigné dès l'école primaire, est lu et parlé de façon très courante dans la société et surtout dans le monde de l'économie et des affaires.

La religion dominante est l'islam. La Constitution du pays a consacré l'Islam comme étant la religion d'État.

1-1-3- Les institutions politiques, organisations territoriales et administratives⁶¹

La Constitution du 28 février 1989, sépare les pouvoirs exécutif, législatif et judiciaire.

1-1-3-1- Pouvoir Exécutif

Le régime algérien est de nature présidentielle.

- Le président de la République détient l'essentiel du pouvoir exécutif. Ses principales prérogatives sont :
 - le commandement des forces armées ;
 - la direction du Ministère de la Défense ;
 - la présidence du Haut Conseil de Sécurité (HCS) ;

⁶⁰ BOYADJIAN & ASSOCIATES : « Guide des Affaires en Algérie » ; 2006 ; page 05.

⁶¹ Idem

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

- la nomination du Premier ministre ;
 - la désignation du 1/3 des sénateurs ;
 - le pouvoir de dissoudre l'Assemblée Populaire Nationale (APN).
- Le Premier ministre, chef du gouvernement, désigné par le président de la République, est responsable de la politique gouvernementale devant le Parlement (Assemblée Populaire Nationale).

1-1-3-2- Pouvoir Législatif

La mise en place du Parlement algérien a été faite par la Constitution de 1963. La révision constitutionnelle du 28 novembre 1996 crée un Parlement composé :

- d'une Assemblée Nationale Populaire (ANP) où siègent 380 députés ;
- d'un Conseil de la Nation (CN) où siègent 144 sénateurs.

1-1-3-3- Le Conseil Constitutionnel

En 1989, l'Algérie se dote d'un Conseil Constitutionnel qui exerce un contrôle sur la constitutionnalité des lois. Il est saisi par le président de la République, par le président de l'Assemblée Populaire Nationale ou par celui du Conseil de la Nation.

Le Conseil constitutionnel veille aussi à la régularité des opérations de référendum, des élections présidentielles et législatives et proclame les résultats de ces opérations.

1-1-3-4- Système Judiciaire⁶²

Le fondement du droit algérien est un mélange de droit islamique et de droit français. Le droit pénal est conçu selon le droit français, tandis que le droit de la famille et celui des successions, en particulier, sont empreints d'influences islamiques.

La Constitution prévoit un système judiciaire indépendant, qui protège la société et les libertés, fondé sur les principes de l'égalité et de la légalité. Il autorise les recours à l'encontre des actes des pouvoirs publics.

Les principales structures de ce système sont :

- la Cour suprême;
- le Conseil d'État ;
- le Conseil Supérieur de la Magistrature.

1-1-3-5-Administration

Depuis 1985, l'Algérie est divisée en 48 wilayas, 548 Daïras et 1548 communes.

⁶² BOYADJIAN & ASSOCIATES : « Guide des Affaires en Algérie » ; 2006 ; page 07

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

1-2- EVOLUTION DE L'ECONOMIE ALGERIENNE

Dans ce point, nous présenterons l'évolution de l'économie algérienne de la période coloniale à ce jour.

1-2-1- La période coloniale⁶³

Comme tout pays en guerre, l'Algérie a servi la France pour toute la période durant laquelle elle se trouvait dans ce pays. Elle a exploité ses richesses naturelles à son profit.

Arrivée en Algérie, la France installe un secteur agricole moderne et hautement productif, et minier traditionnel pour pouvoir satisfaire ses besoins. Elle exportait les matières premières produites à faibles coûts, à l'aide d'une main d'œuvre locale entretenue par le bas salaire.

La structure des exportations, comme le tableau sous cité l'indique, est caractérisée par l'importance de l'agriculture dans l'économie de ce pays pour la période 1910-1960.

Tableau 02 : Evaluation de la structure des exportations entre 1910 et 1960 (en %)

Année /produits	1910	1930	1955	1960
Vins	70.5%	67.7%	52.1%	53.5%
Légumes et Fruits	7.4%	6.3%	17%	13.3%
Produits Minéraux	8.8%	15.8%	13.3%	10.7%
Divers	13.3%	10.2%	17.6%	22.5%
Total	100%	100%	100%	100%

Source : HADDADI Manel et HAMMAL Ghania ; « L'impact de la mondialisation de l'économie sur le secteur des assurances en Algérie: Cas de la SAA » ; UMMTO. Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion ; 2012 ; page 32.

Quant aux importations, sont caractérisées par la prédominance des produits manufacturés destinées pour une large partie aux colons algériens. Comme les présente le tableau suivant :

⁶³ HADDADI Manel et HAMMAL Ghania ; « L'impact de la mondialisation de l'économie sur le secteur des assurances en Algérie: Cas de la SAA » ; UMMTO. Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion ; 2012 ; page 31.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Tableau 03 : Evolution de la structure des importations entre 1910 et 1960 (en %).

Produits /années	1910	1930	1955	1960
Produits				
manufacturés	71.1%	66.7%	72.7%	66.5%
Dont :				
-Tissus et vêtements.	17%	13.6%	8.5%	11.3%
-ouvrages en métaux.	09%	15%	15.1%	18.6%
-produits chimiques	1.8%	2.0%	0.9%	5.7%
Autres importations	28.9%	33.3%	27.3%	33.5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Source : HADDADI Manel et HAMMAL Ghania ; « L'impact de la mondialisation de l'économie sur le secteur des assurances en Algérie: Cas de la SAA » ; UMMTO. Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion ; 2012 ; page 33.

1-2-2- L'économie algérienne entre 1962 et 1990⁶⁴

Après l'indépendance, l'Algérie s'est retrouvée dans une situation critique, son économie était très vulnérable. Le pays a lancé des politiques économique afin d'aboutir à une croissance et un développement autonome.

1-2-2-1- Régimes postindépendances (1962-1966)

L'économie algérienne a hérité les caractéristiques du colonialisme français, basées sur l'extraversion de l'économie nationale, et d'une économie désarticulée, durant les 132 ans de l'occupation française. « *C'est donc en rupture avec ce double héritage et dans la perspective de renverser cette situation, que la stratégie algérienne de développement avait été pensée* » (BENISSAD (H) « Algérie de la planification socialiste à l'économie de marché »).

⁶⁴ HADDADI Manel et HAMMAL Ghania ; « L'impact de la mondialisation de l'économie sur le secteur des assurances en Algérie: Cas de la SAA » ; UMMTO. Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion ; 2012 ; page 33.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Cette période est caractérisée par l'officialisation de l'autogestion et la nationalisation des terres agricoles des anciens colons. Choix confirmé par le décret de mars 1963, qui a complété ceux de 1962 relatifs aux biens vacants.

1-2-2-2- Economie Dirigée (1967-1979)

En 1966, suite aux premiers travaux théoriques sur la stratégie de développement socialiste par les experts soviétiques, que le modèle de planification socialiste a été adopté en Algérie.

Pour mettre en œuvre la stratégie algérienne de développement, Trois plans de développement se succèdent.

1-2-2-2-1- Le plan triennal (1967-1969)

Mis en œuvre par les pouvoirs politiques, il représentait un effort d'adaptation des structures socio-économiques et administratives de type libérales et coloniales à un schéma centralisateur, collectiviste et autoritaire.

Ce plan a accordé une préférence aux structures de l'industrie de base et les activités liées aux hydrocarbures. L'objectif principal était la construction de perlier techniques et institutionnels pour une stratégie de développement à long terme.

1-2-2-2-2- Le premier plan quadriennal (1970-1973)

Le plan était fondé sur la réalisation d'une industrie lourde basée sur la valorisation des hydrocarbures et des produits miniers. La priorité était accordée par ce plan aux investissements d'où le secteur industriel venait en premier lieu au détriment des autres secteurs dans le cadre du lancement d'une industrialisation.

Les objectifs assignés à ce plan se résument comme suit :

- atteindre un taux de croissance dans l'industrie lourde de 9%.
- substituer la production internationale aux importations
- réaliser le plein emploi

1-2-2-2-3- Le deuxième plan quadriennal (1974-1977)

Le plan est marqué par le montant des investissements planifiés, c'est-à-dire la hausse des prix d'exportation du pétrole et l'importance accordée aux branches non industrielles.

L'objectif de ce plan était de porter l'économie algérienne du capitalisme d'Etat au socialisme avec la « révolution agraire » comme principal acteur.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Ce modèle a connu des résultats positifs et d'autres négatifs. La croissance positive a permis une amélioration générale du niveau de vie de la population, suite à la création de nombreux postes d'emplois productifs. L'ampleur des investissements réalisés dans le domaine industriel a enregistré une croissance de la production industrielle : « entre 1967 et 1978, la production industrielle hors hydrocarbures est passée de 4.3 (11% de la PIB) à 12.1 milliards DA, soit 14% de la PIB ».

Ses nombreux résultats négatifs concernant pratiquement ceux du domaine agricole, où la production est en stagnation « entre 1967 et 1978, cette dernière a un rythme annuel moyen de 2.4% » ; Cela est dû à la mauvaise articulation entre l'agriculture et l'industrie. La couverture des besoins n'est toutefois pas atteinte dans plusieurs branches.

1-2-2-3- La période (1980-1993)

La période 1967-1979, dont trois plans ont été mis en place par le gouvernement, qui était marqué par une industrialisation à une cadence accélérée et fortement capitalistique.

Dans la décennie 1980, un modèle de développement fondé sur une distribution plus équilibrée des investissements entre les différents secteurs, a été adopté. Cependant, nous pouvons distinguer deux périodes :

- 1980 à 1985 intitulée « la nouvelle orientation économique » ;
- 1986 à 1993 intitulée « les réformes libérales volontaires ».

1-2-2-3-1- La période (1980-1985)

Le plan quinquennal (1980-1984), lancé par les pouvoirs publics, avait plusieurs objectifs :

- Faire face aux nombreux déséquilibres générés par les quinze années de planification,
- Améliorer l'efficacité de gestion des entreprises publiques ;
- Absorber le surplus de main d'œuvre généré par la croissance démographique ;
- De réduire l'encours de la dette extérieur ;
- Poursuivre de développement économique ;
- Eliminer les retards enregistrés dans certains secteurs économiques hérités durant la décennie de planification (1967-1979).
- Réorientation des investissements ;

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

- Décentralisation dans la gestion des entreprises publiques ;
- La réduction de la dette et de la dépendance extérieures.

Nous pouvons résumer les conséquences de cette politique comme suit :

- La déstabilisation du tissu productif national, par conséquence, la baisse de la croissance économique ;
- La réorientation des investissements vers les infrastructures économiques n'as pas amélioré les capacités d'absorption de l'économie ;
- Le nombre de chômeurs est en augmentation constante depuis 1980.

C'est en réponse à cette crise multidimensionnelle que l'Algérie s'est engagée dans un vaste programme de réformes économiques dites de première génération dès 1987.

1-2-2-3-2- La période (1985-1993)

En réponse à la crise pétrolière de 1986, les autorités algériennes ont mis en place deux séries de réformes volontaires, engagées dès 1987.

- a. **les réformes structurelles**, le but était le passage d'une économie planifiée vers l'économie de marché ;
- b. **les réformes macro-économiques**, qui ont pour objectif de rétablir les équilibres macro-économiques, suite à la crise multidimensionnelle affectant l'économie algérienne en 1986.

Ces réformes visent :

- la réduction de la demande excédentaire et une réduction du rythme d'expansion monétaire.
- Evaluation des réformes économiques volontaire.

Les équilibres macro-économiques n'ont pas été atteints, et l'offre n'a pas réagi d'une façon constante. Pour faire face à des risques de graves détériorations de la situation économique, sociale et financière, qu'en 1994, l'application de programme d'ajustement (PAS) sous l'égide du FMI s'avère une nécessité en 1995.

1-2-3- Le Plan d'Ajustement Structurel (PAS)

Selon M. Camdessus, Directeur Général du F.M.I, en 1991, à Alger, à propos des politiques d'ajustements structurel : « *Il n'y a pas du prêt à porter F.M.I mais des pays*

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

donnés à un moment donné ». Son principe est de généraliser le concept du : « *laissez faire, laissez aller* ». ⁶⁵

1-2-3-1- Les instruments du plan d'ajustement structurel⁶⁶

Nous pouvons distinguer huit (08), comme suit :

- La politique des prix et la concurrence ;
- Le système bancaire et le taux d'intérêt ;
- La politique de change ;
- La régulation du commerce extérieur ;
- Les finances publiques ;
- Le secteur public et la privatisation ;
- La dette extérieure ;
- La couverture des coûts sociaux.

1-2-3-2- Les objectifs et le contenu du plan d'ajustement structurel⁶⁷

Le PAS qu'a préconisé le FMI à l'Algérie vise deux séries d'objectifs : des objectifs à court moyen terme, pour stabiliser et rétablir les équilibres macro-économique et financiers, et terme pour transformer structurellement l'économie algérienne vers l'économie de marché.

Cependant, pour attendre ces objectifs, des conditions ont été cerné :

- Dévaluation du dinar ;
- La liberté des prix ;
- La privatisation des entreprises publiques ;
- La liberté d'entreprendre ;
- L'indépendance de la banque centrale : vis-à-vis du gouvernement ;
- La réduction du budget de l'Etat.

⁶⁵ BENISSAD Hocine; « L'ajustement structurel, Objectifs et expériences » ; ALIM EDITIONS ; janvier 1994 ; page 08.

⁶⁶ Idem

⁶⁷ HADDADI Manel et HAMMAL Ghania ; « L'impact de la mondialisation de l'économie sur le secteur des assurances en Algérie: Cas de la SAA » ; UMMTO. Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion ; 2012 ; page 40.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

1-2-3-3- Les résultats du PAS⁶⁸

- Evolution des indicateurs de la sphère monétaire et financière ;
- Evolution de l'économie réelle : l'application du PAS s'est traduite par une récession économique, qui a affecté négativement les couches sociales défavorisées ;
- L'évolution de niveau de vie de la population : les statistiques suivantes montrent que la situation sociale qui prévaut l'application du PAS s'est caractérisée par une forte baisse du PNB par habitant de 45% (2.880 en 1986 à 1.550 en 1998).

Cependant, selon BOUYACOUB (A), dans son livre, " L'économie algérienne et le programme d'ajustement structurel", « *Le programme d'ajustement structurel, aussi nécessaire soit-il, ne peut pas remplacer un programme de développement* ».

1-2-4- Caractéristiques de l'économie nationale actuelle⁶⁹

Il y a plusieurs caractéristiques, nous allons nous focaliser sur les plus importantes.

1-2-4-1- Le retour de l'Etat

La relance de l'économie algérienne s'est faite grâce à l'augmentation des prix des hydrocarbures, cela à partir de 1999.

Cependant, cela a permis de :

- combler les années de récession économique (1986-2000).
- d'améliorer le niveau de vie des populations, à travers la mise en œuvre du plan national de développement agricole (PNDA) en 2001, du plan de soutien à la relance économique (PSERE)

Nous assistons alors à un retour de l'Etat en tant qu'investisseur, planificateur et régulateur, afin de soutenir la croissance économique et d'améliorer le niveau de vie de la population.

1-2-4-2- L'absence d'une bonne gouvernance et d'un Etat développementaliste

L'environnement défavorable a empêché la redynamisation du secteur productif ces dernières années, malgré l'effort d'épargne nécessaire à l'investissement, et ce à cause des éléments qui vont suivre :

⁶⁸ HADDADI Manel et HAMMAL Ghania ; « L'impact de la mondialisation de l'économie sur le secteur des assurances en Algérie: Cas de la SAA » ; UMMTO. Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion ; 2012 ; page 41.

⁶⁹ Idem

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

- entraves bureaucratiques ;
- une corruption à grande échelle ;
- un système bancaire incapable de se hisser au niveau des exigences de l'économie de marché ;
- difficultés d'accès au foncier.

Selon l'indice d'efficacité de l'action publique qui varie entre -2.50 et +2.50, a classé l'Algérie parmi les pays de région de la méditerranée dont l'action de l'Etat est moins efficace, (-0.81) en 2002. L'indice de corruption (0-10) en 2008 et de 3.2 avec une 92ème place pour l'Algérie.

1-3- LA VULNERABILITE ALIMENTAIRE EN ALGERIE

Le secteur alimentaire est constitué de deux secteurs, à savoir ; l'agriculture et l'agro-alimentaire. Le développement du secteur agricole et agroalimentaire est un enjeu majeur pour l'Algérie aux niveaux économique, politique et social. Sur le plan intérieur, il emploie actuellement 1,6 million de personnes, soit 23% de la population active ; il s'agit de la deuxième industrie du pays, après celle de l'énergie. Les moteurs des secteurs agricoles et agroalimentaires sont les filières céréalières et laitières, les conserveries, l'huile, les eaux minérales et le raffinage du sucre.

L'insuffisance de la production agricole algérienne, ajoutant à cela une demande massive et croissante de produits agroalimentaires, fait de l'Algérie un pays structurellement importateur.

L'Algérie est aujourd'hui le premier importateur africain de denrées alimentaires, avec 75% de ses besoins assurés par les importations. A titre indicatif, le secteur « biens alimentaires » représentait en 2008, 20% de la valeur du total des importations. Les importations alimentaires ont augmenté de plus de 55%, contre 27% précédemment. Avec près de 4 milliards de dinars en 2008, soit le double de 2007, pour ce qui est de l'année 2012, les importations des produits alimentaires s'élèvent à 17.91% d'une valeur de 9022 millions de dollars, et pour l'année précédente (2013), elles représentent 17.47 % d'une valeur de 9580 millions de dollars, soit une augmentation de 6.1%. Les céréales occupent le premier rang de toutes les importations. Les besoins algériens en lait et produits laitiers sont également considérables. Avec une consommation moyenne de 110 litres de lait par habitant et par an, estimée à 115 litres en 2010, l'Algérie est le plus important consommateur de lait au sein du

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Maghreb. La consommation nationale s'élève à environ 3 milliards de litres de lait par an, la production nationale étant limitée à 2,2 Mds de litres.

Le constat est donc simple, avec les prévisions de la croissance démographique, qui sera estimée en Afrique à 117% à l'horizon 2050⁷⁰. Cela représente un risque sérieux sur toutes les économies soumises à la dépendance alimentaire, à l'instar de l'Algérie.

2- L'AGRICULTURE EN ALGERIE

Cette section sera divisée en quatre principaux points, nous allons appréhender l'agriculture en Algérie, à travers les étapes les plus importantes (période ottomane, colonisation française et après l'indépendance jusqu'à nos jours) et nous allons évoquer les différents programmes initiés par l'Etat.

2-1- L'AGRICULTURE A LA PERIODE OTTOMANE

Durant cette période, nous allons voir comment l'appropriation et l'exploitation des terres ont eu lieu.

2-1-1- Mode d'appropriation des terres

A la veille de la colonisation française, il existait différents modes d'appropriation des terres :

2-1-1-1- Propriétés privées ou « Melk »

C'est l'un des modes d'appropriation les plus répandues en Algérie. « *Les terres MELK appartiennent à des personnes et ont des actes de propriétés individuels* »⁷¹

2-1-1-2- Propriétés collectives ou « Arch »

« *Les terres Arch sont des terres tribales et elles sont indivisibles* »⁷²

2-1-1-3- Les propriétés Habous

⁷⁰ Abdelmadjid Bouizid ; « Economie algérienne, Eclairages » ; ENAG EDITIONS ; Reghaïa ; 2011 ; page 115.

⁷¹ <http://www.setif-dz.org/t7199-terres-arch-melk-etc>

⁷² Idem

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

« Ce sont les terres dont la nu-propriété est dévolue à une fondation religieuse quant à l'usufruit, il reste acquis aux propriétaires et à leurs descendants mâles. A l'extension des ayants-droits, les revenus des terres Habous affermées, servent à financer toutes les activités religieuses, culturelles et sociales et rémunérer les familles maraboutiques »⁷³

2-1-1-4- Le domaine privé de l'Etat

Il y a les terres Beylek ; Djeych ; Naïba.

a. Les terres Beylek

Terres appartenant à l'Etat acquises avec le temps, elles comportent les terres de bonne qualité.

b. Les terres Djeych

En contre partie d'une bonne carrière militaire, les militaires recevaient des parcelles de terres d'une superficie de 2 à 7 Ha.

c. Les terres de Naïba

Elles consistent en des tribus exploitant des terres à titre d'issu-fruitiers appelé à fournir en temps de guerre un faible contingent destiné aux expéditions. Toutefois, en temps de paix, ces tribus payent un impôt appelé Naïba.

2-1-2- Mode d'exploitation des terres

Chaque mode d'appropriation avait un mode d'exploitation des terres.

2-1-2-1- Les terres Melk

Elles se caractérisent par l'indivision, elles sont gérées par le propriétaire qui la transmet à son fils aîné ; d'autres pratiques existent comme celle de « Khoumassat », c'est-à-dire, des tiers personnes s'occuperont des terres en contre partie d'un cinquième de la récolte.

2-1-2-2- Les terres Arch

Appelées aussi terres de Djemaâ, elles jouent un rôle prépondérant dans la répartition des terres, de l'impôt et le jugement de tous les litiges.

⁷³ BENAMRANE Djilali : « Agriculture et développement en Algérie » ; Société Nationale d'Édition et de diffusion ; Alger ; 1980 ; page 30.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

2-1-2-3- Les terres Habous

Certaines familles ont exclusivement une fonction religieuse, elles s'occupent de la gestion des terres Habous. Cependant, dans les Habous, un gérant (Oukil) est désigné pour la gestion de ces terres.

2-1-2-4- les terres Beylikat

Il y avait trois modes :

- a. **La thewiza** : il s'agit d'un volontariat
- b. **La zoudj** : c'est la location de parcelles de terre
- c. **La Naïba** : c'est l'attribution de terre à titre d'une donation en contre partie d'un impôt appelé naïba.

2-2- L'AGRICULTURE A LA PERIODE DE LA COLONISATION FRANCAISE

Dans cette partie de la section, nous ferons un aperçu sur l'histoire de la colonisation française en Algérie, mais d'un point de vue agricole.

2-2-1- Mode d'appropriation des terres par la colonisation française

Dès son installation en Algérie, la France s'est appropriée toutes les terres appartenant aux Bey et Dey. Plus tard, d'autres mesures sont prises, en effet, c'est ce que nous découvrirons dans ce point.

2-2-1-1- Le sénatus consulte en 1863

Cette loi a été promulguée en 1863, elle affirme les droits de jouissances des paysans des terres qu'ils cultivent, l'objectif de cette loi était d'inciter les Algériens à vendre leurs terres.

En réponse à cette loi, plusieurs soulèvements populaires ont eu lieu comme la résistance de 1864 et celle de 1871.

Cette loi a permis à l'Etat français de confisquer plus d'un quart de million d'hectares :

- 1872 : 81 673 ha ;
- 1873 : 59 976 ha ;
- 1874 : 62 267 ha ;

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

- 1875 : 50 553 ha.

2-2-1-2- La loi de « Warnier »

Après la loi de 1863 et l'instruction de 1871, une autre loi a été promulguée, appelée « **Warnier** », cela s'est fait en 1873. Elle devait permettre la francisation des terres agricoles algériennes, il s'agit :

- De l'abolition du droit musulman dans l'établissement de la propriété immobilière et sa conservation ;
- De la soumission au code civil français dans le cadre de cette loi de toute transaction immobilière effectuée par les musulmans ;
- Elle favorise la naissance de la propriété privée et par ricochet, la lutte contre l'indivision des exploitations familiales ;

Ainsi, l'Etat français se retrouve avec :

- 1840 -1860 : 365000 ha ;
- 1860 – 1880 : 527000 ha ;
- 1880 – 1900 : 243000 ha ;
- 1900 – 1920 : 200000 ha ;
- 1920 – 1950 : 1 275000 ha.

Au total, cela s'élève à 2 millions 6 milles hectares.

2-2-1-3- Le plan de Constantine 1958

Après le déclenchement de la guerre de révolution, et lors de la visite du général DE GAULE à Constantine, un plan a été émis par le gouvernement français afin de remédier à la situation précaire des Algériens.

La réforme agraire vise à répartir 250 milles ha pour les Fellahs, cette opération a touché 9440 Fellahs sur les 800 000 produits dans la période allant de 1959 à 1963.

2-2-2- Mode d'exploitation et financement des terres par la colonisation française

Les conditions d'exploitations et le financement de l'agriculture fera l'objet de ce point.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

2-2-2-1- Conditions d'exploitation

Après l'appropriation du gouvernement français de beaucoup de terres agricoles, un autre aspect économique et social est apparu, un dualisme a eu lieu, entre le secteur traditionnel et le secteur moderne.

a. Le secteur traditionnel

C'est un secteur dominé par un archaïsme technique et social, en effet, il s'agit de l'agriculture de substance cultivée sur des petites parcelles.

b. Le secteur moderne

C'est un mode de production capitaliste caractérisé par une agriculture intensive subventionnée et d'exploitation orientée vers le marché de la métropole.

2-2-2-2- Les produits agricoles

La France a favorisé l'apparition de certaines cultures inexistantes et a amélioré certaines variétés locales, le mode de production de ces produits répond à la logique d'élargissement des cultures spéculatives, comme les céréales et la vigne.

2-2-2-3- Le financement agricole

Nous distinguons deux systèmes :

a. Financement du secteur moderne

Le secteur moderne était financé par : la Caisse Algérienne du Crédit Agricole Mutuel (CACAM) et aussi la Caisse des Prêts Agricole (CPA).

a. 1. La CACAM

En 1894, plusieurs caisses agricoles, au niveau local, ont vu le jour, et en 1935, la CACAM a été instaurée, remplaçant ainsi, la caisse foncière agricole créée en 1927.

La CACAM octroie des crédits et elle effectue des contrôles techniques sur les caisses agricoles.

a. 2. La Caisse des Prêts Agricole

Dans le but d'assigner les caisses régionales grâce à des prêts hypothécaires, il faut ajouter la gestion des fonds spéciaux destinés aux colons.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

b. Financement du secteur traditionnel

Après la première guerre mondiale, l'Etat colonial a créé la Caisse Locale Indigène. En 1893, des sociétés des indigènes ont été créées, sauf qu'elles ne disposaient pas de moyens importants.

En 1936, des sociétés agricoles de prévoyance, elles étaient destinées à assurer le crédit et le stockage des céréales du secteur traditionnel, le crédit d'équipement et d'assistance technique.

2-3- L'AGRICULTURE EN ALGERIE APRES L'INDEPENDANCE

De 1962 à 1966, aucune stratégie n'a été appliquée. Le secteur public était inexistant et il n'a eu la forme que plus tard. Autrement dit, l'Etat n'avait aucune influence sur les terres laissées par les colons.

2-3-1- Industrie industrialisant

En 1966, l'Algérie a opté pour une nouvelle démarche économique, se basant sur le modèle de DE BERNNIS, qui vise à mettre en place un secteur public industriel important. Ce choix a été pris pour plusieurs raisons, parmi elles :

- Réaliser un développement à base industrielle ;
- Incapacité du secteur privé à gérer le surplus ;
- Opposer l'idéologie coloniale.

Dans ce modèle, des fonctions sont assignées à l'agriculture ;

- Fournir des biens alimentaires à la population avec un coût minimal ;
- Absorption du chômage en créant de l'emploi dans les activités agricoles ;
- Dégager un surplus pouvant participer au financement de l'investissement industriel ;
- Produire les matières premières agricoles au profit du secteur industriel.

2-3-2- Le système autogéré

Le système autogéré est une méthode expérimentée, parmi d'autres, dans les économies de type socialiste.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Le secteur autogérant a permis de récupérer des terres abandonnées par les colons après l'indépendance. Ces terres sont considérées comme les plus riches, elles se situent dans les plaines de la Métidja, Annaba et Chlef, la superficie des terres récupérées est de 2.300.000ha regroupées en 1994 domaines.

2-3-3- La révolution agraire de 1971

En janvier 1972, une opération est lancée, c'est celle de la révolution agraire, suite à l'ordonnance 71-73 du 8 novembre 1971 portant révolution agraire. Son principal objectif est de remédier aux problèmes du secteur agricole.

En effet, nous pouvons citer quelques objectifs de la révolution agraire :

- Instaurer une justice sociale dans les campagnes⁷⁴ ;
- Permettre l'accroissement de la production et la productivité de la terre⁷⁵ ;
- Abaisser les coûts de production des produits agricoles;
- Créer un marché pour les produits industriels.

Nous distinguons trois phases dans la mise en œuvre de cette opération, chaque phase touche à la structure foncière des terres appartenant au mode d'appropriation.

Cependant, la révolution agraire n'a pas touché aux terres du secteur autogérant.

Le déroulement des trois phases de la révolution agraire peut se résumer ainsi :

- La première phase a débuté le 01 janvier 1972 au 16 juin 1973, les terres concernées par cette phase concernent les terres communales, habous et autres, la superficie récupérée s'élevait à 3.000.000 ha ;
- La deuxième phase quant à elle a débuté le 17 juin 1973 au 16 juin 1975, les terres concernées sont celles du secteur privé, la superficie s'élève à 646.647ha ;
- La troisième et dernière phase qui a pris fin le 08 novembre 1975, a visé les terres communales « arch » ; dans cette période 20.000ha ont été récupérées.

Dans la première phase de la révolution agraire, de grands moyens ont été déployés pour réussir l'opération :

⁷⁴ Lakhel Mokhtar ; « Algérie : De l'indépendance à l'état d'Urgence » ; L'harmattan ; paris ; 1992 ; page 83.

⁷⁵ Idem

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

- Création d'un fonds qui était alimenté par des galas artistiques ;
- La solidarité par le billet d'organisation du volontariat.

Dans la première phase, le gouvernement établit un Fonds National de la révolution agraire (FNRA) et l'alimente avec terres domaniales, des terres habous, et des terres des autres collectivités locales.⁷⁶

Dans cette même phase, il y a eu la création de 3434 exploitations pour 43 784 bénéficiaires. Les formes de ces exploitations sont diverses :⁷⁷

- CAPRA : Coopérative agricole de production de la révolution agraire
- CAEC : Coopérative agricole d'exploitation en commun
- GMV : Groupement de mise en valeur
- GEP : Groupement d'entraide paysanne
- GAI : Groupement agricole d'indivisaires.

La deuxième phase a touché aux propriétés absentéistes. La troisième phase quant à elle, n'avait pas d'importantes réalisations.

2-3-3- La réforme agraire de 1981

La réforme appelée "la restructuration", cherche d'abord à assainir la gestion des exploitations agricoles autogérées en leur donnant plus d'autonomie et à les remembrer afin de les rendre plus homogènes et maîtrisables. Ainsi, on transforme les 1994 domaines autogérés en 3200 Domaines Agricoles Socialistes (ou DAS), et on les répartit selon leur taille dans divers secteurs productifs :

- Type 1 : Exploitations à dominance maraîchère : entre 50 et 100 hectares.
- Type 2 : Exploitations à dominance polyvalente ou élevage : entre 150 et 250 hectares.
- Type 3 : Exploitations à dominance arboricole ou viticole : entre 150 et 100 hectares.
- Type 4 : Exploitations à dominance céréalière : entre 800 et 1 500 hectares.

2-3-4- La révolution agraire de 1987⁷⁸

Instaurée par une circulaire ministérielle en août et officialisée par une loi de décembre 1987. La réforme avait pour but de redéfinir et renforcer les droits et les obligations des

⁷⁶ G. Chouquer ; « Fiche sur les réformes agraires en Algérie de 1963 à 1987 » ; septembre 2012 ; page 03 ;

⁷⁷ Idem

⁷⁸ G. Chouquer ; « Fiche sur les réformes agraires en Algérie de 1963 à 1987 » ; septembre 2012 ; page 05 ;

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

collectifs de producteurs. Elle entend redimensionner les exploitations et éliminer les entraves à la production.

Afin de réaliser ses objectifs, des entreprises agricoles collectives de 4 à 11 membres (EAC) ont été créées. Il y avait aussi les entreprises agricoles individuelles (EAI) lorsque les conditions ne permettent pas de créer une EAC.

L'État n'a pas réussi à se désengager d'un secteur devenu difficile à gérer et non rentable, car les conditions de mise en œuvre de cette quatrième réforme agraire font que les objectifs n'ont pas été remplis.

2-3-5- La période 1990 à ce jour⁷⁹

A partir de 1990, les terres nationalisées dans le cadre de la Révolution agraire sont restituées à leurs anciens propriétaires ou à leurs héritiers, et reviennent donc sous un statut de propriété privée.

Avant l'avènement du terrorisme islamique en milieu rural (à partir de 1993), la vente reste limitée dans le secteur privé, du fait de l'indivision, sauf en zone périurbaine où les propriétaires cherchent à intégrer leurs terres dans les plans d'aménagement urbain pour les lotir et les vendre.

L'exode rural est apparue avec l'avènement de l'insécurité dans certaines localités et l'impossibilité, pour certains, d'exploiter leurs terres. En effet, les partants cèdent leurs terres sous forme de ventes

En juillet 2002, une circulaire interministérielle rend légale le transfert des droits d'usage des attributaires au sein d'une même EAC, sans permettre pour autant l'éclatement de ces dernières. En 2005, cette circulaire est abrogée par le chef du gouvernement car certains attributaires d'EAI et d'EAC ont profité de cette loi pour aléier leurs droits fonciers.

Pour régler le problème de la propriété du foncier relevant des EAC et des EAI la loi 10-03 du 15/08/2010 fixant les conditions et les modalités d'exploitation des terres agricoles du domaine privé de l'Etat, elle a été votée par le parlement.

⁷⁹ SIFER Kamal ; « Le marché foncier locatif des terres rurales en Algérie. Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou » ; Communication des journées FONCIMED à Montpellier France ; 01 au 04 juillet 2013 ; page 06.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

2-4- LE PLAN NATIONAL DE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL (PNDAR)

Plusieurs politiques agricoles ont été mises en place pour développer le secteur agricole, parmi eux le Plan National de Développement Agricole et Rural (PNDAR), baptisé PNDA, qui a été lancé en 2000. L'objectif principal de toutes ces politiques est simple, c'est celui de répondre aux besoins de la population en matière de denrées alimentaires.⁸⁰

En effet, le PNDAR est élaboré en février 2000 et il a été mis en œuvre en septembre de la même année.⁸¹

Les objectifs recherchés par ce programme sont :⁸²

- Atténuer la balance commerciales du pays à travers les produits frais et de l'agriculture biologique et les produits de culture spéculatives et à avantages comparatifs avérés ;
- Augmenter la croissance annuelle de la production agricole ;
- Préservation des ressources naturelles ;
- Régler le problème du foncier agricole ;
- Modernisation l'administration agricole pour être efficace.

Afin de concrétiser ce programme des mesures ont été prises, à l'instar de :⁸³

- L'allégement fiscal aux soutient au développement de la productivité et de la qualité, forme d'incitation à la production de masse et de qualité ;
- Promotion du partenariat avec des opérateurs nationaux et étrangers ;
- Un fonds spécial pour la promotion, l'arrêté interministériel du 01 juin 2002.

Pour l'encadrement du PNDAR, les pouvoirs publics ont mis à la disposition de ce programme, 400 milliards de DA entre 2000 et 2007. Ce programme est financé par trois sources de financement :

⁸⁰ BOUKELLA Mourad ; « Politiques agricoles, dépendance et sécurité alimentaire » ; FRIEDRICH EBERT STIFUNG ; Septembre 2008 ; page 10 ;

⁸¹ Idem

⁸² Idem

⁸³ Idem

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

- Le Fonds National de Développement et de Régulation (FNDRA) devant couvrir les opérations de production et d'adaptation à hauteur de 60% du coût total des projets ;
- Le Fonds de Mise en Valeur de nouvelles terres par la concession (FMVC) ;
- Le Crédit Agricole Mutuel géré par la Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA) et ses démembrements régionaux, relayés par la Banque Algérienne de développement Rural (BADR) redevenue la banque de l'agriculture depuis mars 2002.

Les résultats de ce programme peuvent se résumer ainsi, ⁸⁴

- 300.000 exploitations agricoles, ont réussi leur mise à niveau ;
- La superficie agricole utile (SAU), a connu une extension de 500.000 ha au cours de la période ;
- La création d'emplois nouveaux d'ordre de 1.000.000 d'emplois, dont 50 % sont des emplois fixent ;
- Le verger arboricole serait le bénéficiaire principal de ces gains de terre et d'emplois. Ils passent de 470.000 ha à 1.000.000ha ha dans cette période ;

Deux millions d'hectares de parcours ont été sauvé de la désertification grâce aux mises en défens sur la steppe.

3- L'OLEICULTURE EN ALGERIE

L'Algérie, en tant que pays méditerranéen doté d'un climat favorable au développement de l'oléiculture, dispose aujourd'hui d'une filière oléicole qui exploite mal et insuffisamment ses potentialités.

Dans cette section qui s'intéresse à la filière oléicole algérienne, nous allons voir l'historique, le verger, le stockage et conditionnement, transformation, commercialisation, la recherche scientifique et les actions soutenus par le PNDAR.

⁸⁴ BOUKELLA Mourad; « Politiques agricoles, dépendance et sécurité alimentaire » ; FRIEDRICH EBERT STIFUNG ; Septembre 2008 ; page 11.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

3-1- L'HISTORIQUE DE LA FILIERE OLEICOLE EN ALGERIE⁸⁵

Après l'indépendance, l'organisation de la filière oléicole était sous la responsabilité de l'Office National de la Réforme Agraire (O.N.R.A) attribuée par le Ministère de l'Agriculture et de la Révolution Agraire (M.A.R.A). O.N.R.A avait pour rôle de remettre à niveau le secteur de l'Etat. En 1968, l'Union Régionale des Coopératives Oléicoles (U.R.C.O) a vu le jour, ayant pour rôle le contrôle des normes de qualité, la réglementation et l'orientation des politiques d'équipement et de production ainsi que la commercialisation de la production des coopératives.

Le secteur privé dans cette filière avait beaucoup limité l'activité de ces coopératives. L'Office National de la Production Oléicole (O.N.A.P.O) a vu le jour en 1969, car l'Etat avait comme objectif la maîtrise totale de la filière. Cet office, qui regroupait en son sein toutes les huileries et confiseries d'olives déclarées biens de l'Etat, avait pour activité la transformation, le conditionnement et la commercialisation des olives de table et de l'huile d'olive, et cela par l'acquisition de l'ensemble de la production d'olives du secteur socialiste agricole et éventuellement du secteur privé. Sauf que, l'Etat n'a pas pu réussir, en raison de la domination du secteur privé. L'office avait des soucis d'approvisionnement et d'accès à la matière première détenue en sa majorité par le secteur privé. L'échec de la politique de cet office a conduit à sa restructuration et à son remplacement par des Offices Régionaux des Produits Oléicoles (O.R.P.O). Mais la situation restera inchangée en raison de la non maîtrise de la filière.

En 1987 l'Etat se désengage de la filière vu son échec de son intervention directe, donnant ainsi l'autonomie de gestion aux exploitants des anciens DAS restructurés sous forme des E.A.I et des E.A.C. Quant aux O.R.P.O qui survivront jusqu'à 1998, ils seront restructurés pour donner naissance à la Société Oléicole Algérienne (S.A.O) qui est toujours en activité.

3-2- LE VERGER OLEICOLE NATIONAL

A ce niveau, nous allons voir la répartition géographique du vergé oléicole, les principales variétés d'olivier cultivées ; la superficie du verger oléicole ; la production ; le rendement ; la consommation et les échanges de l'Algérie avec le monde.

⁸⁵MEDJERAS Nabyl: " Impacts prévisibles de l'intégration de l'Algérie dans la zone de libre échange union-européenne/pays tiers méditerranéens sur la filière huile d'olive. Cas de la wilaya de Bouira (Sbdivision agricole de Haizer) ; ENSA d'El Harrach Alger ;2006 ; page36.

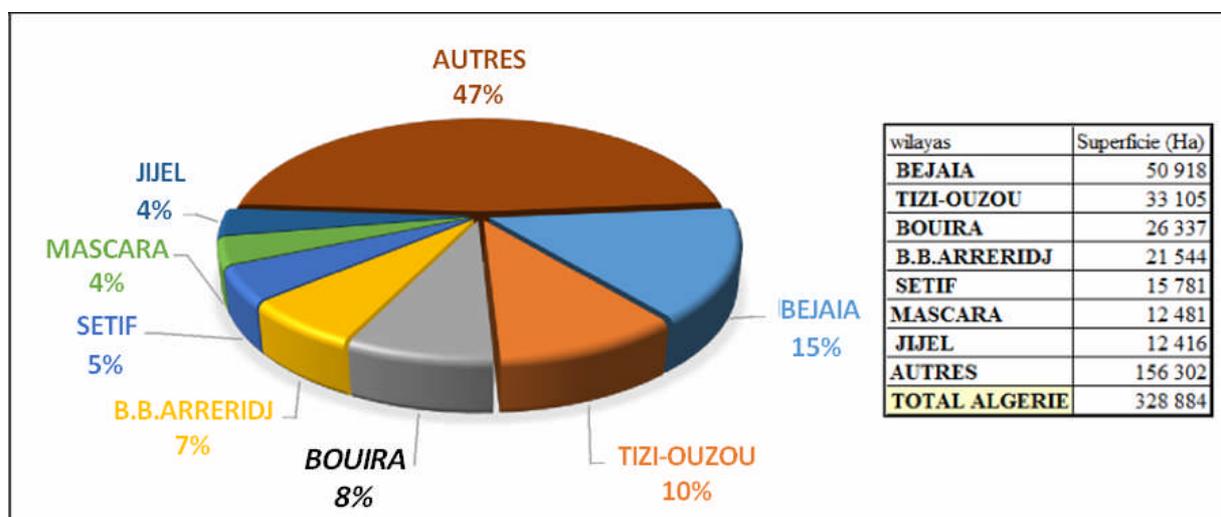
Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

3-2-1- Répartition géographique

En Algérie, 06 wilayas disposent de 60% de la superficie totale de l'olivier, trois wilayas de la région du centre (BOUIRA, TIZI-OUZOU et BEJAIA), trois de la région Est (B.B.ARRERIDJ, SETIF et JIJEL).

Dans le graphique suivant nous saurons la répartition des principales wilayas productrices de l'huile d'olive en Algérie :

Figure n° 06 : Répartition de la superficie de verger oléicole national par wilaya



Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgriccole d'El Harrache ; 2013 ; page 48.

3-2-2- Les principales variétés cultivées⁸⁶

Nous avons deux types, les variétés locales et étrangères.

3-2-2-1- Les variétés locales

- SIGOISEA : elle est dominante à l'Ouest du pays, en plus de « CORNICABRA » et « SERVILLANE », c'est une variété précoce, à deux fins, elle fournit la majeure partie de nos olives de conserve et présente un rendement en huile d'environ 18 %. Elle occupe autour de 80 % des plantations.

⁸⁶ DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgriccole d'El Harrache ; 2013 ; page 48

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

- CHEMLAL : nous rencontrons cette variété au Centre et l'Est du pays, elle représente environ 40 % des oliviers cultivés en Algérie. C'est une variété tardive, à huile avec un rendement de 14 %. Elle est autostérile, ce qui rend indispensable la présence d'un pollinisateur à proximité du verger pour assurer la pollinisation.
- AZERADJ : variété de saison qui résiste à la sécheresse, avec une productivité moyenne et alternante, elle est utilisée à doubles fins, son rendement en l'huile varie entre 24 et 28 % et la variété. C'est une variété rencontrée au niveau de la Soummam.
- BOUCHOUK : variété rustique de saison, elle est aussi à doubles aptitudes, elle présente un rendement en l'huile de 22 à 26 %. C'est une variété rencontrée au niveau de la Soummam.
- LIMLI : nous la rencontrerons beaucoup plus dans la région de Sidi- Aiche ; c'est une variété précoce peu tolérante au froid mais résistante à la sécheresse, elle est utilisée pour la production d'huile, son rendement en huile varie de 20 à 24 %.

Il existe d'autres variétés moins répandues telles que : AHAROUM, AYEM EL, Langue de Miliana et Ronde de Miliana.

3-2-2-2- Les variétés étrangères

- Manzanilla : Variété espagnole destinée à la conserverie, elle riche en huile.
- Frontoio : Variété italienne vigoureuse, très résistante au froid, présente une teneur en huile de l'ordre de 26%.
- Gordal : Variété espagnole, elle est réponde en Andalousie et dans la région de Séville, caractérisée par la grosseur de son fruit (12g).
- Lucques : D'origine française, elle est souvent associée à la Sigoise.

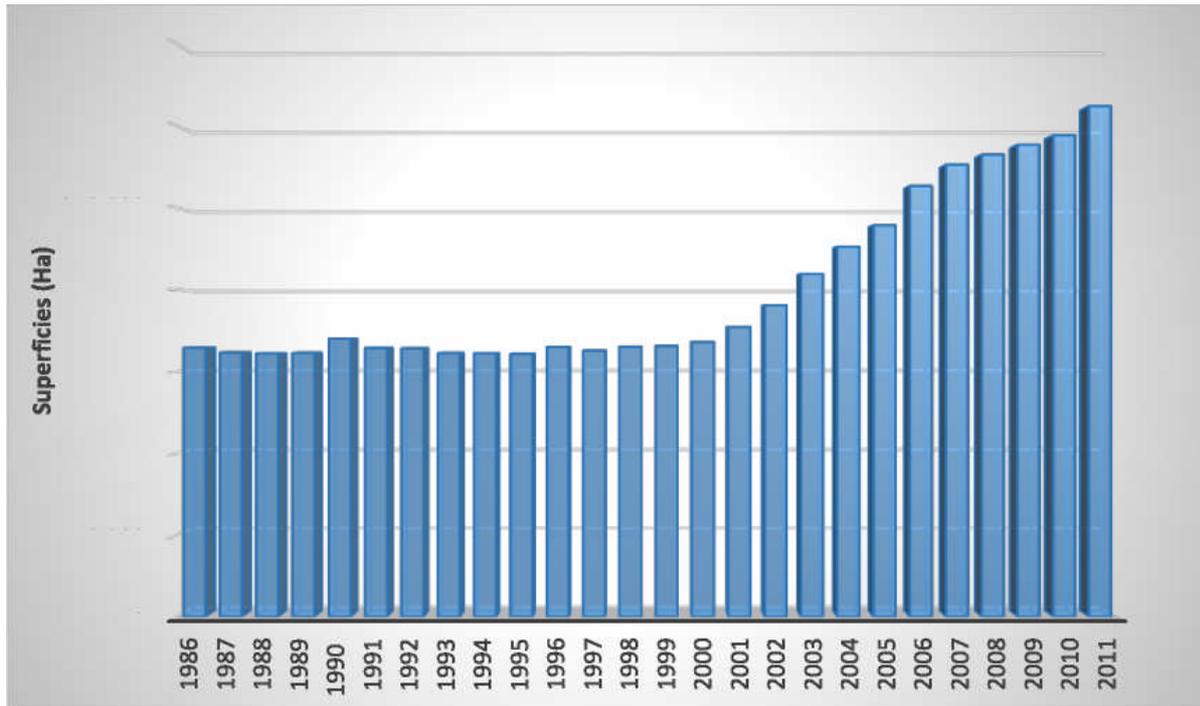
3-2-3- La superficie

La superficie totale du verger oléicole national s'élève à environ 328 884 ha pour plus de 42,5 millions d'arbres dont 26,5 millions sont en production ce qui représente environ 3,9 % de la surface agricole utile.

Le graphique suivant montre l'évolution des superficies du verger oléicole national durant ces dernières années.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Figure n° 07 : Evolution des superficies du verger oléicole national (1986-2012).



Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page 51.

Nous constatons une nette augmentation qui est expliquée par l'application du PNDA.

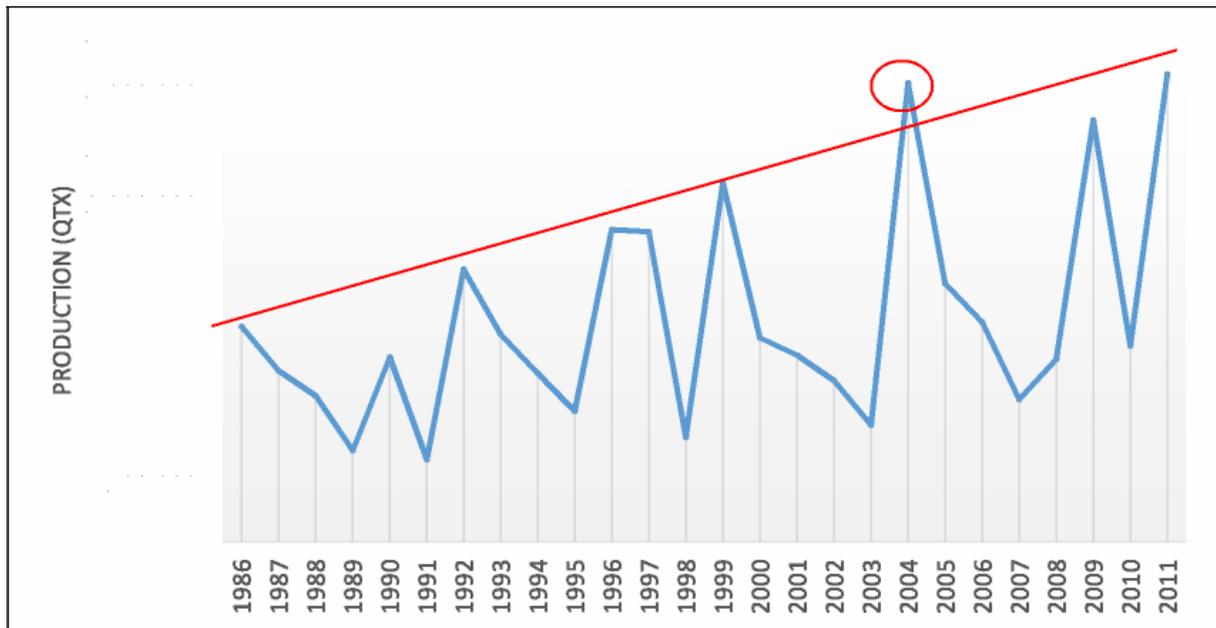
3-2-4- La production

Dans la figure qui suit, nous allons constater une nette augmentation est enregistrée en matière d'olive, malgré des alternances de production entre les années. Quant à l'huile d'olive, elle aussi elle enregistre une évolution positive, mais parfois elle aussi, est soumise au phénomène de fluctuations qui s'expliquent par :

- les conditions climatiques défavorables ;
- le phénomène de saisonnalité (l'alternance).

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Figure n° 08 : Evolution de la production nationale de l'olive à huile (1986-2011).

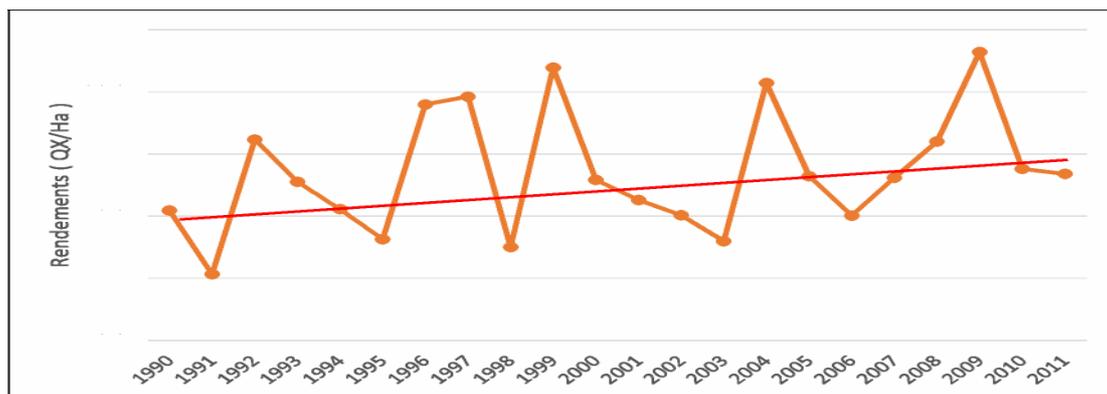


Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page 51.

3-2-5- Le rendement

La figure qui suit nous indique l'évolution du verger oléicole national.

Figure n° 09 : Evolution des rendements du verger oléicole national (1990-2011).



Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page 53.

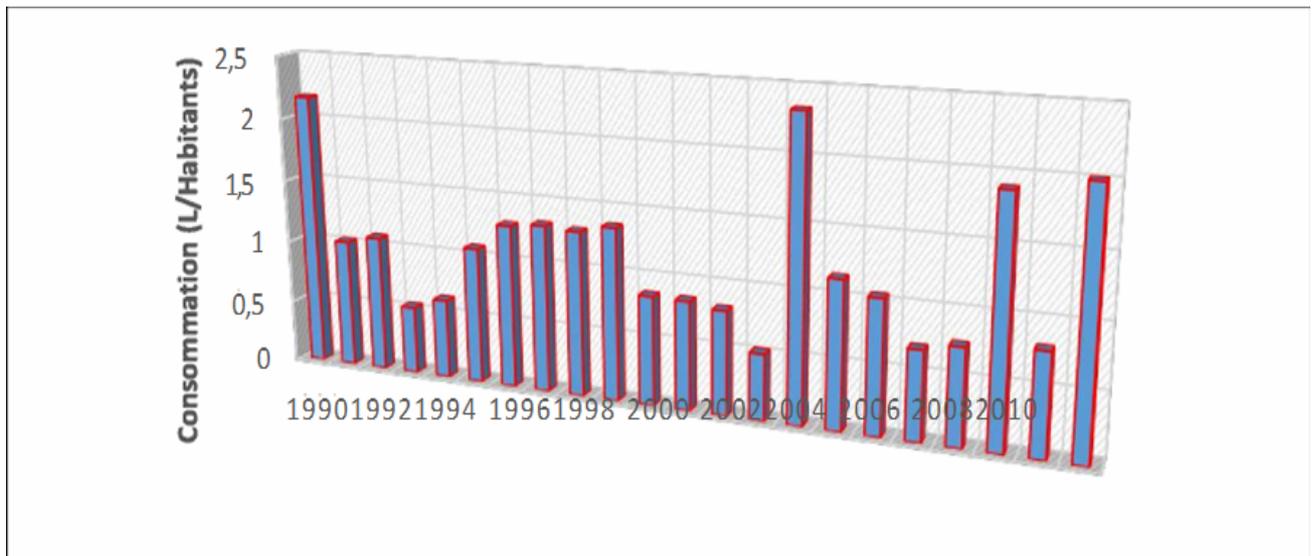
Nous constatons que le rendement suit le même sort que celui de la production, en effet, il est en constante évolution, tout en ayant des fluctuations.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

3-2-6- La consommation

Le graphique suivant montre la consommation de l'huile d'olive par habitant algérien durant la période (2001-2011).

Figure n° 10 : Evolution de la consommation de l'huile d'olive par habitants (1990-2011).



Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page 53.

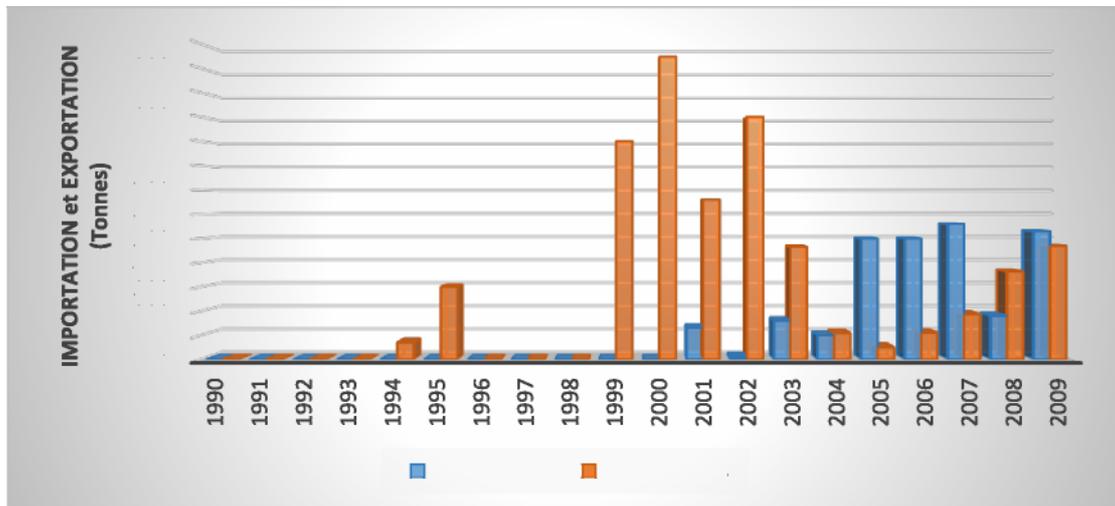
Nous constatons que la consommation suit la production et le rendement, en effet, elle dépend d'eux et du prix aussi.

3-2-7- Les échanges de l'Algérie avec le monde

Dans la figure qui suit nous remarquerons, que les importations l'emportent par rapport aux exportations.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Figure n° 11 : Evolution des importations et des exportations nationales de l'huile d'olive (1990-2009).



Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page 58.

3-3- STOCK ET CONDITIONNEMENT

Mise à part la Société Oléicole Algérienne faisant partie du secteur étatique et qui dispose d'une capacité de stockage minimale de l'ordre de 5000 tonnes, l'Algérie ne dispose pas d'organisme, ni de circuit de distribution des huiles d'olive, ni une transparence du marché de l'huile d'olive. Le secteur privé détient toute la part dans la production, la transformation et la vente.

3-4- TRANSFORMATION

Le parc huilerie national dispose de 1953 huileries, dont 408 huileries modernes. 248 huileries modernes ont été créées durant la période 2000-2012. Pour le conditionnement de l'olive de table, il est installé 153 confiseries dont 113 durant la période 2000-2012.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Tableau n°04 : Evolution de la composition de parc huilier national

Type d'huileries	1984		1995		2003		2012	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Traditionnelles	1503	95	1460	87	1449	85	1953	80
Modernes	74	5	125	13	256	15	408	20
Total	1577	100	1685	100	1705	100	1953	100
Conserveries	-	-	-	-	240	-	325	-

Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page 59.

Nous constatons une légère augmentation du parc huilerie en matière des huileries modernes, sauf qu'il reste insuffisant, car les huileries traditionnelles le couvre de 80%, à cet effet, l'huile d'olive nationale ne répond pas aux normes internationales.

3-5- COMMERCIALISATION

A l'heure actuelle, la commercialisation se fait par deux voies, celle de l'Etat (SOA) qui est négligeable du marché national et ne peut alimenter que quelques régions, et le privé qui représente la part du lion sur le marché et qui n'est soumis à aucun contrôle.

L'absence d'un marché organisé qu'il soit régional ou national, fait que dans les années de forte production oléicole, des quantités importantes d'huile d'olive sont stockées, ce qui augmente l'acidité de l'huile.

3-6- RECHERES SIENTIFIQUES

Plusieurs programmes de recherche sur l'olivier et l'huile d'olive lancés par des instituts en vue d'améliorer la productivité et la qualité de l'olivier et l'huile d'olive, à l'instar de l'ENSA d'El-Harrach-Alger, l'INRA, l'ITAFV, etc...

Les programmes de recherche portent essentiellement sur :

- L'amélioration du matériel végétal par la sélection de variétés qui donnent les meilleurs rendements du point de vue quantité et qualité ;

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

- L'amélioration des itinéraires techniques (Labour, taille, récolte...etc.) ;
- L'amélioration des conditions de stockage et de conditionnement des olives et des huiles,
- L'amélioration des techniques de trituration traditionnelles... etc ;
- Valorisation des produits de terroirs et protection de l'origine par les signes d'identification géographiques et les appellations d'origines.

3-7- ACTIONS SOUTENUES PAR LE PLAN NATIONAL DU DEVELOPPEMENT AGRICOLE (PNDA) ET LE PROJET D'UN MILLION D'HECTARES

Afin de promouvoir le secteur agricole en générale et l'oléiculture en particulier, l'Etat met en place des programmes et projets, dans le but de booster ce secteur.

3-7-1- Le plan national du développement agricole

La nécessité de redynamiser le secteur agricole en général et la filière oléicole en particulier, devenait un objectif majeur .Trois années de réflexion, de débats ont permis d'aboutir à la mise en place du plan national de développement de l'agriculture (PNDA) puis le PNDAR, qui a consacré la dimension rurale comme un élément incontournable et nécessaire à la réalisation du développement agricole fondé sur la réalisation de projets d'investissements :

- Economiquement rentables ;
- Socialement acceptables,
- Ecologiquement durables,
- L'objectif fondamental étant de garantir la sécurité alimentaire du pays.

➤ Réalisation de nouvelles plantations en masse

- Création de vergers en intensif en zones steppiques ou présahariennes : soutien de 60% plafonné à 40 000 DA/ha.
- Création de vergers en semi intensif en zones sublittoral soutien de 60% plafonné à 20 000 DA/ha.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

- Création de vergers en extensif en zones de montagnes humides et subhumides ou en hautes plaines : soutien de 60% plafonné à 10 000 DA/ha.

- Création de vergers en extensif en zones de montagnes semi-arides ou en hautes plaines : soutien de 60% plafonné à 9 000 DA/ha.

➤ **Valorisation des oléastres par greffage** : Soutien de 30%.

Acquisition de matériel et équipement de récolte des olives

- Appareil de récolte : soutien de 30% plafonné à 60 000 DA / appareil (2 appareils au maximum).

- Filet de récolte : soutien de 1 500 DA / filet, plafonné à 6 000 DA.

Valorisation de produits oléicoles

Acquisition d'équipement spécialisé : soutien de 30% plafonné à 4 millions DA.

- Huilerie : Agriculteur ou promoteur disposant d'un local d'une superficie de 350 m².

- Confiserie : disposant d'un local d'une superficie de 450 m².

Acquisition de chaîne de conditionnement : soutien de 30% plafonné à 1 millions DA.

Organisation d'oléiculteurs et / ou oléifacteurs (coopératives, groupement ...).

Modernisation des moyens de stockage :

- Une cuve en inox de 10 milles litres : soutien de 30% plafonné à 510 milles DA. (Forme individuelle) ;

- Deux cuves en inox de 2 milles litres : soutien de 30% plafonné à 480 milles DA. (Forme individuelle) ;

- Trois cuves en inox de 10 milles litres : soutien de 30% plafonné à 1,53 millions DA. (Forme collective).

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

3-7-2- Le projet d'un million d'hectares⁸⁷

En 2010, le ministère de l'Agriculture et du Développement rural, initie un mégaprojet appelé le million d'hectares d'oliveraies à planter à travers tout le pays, y compris les Hauts Plateaux et le Sahara. Et pour la réalisation, la supervision et le suivi de ce mégaprojet le ministère vient de créer le Comité national interprofessionnel oléiculture (CNIO). L'objectif recherché à travers ce mégaprojet est de donner un réel essor à cette filière sîed.

Akli Moussouni, désigné en 2010, président du Comité national interprofessionnel de la filière oléicole (CNIO), cet expert en oléiculture estime, que ce projet peut se concrétiser même au Sahara, contrairement à certains avis des experts qui trouvent que ce projet est utopique, autrement dit, irréalisable. En effet, l'olivier peut s'adapter à différentes altitudes et climats à titre d'exemple en Algarne (Portugal) 454 m, dans la Sierra Nevada (USA) 1370 m, dans les Iles Baléares (Atlantique) 700 m, à l'Etna (Italie) 650 m, à Chypre 800 m, à Grenade (Espagne) 1000 m et dans le Djurdjura) 1000 m et à El Oued en plein désert inhospitalier en Algérie. Quant au sol, l'olivier n'impose aucune préférence minéralogique et peut prospérer sur des terrains aussi variés.

⁸⁷ El watan économie ; « un projet d'un million d'hectares d'oliveraies » ; du 03 au 09 mai 2010 ; N° 242 ; Page 3.

Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie.

Conclusion chapitre

L'Algérie pays d'une superficie de 2.381.741 km², dispose de plusieurs reliefs, cela lui donne des avantages en matière de ressources naturelles.

Depuis la nuit des temps, l'agriculture était le domaine le plus important dans plusieurs civilisations. A l'arrivée des ottomans et de l'islam bien avant, a donné à l'agriculture un mode d'organisation en matière d'appropriation et d'exploitation. La France quant à elle, en 1830, et avec son accapatement de l'Algérie, elle émet plusieurs lois afin de pouvoir confisquer les terres agricoles. Après l'indépendance, plusieurs politiques sont apparues par le gouvernement pour développer ce secteur.

L'oléiculture, qui est une filière du secteur agricole, son histoire se confond avec l'histoire de l'apparition de l'Algérie. Plusieurs variétés existent, il y a celle relevant des variétés locales et d'autres étrangères, qui s'étale sur une superficie de 328.884 ha. La production et la consommation de l'huile d'olive, sont en constante évolution. Les échanges de l'Algérie avec le reste du monde s'accroissent aussi.

A travers le PNDAR (Plan National de Développement Agricole et Rurale) et le mégaprojet de « un million d'hectares » le gouvernement déploie plusieurs moyens afin de développer cette filière.

Dans le chapitre qui suit, nous allons nous focaliser sur la wilaya de Bouira, pour nous permettre de voir la réalité économique de cette filière.

Chapitre 03 :
Situation de
l'oléiculture à
Bouira

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Introduction du chapitre

Dans chaque pays du monde, l'Etat a recouru à un découpage administratif afin de pouvoir réaliser ses tâches de gouvernance ainsi que son autorité. Dans ce sens, chaque pays a adopté son propre découpage à l'instar de la France qui se base sur des départements ... ; l'Algérie quant à elle, elle se base sur la commune qui fait parti de la daïra et un groupement de cette dernière en compose une wilaya, par conséquent, l'Algérie dispose de 48 wilayas, 548 Daïras et 1548 communes.

Dans ce travail, nous allons nous intéresser à la dixième wilaya de l'Algérie qui est Bouira. Cette dernière est une véritable plaque tournante entre l'Est, l'Ouest, le nord et les hauts plateaux. La wilaya de Bouira a une position importante dans l'espace national. Située entre Alger et Constantine (deux pôles nationaux attractifs), c'est une région d'échange entre l'Est et l'Ouest, c'est aussi une région de transit entre le Nord et les hauts plateaux.

La wilaya de Bouira est une région à grandes potentialités naturelles et économiques, elle est connue pour sa vocation agricole, en effet, nous retrouvons en premier lieu la céréaliculture puis arboriculture dont l'olivier occupe la première place. Cependant, wilaya appartenant à la grande Kabylie, elle est réputée pour son huile d'olive de bonne qualité, au niveau du territoire nationale.

Dans ce chapitre, qui est organisé en trois sections, nous allons essayer d'analyser la situation de l'oléiculture à Bouira. En premier lieu, nous allons présenter cette wilaya, cela fera l'objet de la première section, la deuxième portera sur l'oléiculture dans cette wilaya. Quant à la dernière section du chapitre voir même de ce travail, intitulée « Analyse de la compétitivité de l'oléiculture à Bouira », nous allons essayer de voir si l'huile d'olive de Bouira est compétitive.

1- PRESENTATION DE LA VILLE DE BOUIRA

Dans cette présente section, nous nous efforcerons de donner les informations relatives à notre lieu d'études qui est Bouira. En premier lieu, nous vous présenterons l'origine, toponymie, l'historique et plusieurs d'autres secteurs de Bouira.

1-1 ORIGINES ET TOPONYMIE⁸⁸

Par faute de documents nous ne pouvons situer par exactitude les origines de la ville. D'après Ibn Khaldoun une grande partie de la population de la Kalaa des beni Hammad située à une vingtaine de kilomètres de M'sila, était originaire de Hamza. C'est Hammad Ben Bologhine, le fondateur de la Kalaa, qui les avait fait venir avec d'autres populations ramenées de M'sila et de l'Aures, pour participer à sa construction en l'an 1007.

La toponymie de Hamza a été attestée par des écrits, nous ne pouvons en donner la véritable signification, Ceci bien, que la tradition rapporte que Hamza serait le nom du fondateur (ou probablement du propriétaire) du marché autour duquel se sont greffés les *fondouks* dont quelques uns subsistent encore près de l'ancien marché, et qui auraient formé les premiers bâtiments de l'agglomération. Nous pouvons dire néanmoins que le toponyme « Hamza » est d'origine arabe, puisque dans la toponymie de souche arabe se sont les noms d'hommes qui prédominent : Béni ..., OuladSidi ..., etc.

Contrairement à la toponymie de souche amazigh qui, elle recèle des noms de reliefs : Adhrar ..., Aourir ,Thaourirt ..., Aguemmoun ..., Thauemount..., Ighil..., Thighilt... Thizi..., Agouni...etc. ». Ce qui porte à croire que le toponyme amazigh « Thoubirets » est le plus ancien et le véritable nom de la localité et sa signification sont à chercher donc dans le domaine de la terre et de l'agriculture. La tradition aussi va dans ce sens, puisque elle rapporte que « Thoubirets » est le diminutif et la forme féminine de « l'vour » qui signifie : terre en friche. Sachant l'intérêt que portent les Imazighen à la terre, cette dernière signification parait donc la plus plausible. Quant à ceux qui donnent la signification amazigh de (Bir yira : puit des Lions) au toponyme de souche française (Bouira), leur explication à notre sens ne peut tenir la route, puisque Bouira n'est que la forme francisée de l'authentique appellation : « Thoubirets ».

⁸⁸ Monographie de Bouira 2012.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Les berbères est le peuple autochtone de Bouira, ils occupaient les hauteurs et cela pour des raisons de sécurité d'ailleurs Ibn Khaldoun les rattache à Kotama l'une des deux branches de la grande tribu berbère Sanhadja, qui peuple le versant sud du Djurdjura, les Bibans et les Babors jusqu'à Jijel, et au sud jusqu'aux portes de Sétif.

1-2 Aperçu historique⁸⁹

Les romains ont du faire un chemin pour relier Alger, Constantine, Médéa et Tizi-Ouzou et donc Bouira était pour eux un passage obligatoire, à cette époque les romains occupaient la ville d'Auzia, Sour El Ghozlane actuellement, seulement la ville de Bouira n'intéressait pas les romains.

Plus tard, à l'époque ottomane, un Bordj a été implanté pour la collecte de l'impôt situé pas loin du souk et pour renforcer leur contrôle, actuellement appelé Draa El Bordj. Ainsi le bordj turc atteste de la présence turque à l'exemple d'Ain el Turc aussi.

La pénétration coloniale française a fait l'objet d'une très forte résistance de la part des habitants placés sous l'autorité de l'Emir Abdelkader, qui a notamment séjourné à Bordj Hamza en 1839 en compagnie de son adjoint Ahmed Ibn Salem Rebissi. C'est cette région qui a été le théâtre d'une défaite mémorable du duc d'Aumale et c'est d'elle également que se propagera, à partir de Sour El-Ghozlane (ex-Auzia), l'insurrection de Boubaghla (1851-1855). Sa population s'est trouvée ainsi engagée aux côtés d'El-Mokrani, tombé au Champ d'honneur à Soufiate, dans la Daïra d'Aïn Bessem.

En 1848, la France intègre l'Algérie, et le 28/09/1868 le Maréchal Mac Mahon créé Bouira et cela est rendue effective en 1873. Le fort a été transformé en fort militaire et le bordj en centre socio administratif.

Elevée au rang de Wilaya après le découpage administratif de 1974, elle faisait partie de la Wilaya de Tizi-Ouzou (Grande Kabylie) après l'indépendance jusqu'à cette date.

⁸⁹ Salhi el Haoues; Rouane Hakim : « Extension de la ville de Bouira » ; Université Mentouri de Constantine ; Faculté des Sciences de la Terre, De Géographie et de L'Aménagement Du Territoire ; 2008. Pages 29-32.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

1-3 APERCU GEOGRAPHIQUE ET CLIMATIQUE

Dans ce point nous allons nous focaliser sur la situation géographique de la région, le climat et le relief.

1-3-1 Situation géographique

Issue du découpage administratif du 2 juillet 1974 et suivant l'ordonnance N° 74/69 relative à la refonte de l'organisation territoriale des wilayas, la wilaya de Bouira se situe dans la région centre Nord du pays.

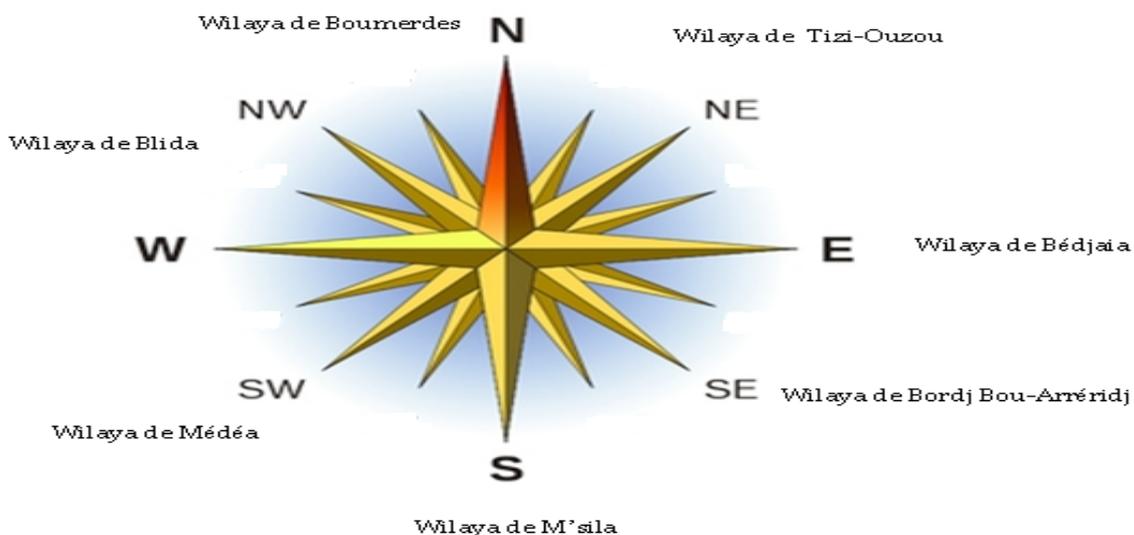
Elle a hérité d'une portion de territoire des wilayat limitrophes de Médéa et de Tizi-Ouzou. Elle se subdivise en 12 Daïras et 45 Communes.

La Daïra de Bouira est formée de trois communes : ville de Bouira, Ain El Türck et Ait Laaziz.

Elle couvre une superficie de 4454 Km² soit 0.19% du territoire national. En 1998 sa population était de 69 310 hab. elle estimée en de 2007 à 102 300hab. La densité moyenne est de 164 hab. /km².

Le schéma qui suit montre la position géographique de Bouira par rapport aux wilayas limitrophes à savoir : Boumerdes ; Tizi-Ouzou ; Bejaïa ; Bordj-Bou-Arréridj ; M'sila ; Médéa et Blida.

Figure n° 12 : La position géographique de Bouira par rapport aux wilayas limitrophes.



Source : Monographie de Bouira 2012. page 12.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

1-3-2 Le relief

Le territoire de la wilaya de Bouira se compose de 05 grands ensembles géographiques. La dépression centrale à fortes potentialités agricoles, la terminaison Orientale de l'Atlas Blidéen, le versant Sud du Djurdjura, la chaîne des Bibans et les hauts reliefs du Sud ; et la dépression Sud des Bibanique.

La wilaya de Bouira s'insère dans la grande chaîne montagneuse du Djurdjura d'une part et les monts de Dirat d'autres parts, avec cependant une ouverture Nord-Est sur la Vallée de la Soummam.

1-3-3 Le climat ⁹⁰

En raison de sa position géographique la ville de Bouira possède un climat semi-aride frais : chaud en été et froid en hiver.

a. Les Précipitations

La Wilaya de Bouira se caractérise par une pluviométrie favorable notamment dans la partie Nord (Atlas Blidéen et versant Sud du Djurdjura) et sur une assez importante partie de la chaîne des Bibans où elle moyenne est de 550 mm/an au nord et de 400 mm/an dans la partie sud.

Sur les sommets du Djurdjura, les précipitations peuvent dépasser les 1000 mm/an.

Dans la dépression centrale, les précipitations varient entre 400 et 600 mm/an. Les plus faibles volumes sont enregistrés dans la dépression Sud Bibanique, où elles n'atteignent parfois que 200 mm à 300 mm/an (Sud de la Wilaya).

b. Les Températures

La wilaya présente un hiver rigoureux et un été chaud, avec des amplitudes annuelles fortes, atteignant respectivement varient entre 35,0 et 44,2 °C de mai à septembre et de max 17,6 à 26,5 °C et min 1,49 à 3,6 °C de janvier à mars.

Les températures moyennes mensuelles relevées au titre de l'année 2012, par certaines stations de la Wilaya sont :

⁹⁰ Monographie de Bouira 2012.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

- 4,8°C à 30,2°C à la station de Bouira.
- 8,5°C à 28,1°C à la station de M'chedellah
- 16°C à 25°C à la station d'El-Esnam.
- A Ain Bessam, la température moyenne annuelle enregistrée est de 16,7°C.

La wilaya de Bouira renferme d'importantes ressources en eau dont l'utilisation est loin d'atteindre son optimum. Elle est traversée par des bassins versants importants dont l'apport moyen annuel est de l'ordre de 561 millions de m³ constitué par :

- Bassin versant Isser : 135 millions de m³/an.
- Bassin versant Sahel Soummam : 380 millions m³/an
- Bassin versant du Hodna : 35 millions m³/an
- Bassin versant humus : 11 millions m³/an

c. Les vents

Les vents d'Est et d'Ouest prédominent et présentent des vitesses peu importantes. Les vitesses moyennes annuelles enregistrées aux stations de Bouira et Ain-Bessem sont respectivement : de 5,0 m/s et 3,2 m/s. Concernant le Sirroco, il souffle en moyenne 25 jours par an (surtout Juillet et Août).

d. La neige

Elle se trouve surtout dans la région de Djurdjura, et à un degré moindre dans celle de Dirah.

e. La grêle

La grêle atteint son maximum dans les périodes allant de Décembre à Mars, la moyenne annuelle du nombre de jours de grêle est de 3,5 jours au niveau de Lakhdaria et de 2 à 3 jours au niveau de Sour-El-Ghozlane.

f. La gelée blanche

La moyenne annuelle des gelées est de 19,6 jours/an, les gelées blanches sont fréquentées durant les périodes allant de Novembre à Avril.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

g. Les sols

Les sols sont à prédominance calcaire dans les zones montagneuses, et variés dans les plaines. On rencontre des sols alluviaux, ainsi que de bonnes terres de texture moyenne.

La structure géographique indique une région de formation récente où les séismes sont possibles.

h. La végétation

En fonction du relief et du climat, la végétation est steppique au Sud du Djebel Dirah, forestière dans la région qui s'étend du Nord-Est au Nord- Ouest: Tikjda (Pin d'Alep, Sapin, Chêne liège), Haizer, Ait-Laaziz, Aomar, Begasse (Chêne liège) Bouzegza, Maala, Guerrouma, Serou, Ksenna, Ahl El-Ksar, Bordj-Okhriss, et à prédominance céréalière et fruitière à l'ouest (plaine des Arribs), au centre (Zone de Bouira), au Sud-Est (Sour-El-Ghozlane, Oued-Djenane). On rencontre de vastes oliveraies pratiquement sur toutes les hauteurs du Nord et particulièrement à M'chedallah, et des cultures maraîchères dans la plaine des Issers notamment .

i. Aperçu hydrogéologique ⁹¹

Les ressources hydriques prouvées s'élèvent à 235,4 Hm³ soient 35,5 Hm³ en eaux souterraines et 199,9 Hm³ en eaux superficielles.

Les eaux superficielles, sont mobilisées par les ouvrages suivants :

- Barrage Telisdit (Bechloul) avec une capacité de 167 Hm³.
- Barrage d'Oued Lakhel (Ain Bessem) avec une capacité de 30 Hm³.
- Barrage de Koudiet Acerdoune (Maâla) pour une capacité de 640 Hm³.

Et plus de 25 retenues collinaires (2,9 Hm³).

⁹¹ DJEKBOUB Mohammed Bourhane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ; page 68.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

1-4 RESEAUX DE COMMUNICATION

Les infrastructures de base (routes ; autoroute) ont un poids non négligeable dans le développement de la ville, d'ailleurs, plus une région est reliée avec les villes limitrophes plus cette dernière est dite attractive.

Réseaux de communication existant

La ville de Bouira est traversée par de grands axes de transports induits par les besoins socio-économiques du pays. Les supports physiques de ces échanges sont constitués par :

- L'infrastructure routière
- L'infrastructure ferroviaire

- **Le Réseau Routier**

En plus du rôle de la jonction et de la desserte entre les différentes parties de la trame urbaine, les infrastructures jouent un rôle intensifient dans les transactions socio-économiques.

Le maillage du réseau routier de la wilaya de Bouira s'étale sur

- Routes Nationales : 456,58 km
- Chemins de Wilaya : 699,051 km
- Chemins Communaux : 1 807,443 km

L'essentiel du réseau est constitué de route nationales qui représentant 41.57 % du réseau total de la wilaya.

La situation géographique de la wilaya de Bouira lui confère une position de carrefour et du centre de transit. Elle reliée aux wilayas limitrophes par les routes suivantes :

-Tizi-ouzou : RN25, RN30, RN15, RN33

-Sétif et Bejaia : RN05, RN15, RN26

-Bordj bou arreridj : RN05, CW20

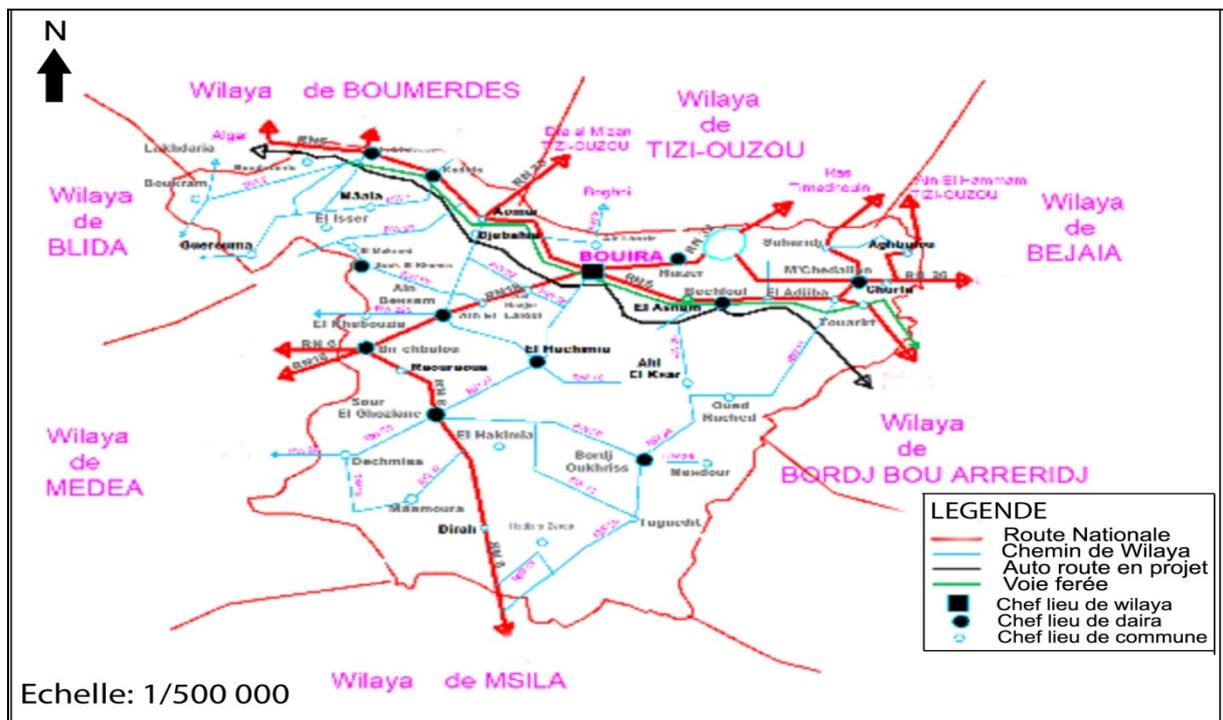
Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

-M'sila : RN08, CW24

-Médéa : RN18, RN08

-Alger et Boumerdes : RN05

Figure n° 13 : Réseau routier de la wilaya de Bouira



Source : Salhi el Haoues; Rouane Hakim : « Extension de la ville de Bouira » ; Université Mentouri de Constantine ; Faculté des Sciences de la Terre, De Géographie et de L'Aménagement Du Territoire ; 2008. Pages 90.

• Le réseau ferroviaire

Il est incontestable que les chemins de fer subissent une concurrence grandissante de la part des transporteurs routiers. L'avantage qu'offrent les transports routiers c'est de pouvoir servir les utilisateurs de porte à porte est déterminant et irremplaçable.

De même, la politique de décentralisation des pôles d'activités renforce cette qualité. Pour ces diverses raisons, le réseau ferroviaire de la région ne peut donner les mêmes satisfactions que le routier.

Actuellement, seule une voie ferrée reliant Alger à l'Est du pays (Bejaia - Annaba) passe par Bouira. Celle-ci passe à l'intérieur de la ville, à la limite de l'ancien tissu colonial du côté Ouest et parcourt la commune parallèlement à la RN° :05

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

1-5 SANTE

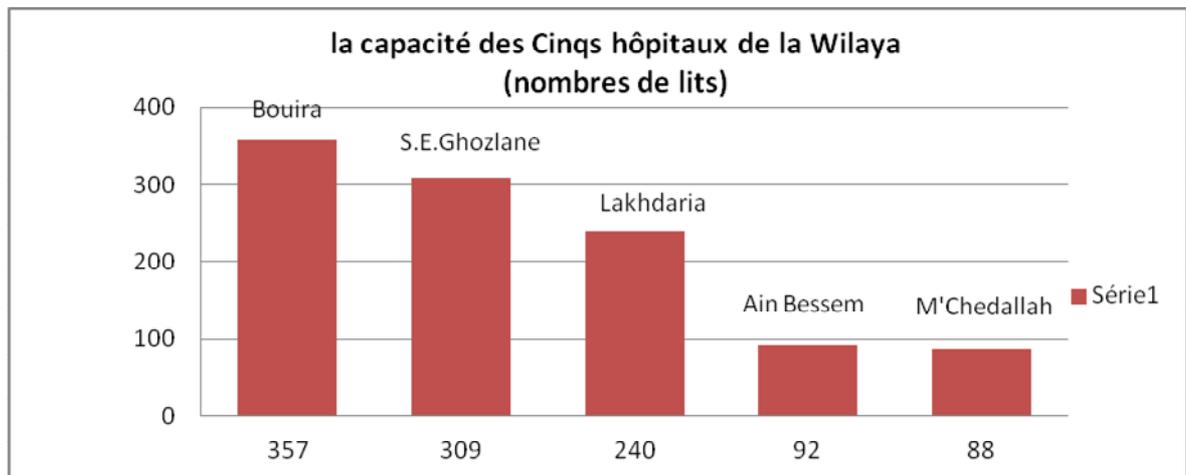
En matière d'infrastructures sanitaires la wilaya dispose de :

- ✓ 05 hôpitaux ;
- ✓ 33 polycliniques ;
- ✓ 131 salles de soin ;
- ✓ 12 maternités ;
- ✓ 67 UDS (unités de dépistage et de soins) ;
- ✓ laboratoires d'analyses médicales; 25 + 04 secteur prive ;
- ✓ 4 CMS (centres médico-sociaux).

Le nombre de médecins généralistes est de l'ordre de 496 quand à celui des spécialistes il est de 264. Bouira dispose de 191 chirurgiens dentistes et de 159 pharmaciens.

Le schéma qui suit présente la capacité des hôpitaux de la wilaya :

Figure n° 14 : La capacité des hôpitaux de la wilaya Bouira.



Source : annuaire statistique 2013 de la wilaya de Bouira.

1-6 EDUCATION

La wilaya dispose de 517 établissements primaires, 118 établissements moyens et 46 lycées. L'enseignement primaire enregistre 62698 d'effectifs dont 30427 filles ce qui fait 48%. Quand au moyen 51667 élèves se sont inscrit pour l'année 2012/2013 dont 24517 sont des filles ce qui fait un pourcentage de 47 %. L'année 2012/2013 enregistre 31882 d'élèves en secondaire pour un pourcentage de 59 % des filles ce qui fait un chiffre de 18686.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

1-7 FORMATION PROFESSIONNELLE

La wilaya de Bouira dispose de 16 centres de formation avec une capacité de 4100 places et de 11 annexes avec une capacité de 1100 places. Les instituts sont de l'ordre de 03 (Bouira ; Sour el ghozlane et lakhdaria) avec une capacité d'accueil de 1000 places.

1-8 ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

L'université AKLI Mohand Oulhadj de Bouira est nommée par le décret exécutif n° 12-241 du 04 Juin 2012. Avant cette date et en 2001/2002, l'université était considérée comme une annexe à l'Université de M'hamed BOUGUERRA. En 2005, l'annexe devient un centre universitaire. Actuellement, l'université contient environ 16000 étudiants, distribués sur 13 domaines, 21 filières, 76 spécialités.⁹²

Tableau n° 05 : Infrastructures de l'université de Bouira.

Infrastructures	Nombre	Capacité totale (places)
Salle de conférences (auditorium)	01	800
Amphithéâtre	11	3160
Salle de Cours / Travaux Dirigés.	112	4040
Laboratoires	21	912
Salle internet	11	197
Salle audio-visuelle	01	25
Grande salle	06	480
Bibliothèque	09	1154
Médiathèque	01	05
Total	173	10763

Source : annuaire statistique de Bouira page 139.

L'encadrement permanent est réparti en :

- ✓ Professeurs d'enseignement supérieur : 08
- ✓ Maîtres de conférence (catégorie A) : 19
- ✓ Maîtres de conférence (catégorie B) : 22
- ✓ Maîtres assistants (catégorie A) : 207

92 ABDEDU Ahmed et FOUCANE Mustapha : « La gestion de carrière de l'enseignant au sein de l'enseignement supérieur (Université de Bouira) » ; INSEP KEBBABI MOHAMED OUALLI Bouira ; 2014. page 46et page 47.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

✓ Maîtres assistants (catégorie B)	: 175
Total	: 431

1-9 AGRICULTURE

Bouira dispose 70 652 ha de zones montagneuses et 133 710 ha zone de plaine quant aux zones agro-pastorales elles sont de l'ordre de 89 183 ha.

Nous verrons plus de détails concernant l'agriculture dans la wilaya de Bouira dans la section qui suit.

1-10 INDUSTRIE

La wilaya de Bouira dispose de :

- **Zones d'activités** : Il y a 12 zones d'activité existantes

Réhabilitation des zones d'activités :

La Wilaya de Bouira à bénéficier du programme de réhabilitation de quatre (04) zones d'activités : Bouira D1, Taghzout , Aomar et Lakhdaria

- **Zones Industrielles** :

Il existe deux (02) zones industrielles

- a. Zone Industrielle de Sidi Khaled, Commune de Oued El Berdi , Daira d'El Hachimia avec une superficie de 225 HA
- b. Une nouvelle Zone : C'est l'extension de la zone industrielle de Sidi Khaled avec une superficie de 193 HA et elle est en phase d'étude.

- **Le champ pétrolier de Guetrani commune de DIRAH**

Le plus ancien champ pétrolier de Guetrani, commune de Dirah, mis en service en 1948, sera mis en exploitation. L'annonce a été faite par Chakib Khelil, ancien ministre de l'Énergie et des Mines, lors de sa visite dans la wilaya de Bouira.

Ce champ pétrolier réalisé 180 puits entre l'année 1949 – 1956, et 15 puits en exploitation, chaque puits avec une moyenne de 500 m à profondeur et la production est estimée entre 600 – 650 l/j ($0,6 \text{ m}^3 / \text{j}$) pour chaque puits avec une qualité mensuelle de la production de brut extraite $300 \text{ m}^3 / \text{mois}$

Le pétrole brut est acheminé vers la station de Dirah par camion citerne qui fait une rotation chaque 03 jour pour le livrer à la station de la Sonatrach Béjaia pour un éventuel traitement.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

1-11 STOCKAGE ET DISTRIBUTION

Répartition des inscriptions au registre de commerce selon le statut

- Personnes morales : 1 576
- Personnes physiques : 26 681

Les inscriptions au registre de commerce par branches d'activité se répartissent comme suit :

- ✓ Services : 11 773
- ✓ Commerce de détail : 10 920
- ✓ Production industrielle : 4618
- ✓ Commerce de gros : 716
- ✓ Import export : 201
- ✓ Production artisanale : 29

Tableau n° 06 : Stockage Sous-Froid :

Le nombre d'entrepôts à Bouira est de 46 tant dis que leur capacité de stockage est de 33164 m³. C'est ce que le tableau suivant indique :

Daira	Nombre d'entrepôts	Capacité de stockage (m ³)
Bouira	09	7268
Haizer	02	1155
Bechloul	11	3350
M'chedellah	08	3060
Sour El Ghozlane	02	1000
Ain Bessem	10	14124
El Hachimia	02	3000
Bir Ghablou	02	207
Total	46	33164

Source : annuaire statistique de Bouira page 102.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

1-12 CULTURE ET CULTE

a. Culture

Le secteur de la culture au niveau de la wilaya de Bouira a connu un grand manque d'infrastructures qui ne dépassait pas de deux bibliothèques municipales une à Bouira et une autre à Ain Bessem, mais le programme initié par le président de la république ABDELAZIZ BOUTEFLIKA la Wilaya a bénéficié d'un programme riche en infrastructure culturel à savoir maison de cultures «annexe d'une bibliothèque national, théâtre de verdure en plus de 54 projets entre bibliothèques communales et salles de lecture ainsi que la rénovation de 03 salles des fêtes.

La Wilaya de Bouira a donné naissance à des fils, ils sont devenus des scientifiques et des personnalités éminentes, qui ont contribué une contribution efficace à la circulation des scientifiques, intellectuels et culturels, y compris des scientifiques dans la commune de M'chedallah:

- Abou El-Fadl Mohamed El M'chedalli;
- Abi El-Hasan M'chedalli;
- Mohamed bin Hamed El Sanhadji;
- Amran Bin Moussa El M'chedalli;
- Khair El-Din Faraj ben Rabiaa ben Moussa;
- Abou Mansur bin Ahmad bin Abd El Hak El M'chedalli;
- Nasir al-Din El M'chedalli;
- Mohamed ben Abi kasam El M'chedalli;
- Chiban Abd Mohammed El Bashir, frère de cheikh Abd El Rahman.

Il ya aussi d'autres personnalités dans divers domaines, qu'ils soient techniques ou scientifiques et des martyrs Kdalk au nom de cette chère patrie, et parmi ceux-ci sont :

- Martyr pour le bien de ce pays ouest-Bahi Qamrawi des héros et les fils de l'Algérie concernant le mandat de Bouira.
- Martyr Si Lakhdar il est les fils de l'Algérie concernant le mandat de Bouira.
- Peintre et créateur Mekdad Miloud.
- Représentant de Madani Meslam
- Le chanteur pop-Hashimi Karoabi

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Et d'autres grandes figures dans tous les domaines, qui se vante de leur Bouira particulier et l'Algérie en général.

b. Culte

• Infrastructures existantes:

- Mosquées.....: 310
- Zaouïas.....: 09
- Associations religieuses... ..: 431

• Les effectifs:

- Élèves de Zaouïas.....: 177
- Imams professeurs.....: 46
- Imams moudares.....: 88
- Imams moualems.....: 96
- Maîtres coraniques.....: 108
- Mouadhane.....: 61
- Quayems.....: 100

Dans la Wilaya de Bouira, on enregistre en moyenne une mosquée pour 2 433 habitants. Les ratios les plus importants sont constatés respectivement dans les communes suivantes:

- Bouira : 01 mosquée pour 11 128 habitants
- Lakhdaria : 01 mosquée pour 5 403 habitants
- Ain Bessem : 01 mosquée pour 3 255 habitants
- Kadiria : 01 mosquée pour 2 374 habitants
- Dirah : 01 mosquée pour 943 habitants
- Guerrouma : 01 mosquée pour 777 habitants

Au niveau du chef lieu de Wilaya, on enregistre une mosquée pour 8 530 Habitants. Il est à signaler par ailleurs que 120 mosquées sont en cours de réalisation dont 18 mosquées avec logements de fonctions et classes coraniques, financés sur le budget d'équipement de l'Etat.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

1-13 TOURISME

Le tableau n° 07 nous indique les différents sites touristiques de la wilaya.

Tableau n° 07 : Sites touristiques de la wilaya.

Communes	Lieux	Types de sites
El Esnam	Tikjda	climatique
El Esnam – Bechloul - El Adjiba Saharidj – Taghzout – Aghbalou – Haizer	Le parc national du Djurdjura	climatique
Aghbalou	Ain Zebda	climatique
Saharidj	Tala Rana	climatique
Saharidj	Tizi N'koulal	climatique
Sour El Ghozlane	Djbel Dirah	climatique
Bouira	Foret Erriche	forestier
El Hachimia	Foret et Hammam Ksana	Forestier et thermale
Bordj Okhris	Djbel Maghnine	climatique

Source : annuaire statistique de la wilaya de Bouira page 89.

Le tableau suivant nous indique sur les infrastructures hôtelières existantes dans la wilaya.

Tableau n° 08 : Infrastructures hôtelières

Désignation de l'hôtel	Localisation (commune)	Nature juridique (Public ou Prive)	Type	Capacité en Lits	Classement
Royal	Bouira	Prive	Hotel Urbain	90	Deux Etoiles
Sofy	Bouira	Prive	Hotel Urbain	120	Une Etoile
TOTAL	210				

Source : annuaire statistique de la wilaya de Bouira page 90.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Tableau n° 09 : Agences touristiques et de voyages.

Dénomination	Localisation (communes)	Nature de l'Activité
Najah travel agency	Bouira	Hadj, Omra, Reservation, Voyages Organisés
Mam Tours	Bouira	Colonies de vacances, Reservation ,Voyages Organisés,
La Decouverte	Bouira	Camping, Reservation, Voyages Organisés
Assamar Tours	Bouira	Camping, Reservation, Voyages Organisés
El Wafi Tours	Bouira	Nouvelle Agence (lancement)
El Fallah Tours	Lakhdaria	Nouvelle Agence (lancement)
Meriem Dial Tours	Lakhdaria	Nouvelle Agence (lancement)
Total	7	

Source : annuaire statistique de la wilaya de Bouira page 92.

Ainsi Bouira dispose de plusieurs sites touristiques de type climatique ; thermale et forestier. La wilaya enregistre 02 hôtels classés et d'autres non classés ils sont de l'ordre de trois : toumi ; Nedjema et le centre nationale des sports et des loisirs. Les agences de voyage et du tourisme sont de l'ordre de 07.

Tableau n° 10 : Les projets d'investissement touristique.

DESIGNATION	COMMUNE	AVANCEMENT DES TRAVAUX EN %
Mekdough Khaled	Bouira	85 %
Boulil Mouloud	EL Esnam	95%
Douadji Rabia	Ain Laloui	90%
Oulmass Said	Bouira	40%
Abrouss El Mahdi	Bouira	35%
Daradji Rabah	Bouira	77%
Ammouche Achour	Bechloul	100%
EURL SPICA (LA CADAT)	Bouira	76%
EURL SPICA	Bouira	35%

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

(GUAMRAOUI)		
Gualoul Hayet	Bouira	85%
SARL FRAKSEN	EL Hachimia	95% (la première tranche)
TOTAL	TAUX MOYEN D'AVANCEMENT : 73,90%	

Source : annuaire statistique de la wilaya de Bouira page 91.

Tableau n° 11 : Zones d'expansion de sites touristiques(ZEST)

Zones d'expansion de sites touristiques(ZEST)	Localisation (lieux et communes)	Superficie totale(HA)
Erriche	Bouira	110
Tikjda	El Asnam	70
Hamman K'sana	El Hachimia	100
Tala Rana	Saharidj	10
Total	4	290

Source : annuaire statistique de la wilaya de Bouira page 91.

Bouira dispose de plusieurs atouts et potentialités car elle se caractérise par une position géographique et un climat très favorable, elle englobe une population jeune, elle dispose aussi d'un potentiel foncier très fort du fait de son étendu ainsi sa lui permet une extension urbaine.

Un vieil adage des économistes disait que le développement vient par la route. En effet, Bouira dispose aussi d'un réseau de communication élevé est dense vu sa localisation géographique (auto route Est-Ouest ; route nationale, voie ferroviaire), elle a tous les équipements nécessaires (sanitaire, éducatif, sportif, administratif, ...) elle englobe des zone d'activités.

Ces atouts offrent du potentiel à la wilaya :

- Proximité de la capitale ;
- Dessertes routières et ferroviaire de première qualité ;
- Terrain plat propice aux installations ;
- Des terres agricoles à mettre encore en valeur.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Dans la section prochaine nous étudierons le secteur agricole dans cette wilaya.

2- LE SECTEUR OLEICOLE DANS LA WILAYA DE BOUIRA.

Dans cette section, nous allons tout d'abord avoir un aperçu général sur le secteur agricole dans la zone d'étude (Wilaya de Bouira) ; puis nous allons étudier le secteur oléicole dans cette même région.

2-1 LE SECTEUR AGRICOLE DANS LA WILAYA DE BOUIRA

Dans ce titre nous évoquerons la superficie agricole totale et la superficie utile de cette wilaya et enfin les principales productions.

2-1-1 Superficie agricole totale (SAT)

La superficie totale de la wilaya de Bouira est de 445 626 ha dont 293 545 ha de surface agricole totale, ce qui fait 66% et 42.6% représente la superficie agricole utile (SAU).⁹³

Les terres agricoles totales (SAT) de la wilaya de Bouira sont réparties comme le montre le tableau suivant :

Tableau n° 12 : Répartition générale des terres agricoles, (SAT)

Désignation	Superficie (ha)	% de la SAT
Total SAU	189 960	64,7
Packages & parcours	76 686	26,1
Terres improductives	26 899	9,2
Total SAT	293 545	100

Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Valorisation des produits agricoles de terroir, cas de l'huile d'olive de la région de M'chedallah wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013

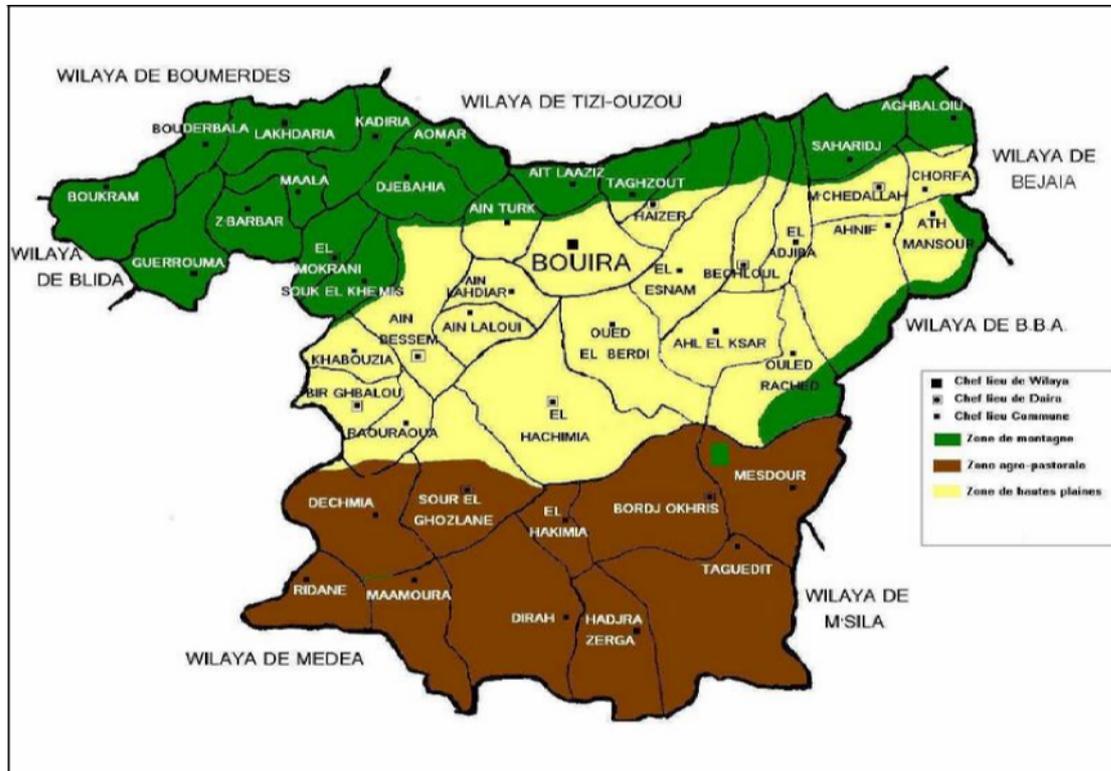
A partir du tableau ci-dessus, nous constatons que la SAU représente 64,7% de la SAT, à cet effet, la wilaya de Bouira est à vocation agricole.

⁹³CHIBANE Maamar : «Possibilités d'exportation de l'huile d'olive vierge. Cas de M'Chedallah (wilaya de Bouira) » ; Ecole Nationale Supérieure Agronomique El Harrach Alger ; 2012. page 43.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Le graphique suivant présente la carte de la répartition des terres de la wilaya de Bouira.⁹⁴

Figure n° 15 : Répartition générale des terres de la wilaya de Bouira



Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Valorisation des produits agricoles de terroir, cas de l'huile d'olive de la région de M'chedallah wilaya de Bouira » ; ENSAgriccole d'El Harrache ; 2013 ; page 80.

D'après cette carte, on constate que la wilaya de Bouira est divisée comme suit :

- > 1/3 de la superficie totale est une zone de montagne.
- > 1/3 est une zone des hautes plaines.
- > 1/3 est une zone agro-pastorale

⁹⁴ DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Valorisation des produits agricoles de terroir, cas de l'huile d'olive de la région de M'chedallah wilaya de Bouira » ; ENSAgriccole d'El Harrache ; 2013. page 80.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

2-1-2 Superficie agricole utile (SAU)

Le tableau suivant nous indiquera sur la superficie agricole utile (SAU).

Tableau n° 13 : Répartition de la SAU de la wilaya de Bouira

Désignation	Superficie (ha)	% de la SAU
Cultures herbacées	100257	52.8
Terres au repos	56148	29.6
Plantes fruitières	33444	17.6
Vigne	111	0,1
SAU	189 960	100

Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Valorisation des produits agricoles de terroir, cas de l'huile d'olive de la région de M'chedallah wilaya de Bouira » ; ENSAgriccole d'El Harrache ; 2013

Nous constatons donc que 52.8 % de la SAU est destinée aux cultures herbacées ; quant aux terres en repos elles sont d'ordre de 29.6 % de la SAU ; les plantes fruitières qui sont à la quatrième place sont de l'ordre de 33444 ha se qui équivaut a 17.6% de la SAU; s'agissant de la vigne elle occupe la dernière place avec 0.1% ce qui fait 111 ha de la SAU.

2-1-3 Les principales productions

Nous allons voir les principales productions à savoir la production végétale et animale.

a. La production végétale

Dans le tableau qui suit, nous allons remarquer que la céréaliculture occupe la première place dans la production végétales de la wilaya en matière de superficie récoltée avec un rendement de 24.6 Qx/ha ; quant à l'arboriculture elle occupe la deuxième place avec un rendement de 16.62Qx/ha ; la production du fourrage est de 331 716 Qx, ce qui fait un rendement de 40.75 Qx/ha et elle occupe la troisième place en ce qui concerne la superficie récoltée; le maraichage quant à lui malgré qu'il occupe la quatrième place concernant la superficie récoltée sauf qu'il occupe la première place en matière de rendement avec 277.1Qx/ha ; en dernière place nous avons les légumes secs, leur superficie récoltée est de 1365 Ha et un rendement le plus faible qui est de l'ordre de 11.6Qx/ha.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Tableau n° 14 : les principales productions végétales de la wilaya de Bouira.

Produit	Surface récoltée	Production (qx)	Rendement (qx/ha)
Céréales	79 351	1 951 285	24.6
Arboriculture	33 444	495 395	16.62
Fourrage	10 167	331 716	40.75
Maraichage	9 374	2 601 082	277.1
Légumes secs	1 365	15 768	11.6

Source : DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Valorisation des produits agricoles de terroir, cas de l'huile d'olive de la région de M'chedallah wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013

b. La production animale

Dans le tableau qui suit nous constatons que l'élevage ovin (250000 têtes) est plus important que le bovin (74000 avec 44000 de vaches laitière) avec une production de 103262 tonnes de viandes rouges ; quant au secteur avicole qui est beaucoup plus important que les deux premiers avec 2000000 têtes et une production de viande de 331489 tonnes.

Tableau n° 15 : répartition des effectifs et production de viande pour l'année (2012/2013)

	Nombre (1000 têtes)	Production de viande (tonne)
Bovin	74 (VL 44)	103262
Ovin	250(brebis 28)	
Avicole	2000	331489

Source : DSA de Bouira, 2014

2-2 LE SECTEUR OLEICOLE A BOUIRA

La wilaya de Bouira occupe la 5^{ème} place au niveau national dans la production de l'huile d'olive pour l'année 2013. Cette wilaya est à prédominance oléicole dans le secteur arboriculture avec 34244 Ha et 21 383 ha en rapport.

Dans ce qui suit, nous allons voir un tableau récapitulatif des bilans oléicoles présentés par la Direction des Services Agricoles (DSA) sur une décennie :

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Tableau n° 16 : bilans oléicoles de Bouira de 2004 à 2013.

Année	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Superficie Totale	18854	18835	19467.5	20310	20886	22005	22374	22594	26337	31030.75
Production d'olive à l'huile	589952	267295	51689	169876	150262	365772	125396	444200	177861	375202
Production à l'huile	102267	41685	9304	31307	24244	65839	22571.28	77735	33793.59	65660.35
Rendement	17	15.5	18	18	17	18	18	17.5	19	17.5

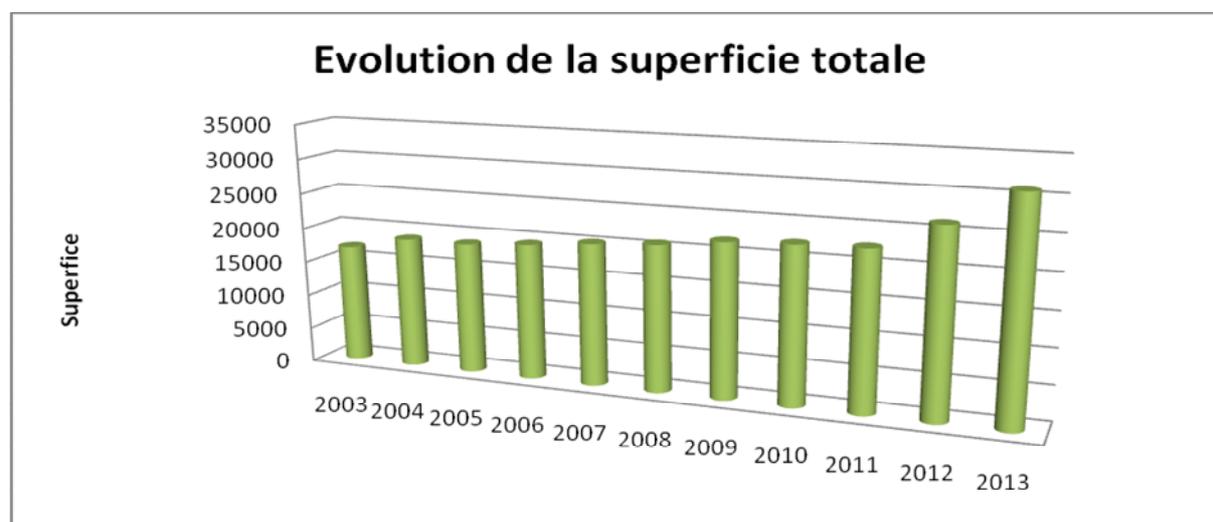
Source : construit à partir des données de la DSA, 2014.

Nous allons étudier l'évolution en premier lieu de la superficie totale en suite celle en rapport et nous allons nous intéresser à la production d'olives à huile et l'huile elle même et enfin le rendement.

a. Evolution de la superficie totale

Dans les deux graphiques qui suivent nous allons observer l'évolution de la superficie totale de l'oléiculture à Bouira.

Graphique n° 04 : Evolution de la superficie totale.

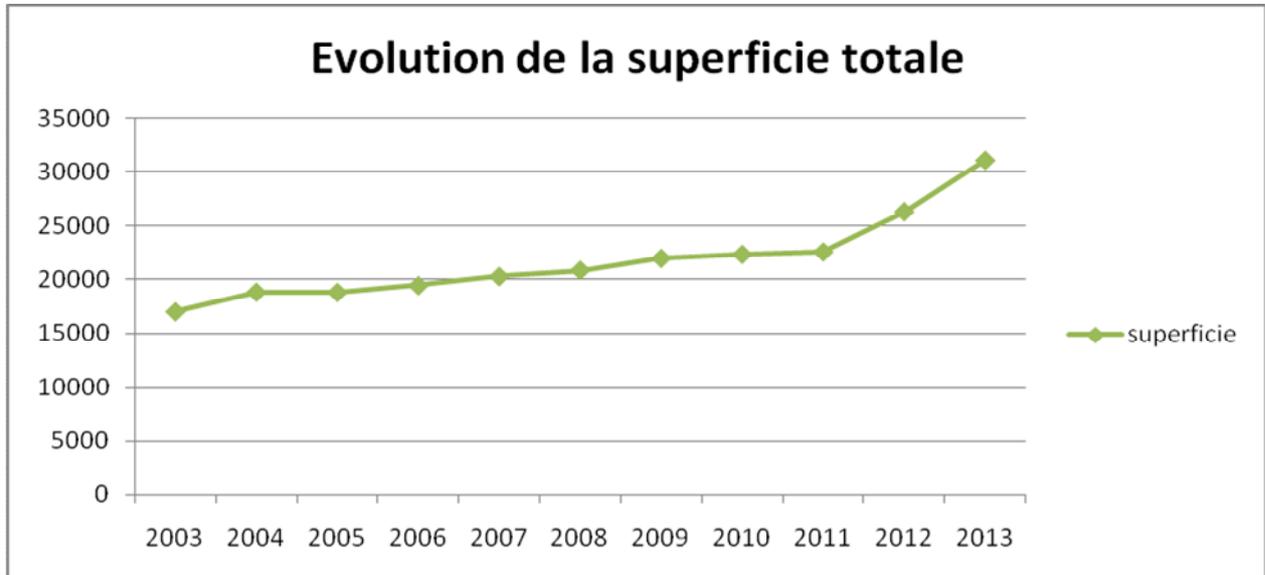


Source : Réalisé à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

A partir de ces colonnes, nous constatons une nette évolution de la superficie totale de l'oléiculture en un espace de dix ans (depuis 2003 à 2013) ; le graphique suivant nous montre clairement cette évolution.

Graphique n° 05 : Evolution de la superficie totale.



Source : Réalisé à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

b. Evolution de la production

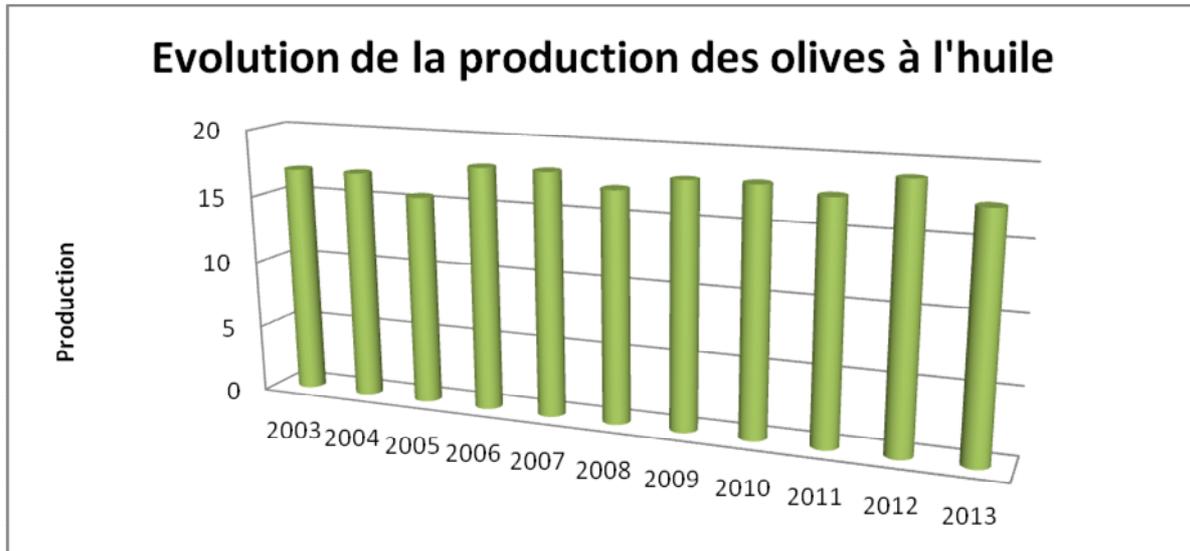
Dans ce sous titre, nous allons nous intéresser à la production des olives à l'huile et la production de l'huile.

b.1. Evolution de la production des olives à l'huile

Dans les deux graphiques qui suivent ; nous allons observer l'évolution de la production des olives à l'huile à Bouira.

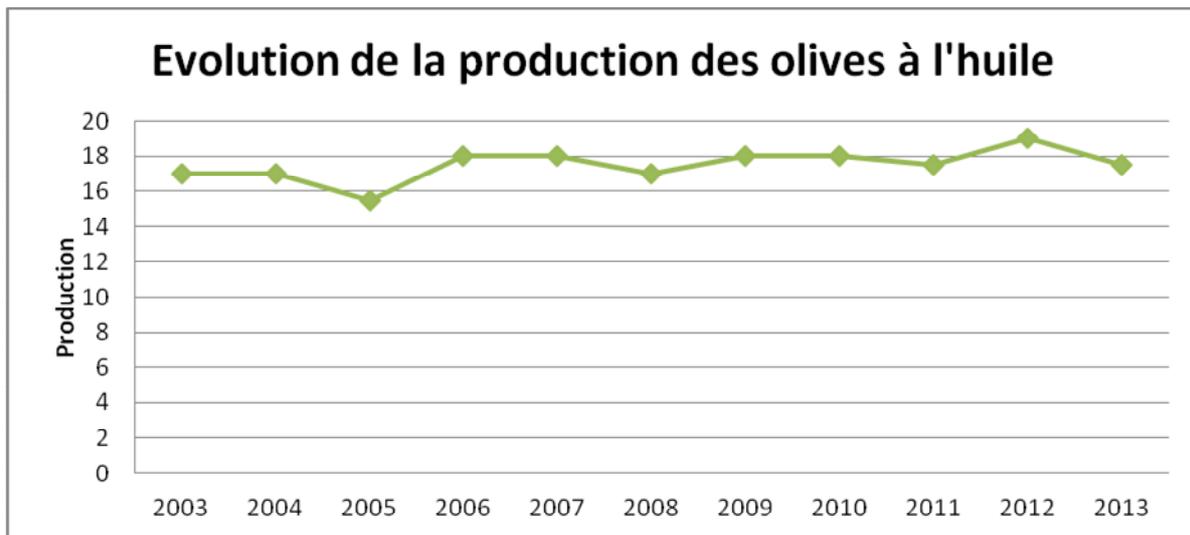
Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Graphique n° 06 : Evolution de la production des olives à l'huile



Source : Réalisé à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

Graphique n° 07 : Evolution de la production des olives à l'huile



Source : Réalisé à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

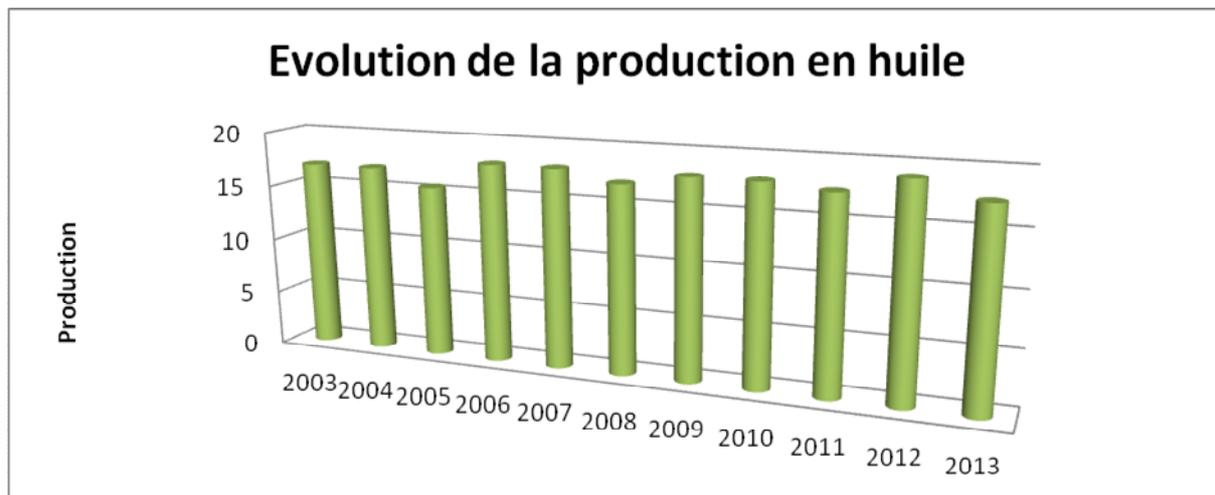
A partir de ces deux graphiques, nous constatons une fluctuation de la production des olives à l'huile dans cette dernière décennie (2003/2013). L'année 2004 a enregistré la plus grande production dans cette décennie (589952 Qx), quant à l'année 2003, elle a connu la plus grande baisse. Plusieurs phénomènes peuvent expliquer cette fluctuation et le plus fréquent c'est que la nature de cet arbre (ça génétique) est productif une année sur deux (alternance), à cet effet, l'évolution de la production sur la décennie est affectée.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

b.2. Evolution de la production de l'huile

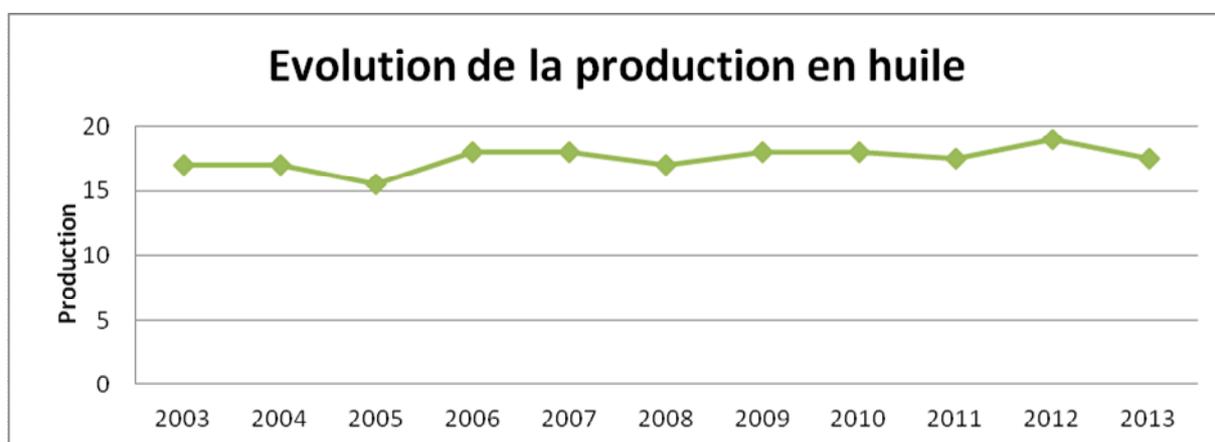
Dans les deux graphiques qui suivent, nous allons observer l'évolution de la production l'huile d'olive à Bouira.

Graphique n° 08 : Evolution de la production de l'huile d'olive.



Source : Réalisé à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

Graphique n° 09 : Evolution de la production de l'huile d'olive



Source : Réalisé à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

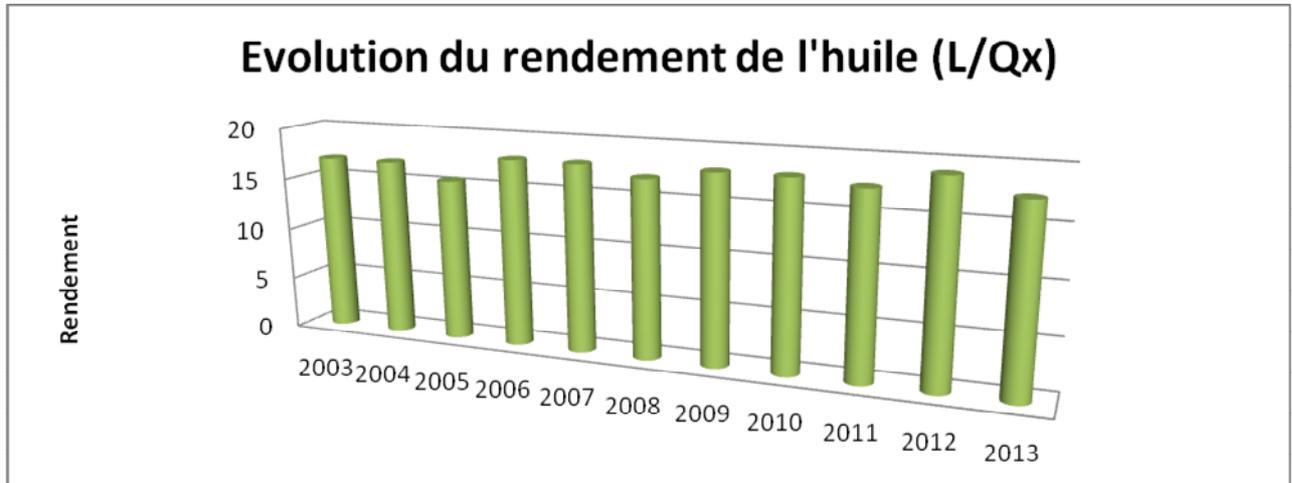
A partir de ces deux graphiques, nous constatons une fluctuation de la production de l'huile d'olive dans cette dernière décennie (2003/2013). L'année 2004 a enregistré la plus grande production dans cette décennie (102267 HL), quant à l'année 2003, elle a connu la plus grande baisse avec 5714 HL. La fluctuation de la production est due au phénomène d'alternance de productivité de l'olivier.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

c. Evolution du rendement

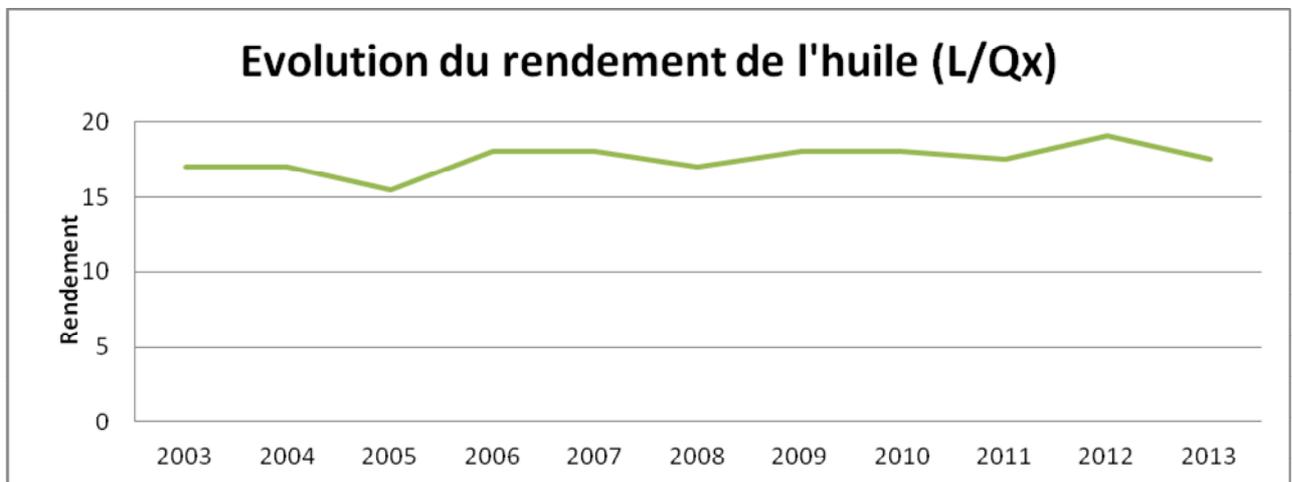
Dans les graphiques qui viennent nous seront l'évolution du rendement de l'huile d'olive pendant 10 ans.

Graphique n° 10 : Evolution du rendement de l'huile



Source : Réalisé à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

Graphique n° 11 : Evolution du rendement de l'huile



Source : Réalisé à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

Nous constatons que l'évolution du rendement est plus au moins fluctuante elle est d'une moyenne de 17,5 L/Qx dans cette dernière décennie. Par ailleurs, le rendement peut être affecté à cause des ravageurs ou de maladies, les insectes (exemple : la mouche de l'olivier) les champignons (exemple : l'œil. du paon) les bactéries et virus (exemple : le chancre) à cause des apports nutritifs insuffisants.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

d. Transformation

Le parc huilerie de la wilaya de Bouira est composé de plusieurs types d'unités de trituration nous distinguons : les huileries traditionnelles ; presses et les huileries modernes. La plus part de ces unités de trituration modernes sont apparue avec le PNDA.

Le parc huilerie de Bouira est de l'ordre de 207 unités de trituration, le tableau suivant nous montre la part de chaque type d'huilerie :

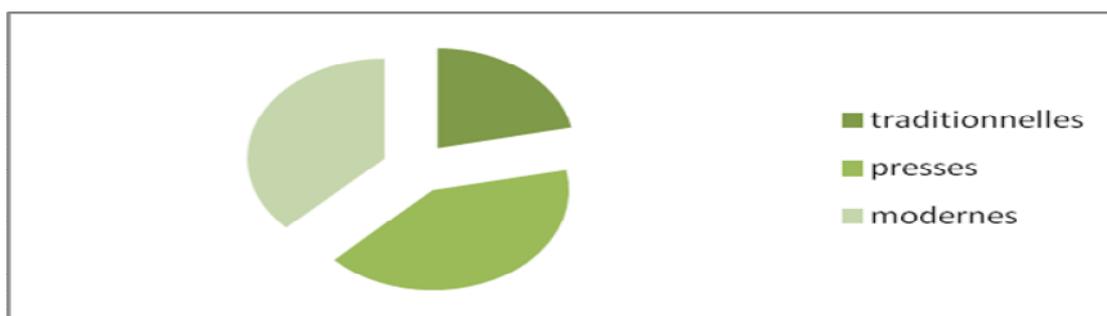
Tableau n° 17 : Composition du parc huilerie de la wilaya de Bouira en 2013.

Types d'huileries	Nombre	%
Traditionnelles	45	21.74
Presses	85	41.06
Modernes	77	37.2
Total	207	100

Source : Réalisé à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

Nous constatons que le parc huilerie de la wilaya de Bouira est composé principalement des unités de trituration modernes. La figure suivante nous montre la part de chaque type d'huilerie dans le parc huilerie de la wilaya.

Figure n° 16 : Le parc huilerie de la wilaya de Bouira.



Source : Réalisée à partir des données de la DSA DE Bouira ; 2014.

Dans cette gamme, les presses et les huileries automatiques dites modernes sont prédominantes, elles sont localisées aux environs des grands centres urbains (chef-lieu des Dairates et communes). Quant aux autres huileries traditionnelles dites classiques, situées en général dans le milieu rural.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

e. La commercialisation

A l'approche de la période de la commercialisation de l'huile d'olive, le consommateur a tendance à s'orienter vers les huileries ou encore les oléiculteurs afin de satisfaire son besoin en matière d'huile d'olive. Les huileries sont considérées comme des points de vente. Cette pratique existe de puis bien longtemps, car il n'existe pas d'organisme de collecte et de commercialisation de ce produit du terroir ; contrairement au lait par exemple ; en effet, l'huile d'olive est toujours commercialisée d'une manière informelle et se manque d'organisation en matière de distribution et de commercialisation constitue un handicap au développement de la filière.

3- ANALYSE DE LA COMPETITIVITE DE L'OLEICULTURE

Dans cette section, nous analyserons la filière, la compétitivité de cette dernière et enfin, nous ferons une synthèse SWOT c'est-à-dire, opportunités et menaces, forces et faiblesses de cette même filière à Bouira.

3-1- ANALYSE DE LA FILIERE

Dans ce point, nous allons faire une analyse fonctionnelle ; commerciale ; techniques et une analyse économique-financière.

3-1-1- Analyse Fonctionnelle de la filière oléicole

Selon Fraval, « une filière agricole est centrée sur un produit agricole de base et sur tout ou partie de ses transformations successives. En analyse économique, une filière peut être considérée comme un mode de découpage des systèmes productifs privilégiant certaines relations d'interdépendance. Elle permet de repérer des relations de linéarité, de complémentarité et de cheminement entre les différents stades de transformation ».⁹⁵

J.C. Montigaud souligne que « la filière n'est pas un outil de l'analyse économique et qu'elle n'est pas non plus une méthode permettant d'observer directement le comportement des entreprises. C'est un ensemble d'activités, étroitement imbriquées (production,

⁹⁵TRIA Miloud ; « Analyse de la compétitivité de la filière pomme de terre en Algérie : cas de la région centre (Ain Defla) » ; ENSA d'EL HARRACH Alger ; 2009 ; page 16.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

expédition, transport de gros et de détail, etc.), les unes par rapport aux autres, liées verticalement par l'appartenance à un même produit ou à des produits voisins. »⁹⁶

Nous retenons la définition donnée par Adil AZMI et M. Fadel DRISSI « *Une filière agroalimentaire peut se définir comme un ensemble constitué par les agents ou groupes d'agents concernés par un produit ou un groupe de produits agroalimentaires, de sa production jusqu'à sa consommation et les relations qu'ils entretiennent. »⁹⁷*

La filière est un système qui n'est rien d'autre qu'un ensemble d'éléments en interrelations. Une filière est donc complexe et les intérêts des acteurs divergents.

La filière de l'huile d'olive récence plusieurs agents, il y a les producteurs ; transformateur ; collecteurs ; commerçants et consommateurs.

Dans le cas de l'Algérie et plus particulièrement, le cas de la wilaya de Bouira, nous comptons principalement, trois agents, car il y a : l'agriculteur ; le transformateur et le consommateur.

En effet, le circuit de la filière dans cette région n'est donc pas trop complexe, et parfois l'agriculteur est lui-même transformateur. Quant à la commercialisation, son agent qui est le commerçant n'existe pas à priori. L'Etat est aussi absent en tant qu'agent nous serons son rôle et poids par la suite.

3-1-2- Analyse technique

Dans le cas général, et majoritaire, c'est la plus petite entité économique, qui est la famille, qui s'occupe de la récolte d'olive en Kabylie. En effet, ils sont parfois aussi les détenteurs des huileries.

Comme tout produit du terroir, les méthodes de production de l'huile d'olive est plutôt transmise d'une génération à une autre, autrement dit, c'est un savoir faire traditionnel qui s'est transmis depuis bien des générations. Sauf que, dans notre cas, ce savoir faire traditionnel, est en quelque sorte faux en matière de méthodes pratiquées pour la production de l'huile d'olive, et surtout au moment de la cueillette.

Après la production, vient le conditionnement, à cette étape les normes ne sont pas respectées, l'huile d'olive est généralement, mis dans des bidons en plastique de 20 L ou des bouteilles de 1L.

⁹⁶ TRIA Miloud ; « Analyse de la compétitivité de la filière pomme de terre en Algérie : cas de la région centre (Ain Defla) » ; ENSA d'EL HARRACH Alger ; 2009 ; page 15.

⁹⁷ Adil AZMI et M. Fadel DRISSI : « Quelle stratégie pour le développement de la filière oléicole » ; ESSEC et ISCAE ; 2007 ; page 27.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

3-1-3- Analyse de la commercialisation et de l'exportation

En matière de commercialisation, l'huile d'olive de Bouira se vend généralement sur le marché informel, que ce soit par les oléi-facteurs ou encore sur les routes. Il n'y a donc aucun organisme de collecte de l'huile ou des offices dans cette filière.

Si nous parlons de l'exportation, nous insinuons le marché mondial. Nous savons que les plus grands producteurs de l'huile d'olive sont l'Italie ; l'Espagne et la Grèce. Actuellement, la Tunisie prend place parmi eux, et cela grâce aux coopérations avec l'Espagne, en suivant leur système et en se mettant sous des cahiers de charge avec l'Espagne.

L'Algérie, suit le système italien, en effet, les récolteurs donnent leurs olives aux transformateurs pour par la suite récupèrent leur huile. Sauf que dans le cas de l'Espagne, les collecteurs, autrement dit, les agriculteurs vendent leurs olives aux transformateurs.

L'Algérie, et Bouira en particulier, ne sont pas impliquées dans le marché mondial de l'huile d'olive à cause de la mauvaise qualité de cette dernière. Ceci dit que, l'Algérie n'exporte pas son huile d'olive. Il est vrai que nous parlons d'export, mais dans deux cas : le premier c'est celui dans le but de faire une publicité, d'ailleurs cette huile est commercialisée dans des restaurants par exemple en France, cela a été fait dans le cadre de la coopérative CHOK (coopérative d'huile d'olive de Kabylie) que nous verrons par la suite ; le deuxième cas, l'huile d'olive algérienne sert de matière première à certains pays à la fois producteurs et consommateurs d'huile d'olive, car cette huile algérienne est soumise à un raffinage et mélangée avec de l'huile d'olive extra vierge, pour ensuite la vendre aux pays nouvellement producteurs et consommateurs d'huile d'olive, sachant que, dans la traçabilité du produit exporté, l'Algérie ne figure pas dans l'étiquetage.

3-1-4- Analyse économique-financière de la filière oléicole

Comme il a été signalé si dessus, les ouvriers sont généralement les membres de la famille, par conséquent, les coûts de revient sont généralement difficiles à cerner. Quant au prix de l'huile d'olive, nous constatons qu'il n'y a aucune norme de fixation du prix d'un litre d'huile d'olive. D'ailleurs, nous observons pratiquement, chaque années une augmentation du prix. Au début de l'année 2014, la majeure partie des huileries ont vendus leur huile d'olive à 600 DA pour un litre, sachant qu'en 2013 elle était à 550 DA.

3-2- ANALYSE DE LA COMPETITIVITE

Dans cette partie de la section, nous ferons place aux indicateurs de la compétitivité, en générale, puis nous allons nous focaliser sur la compétitivité de la filière et ses contraintes.

3-2-1- Les indicateurs de la compétitivité⁹⁸

Nous avons plusieurs indicateurs en économie, nous allons en voir six, sauf que ce ne sont pas les seuls qui sont pris en considération pour la détermination du niveau de la compétitivité, mis il y a aussi le facteur hors-prix qui est la qualité et qui est très importante.

3-2-1-1- Coefficient de protection nominale (CPN)

Le coefficient de protection nominale mesure, pour un produit i , le rapport des prix intérieurs aux prix mondiaux, il est défini par le rapport entre le marché intérieur P_i^d et le prix mondial P_i^W d'un produit donné, exprimés dans une monnaie commune:

$$CPN_i = \frac{P_i^d}{P_i^W * E_0} \quad E_0 : \text{Taux de change}$$

- Si le $CPN=1$, cela traduit l'équilibre ou le niveau optimum de la compétitivité des échanges entre le marché national et international. La structure de protection est neutre. Les producteurs ne sont ni favorisés ni défavorisés ;
- Si le $CPN>1$, cela signifie que le bien bénéficie d'une protection par rapport au bien importé ou exporté. Les producteurs profitent d'une subvention due à l'intervention d'une structure de protection (protection positive) ;
- Si le $CPN<1$, cela signifie que le pays ne protège pas son marché. Les producteurs sont taxé, défavorisés (protection négative).

3-2-1-2- Coefficient de protection nominale pour les inputs échangeables (CPNi)

C'est le rapport entre la valeur des biens échangeables aux prix observés et celle aux prix de référence. Il mesure l'importance des transferts sur outputs et sur inputs échangeables et renseigne sur le degré de protection dont bénéficie l'activité analysée. (Harrigan J, 1995)

⁹⁸ TRIA Miloud ; « Analyse de la compétitivité de la filière pomme de terre en Algérie : cas de la région centre (Ain Defla) » ; ENSA d'EL HARRACH Alger ; 2009 ; page 90.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

3-2-1-3-Coefficient de protection Effective (CPE)

Il mesure l'impact des interventions commerciales au niveau d'un produit et de ses inputs sur la valeur ajoutée de l'activité concernée. Il est égal au rapport de la valeur ajoutée évaluée au prix privés et de la valeur ajoutée aux prix sociaux ou au rapport de la différence entre le revenu brut financier et le coût financier des facteurs échangeables et de la différence entre le revenu brut économique et le coût économique des intrants échangeables. Ce coefficient indique l'effet combiné des politiques des prix des produits et des intrants échangeables sur les incitations à la production agricole (Harrigan J, Loader R, Thirtle C, 1995).

- Si le $CPE = 1$, cela traduit l'équilibre ou le niveau optimum de la compétitivité des échanges entre le marché national et international. La structure de protection est neutre. Les producteurs ne sont ni favorisés ni défavorisés ;
- Si le $CPE > 1$, cela signifie que les acteurs de la branche d'activité considérée gagnent plus de revenu qu'ils ne gagneraient sans distorsion de prix. Les producteurs bénéficient d'une subvention implicite et /ou d'une protection du prix du produit ;
- Si le $CPE < 1$, cela signifie que le pays ne protège pas son marché. Le produit est implicitement taxé. Les producteurs gagneraient un meilleur revenu s'ils achetaient et vendaient aux prix sociaux, définis comme étant les prix sur le marché international. Ils sont donc défavorisés sur le marché interne. (Bokar M, 2002).

3-2-1-4- La rentabilité sociale

La rentabilité sociale constitue le niveau du profit aux prix de référence. Il indique donc le niveau de la rentabilité sociale. Ce résultat permet d'estimer la contribution nette de l'activité à l'augmentation du revenu national.

La rentabilité sociale est une mesure de l'efficacité économique d'une activité ou d'un système et des avantages comparatifs. Si sa valeur est positive, le système étudié est jugé efficace car il engendre des profits sans nécessiter d'intervention. Dans ce cas, il est plus avantageux de produire le bien localement que de se le procurer sur le marché international. Si la rentabilité sociale est négative, le système n'est pas rentable car les biens sont produits à des coûts supérieurs à ceux des produits d'importation (Harrigan J, Loader R, Thirtle C, 1995).

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

3-2-1-5- La rentabilité privée

Cette rentabilité évalue le budget de l'exploitation aux prix de marché ; elle est égale à la différence entre les revenus et les coûts.

Ce résultat est important, car il renseigne sur le degré de compétitivité de l'activité agricole étant donné les techniques utilisées, les prix en vigueur des produits et des inputs et l'importance des transferts dus au politique. Il contribue à montrer quels types d'agriculteurs réagissent aux incitations.

La rentabilité privée en valeur absolue n'est pas un paramètre satisfaisant quand il s'agit de comparer des systèmes avec des intensités capitalistiques et des prix différents. Il serait plus pertinent d'utiliser le coefficient de coût en ressources domestiques CRD. Ce coefficient indique dans quelle mesure le système rémunère les facteurs et reste compétitif (Harrigan J, Loader R, Thirtle C, 1995).

3-2-1-6- Coefficient de coût en ressources domestiques

Le Coefficient de coût en ressources domestiques (CRD) mesure le ratio de la valeur des intrants non échangeables mesurée au prix de référence, à la valeur ajoutée produite par l'activité (mesurée aux prix de référence). Il traduit la valeur des devises étrangères générées ou économisées par l'exportation ou la non-importation d'une unité du produit. Le CRD est un indicateur d'avantage comparatif.

En d'autres termes, le CRD mesure si une filière de produit particulière, qui emploie des ressources domestique et des ressources échangeables, peut générer plus de devises étrangères qu'elle n'en consomme dans cette filière d'exportation, et permet de comparer différents usages des ressources domestiques.

Le CRD mesure l'avantage comparatif international du pays pour cette production.

- Si le $CRD = 1$, cela traduit un cas d'indifférence ; c'est-à-dire que le producteur ne réalise ni bénéfice ni perte en produisant localement ou en important le bien considéré ;
- Si le $CRD > 1$, cela signifie que la production à base de la technologie considérée n'a pas un avantage comparatif dans la production du bien considéré. Il n'est pas rentable pour le producteur de produire localement le bien considéré ; il vaut mieux pour lui de l'importer ;

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

- Si le CRD < 1 , cela signifie que la production à base de la technologie considérée a un avantage comparatif. Autrement dit, l'activité de production est économiquement efficace. Il est moins coûteux en ressources domestiques de produire localement le produit considéré que de l'importer.

3-2-2- La compétitivité de la filière à Bouira

Si nous essayons de calculer les indices de compétitivité, nous suivrions la mauvaise méthode, car comme nous venons de le citer plus haut, il n'y a aucune norme de prix. Sur le plan qualité, la majeure partie de la production d'huile d'olive est classée comme lampante. Le constat est donc simple : l'huile d'olive de la wilaya de Bouira n'est pas compétitive. Sauf que, la question qui se pose est, pourquoi la qualité de l'huile d'olive n'est pas conforme aux normes internationales ? Nous aurons la réponse à cette question dans le point suivant portant sur les contraintes de la filière.

3-2-3- Les contraintes de la filière

La filière connaît beaucoup de contraintes, et cela de la première étape jusqu'à la dernière. Nous avons choisi de traiter les contraintes suivant les étapes de la production de l'huile d'olive.

- En effet, la première étape c'est la plantation, à Bouira, la méthode la plus fréquente c'est le greffage, alors que d'autres techniques existent afin de gagner du temps et garantir que l'arbre est sain et non affecté par une maladie comme la méthode de bouturage herbacé ;
- La taille de l'arbre, dans le cas où elle est faite, elle ne se fait pas de la bonne manière et cela est néfaste pour le rendement de l'olivier et encore parfois l'opération de défeuillage et lavage sont négligées;
- La période de la récolte est cruciale pour une bonne qualité de l'huile d'olive, elle doit être dans une période où la couleur de l'olive fait un virage vers le grenat, car c'est ainsi que nous pourrions faire un rapport qualité et rendement, sauf que la plupart des agriculteurs ne connaissent pas cette méthode, alors ils laissent la couleur de l'olivier jusqu'à obtention de la couleur noire et cela implique une mauvaise qualité de l'huile d'olive ;
- Un long stockage au niveau des huileries ce qui provoque une fermentation ;

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

- Au niveau des huileries, le problème se pose dans le réglage du matériel, en effet, la température doit être entre 30° à 35° C ;
- Addition irrationnelle de l'eau, cela engendre une huile d'olive sans polyphénole (antioxydants) et donc de mauvaise qualité ;
- L'huile d'olive doit être conditionnée dans des cuves en inox ou en vert fumé pour éviter la création des radicaux (composantes chimiques qui nuisent à la santé) ;

Ces contraintes que nous venons de voir, sont toutes relatives à la qualité de l'huile d'olive, et au processus de production de cette filière. Nous avons aussi d'autres contraintes d'ordre économique :

- **L'intervention de l'Etat** : nous constatons que l'Etat intervient en mettant en place des projets comme celui d'un million d'hectares (El Watan économie 2010) des subventions, des journées de sensibilisation et de formation aux agriculteurs, incitation à l'investissement. Sauf que cela n'est pas vraiment suffisant, car les agriculteurs cherchent après des centres de collecte et des offices ;
- Des agriculteurs désintéressés par les formations et les journées de sensibilisation ;
- Une désorganisation de la filière, car le marché informel prend place dans beaucoup d'étapes de la production de la filière.

A travers toutes ces contraintes, nous constatons que le problème principal réside dans la méthode et les habitudes des agriculteurs, sachant qu'il est difficile de corriger un savoir faire traditionnel transmis depuis longtemps d'une génération à une autre. Autrement dit, même dans le cas où l'Etat met en place tous les moyens qu'il faut, si la qualité de l'huile d'olive ne s'améliore pas, cela ne changera rien dans la situation actuelle, sauf qu'il se peut que les producteurs soient motivés pour produire une huile conforme aux normes internationales.

3-3- SYNTHESE SWOT

Avant de faire une analyse SWOT de la filière oléicole à Bouira. Nous analyserons donc les forces et les faiblesses ; opportunités et menaces de cette filière.

3-3-1- Faiblesses

- Cueillette manuelle relativement coûteuse ;
- Sous équipement des plus petites entreprises ;

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

- Faible productivité du travail, en particulier saisonnier ;
- Mauvaise qualité des huiles produites ;
- Faible organisation professionnelle ;
- Absence de structures commerciales ;
- Concurrence déloyale du secteur informel ;
- Une forte concurrence étrangère ;
- Des normes commerciales mal connues sur le marché local et absence de suivi de l'évolution des normes internationales ;

3-3-2- Forces

- Bonne dispersion géographique de la production ;
- Subventions de l'Etat ;
- Niveau technologique en hausse dans une grande partie de l'industrie.

3-3-3- Menaces

- Manque de sensibilisation aux contraintes de la distribution moderne (traçabilité) et de rigueur chez un nombre significatif d'opérateurs ;
- Accroissement de production très rapide de l'Espagne en particulier avec des produits à plus forte valeur ajoutée, de la Turquie, de l'Égypte et de la Syrie ;
- Peu de préoccupations environnementales.

3-3-4- Opportunités

- Volonté politique de développer la filière ;
- Incitations à l'investissement ;
- Disponibilité de terres non limitée ;
- Techniques culturales améliorables ;
- Diversité des terroirs et des sols permettant la mise en place d'une production bio ;
- Marché en croissance.

3-4- COOPERATIVE CHOK

La création de la coopérative a eu lieu grâce à l'aide des services du ministère de l'Agriculture et de la participation des services de l'Union européenne dans le cadre du programme de coopération Meda 2, cela en 2004, c'est la coopérative d'huile d'olive de Kabylie «CHOK».

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Ce programme a été mis en place dans le cadre du fond national pour le développement et la régulation agricole (FNDRA) et touchera les régions sud de la wilaya en l'occurrence Bordj khris, Aïn bessem, Hachimia, Souk el khmiss et Djabahia et sur le cadre de la valorisation des produits de qualité des régions de la wilaya telle que M'chedallah, Ath mansour et Saharidj. Sur le plan de l'organisation de la filière, par la chambre de l'agriculture (CAW).

L'objectif de cette coopérative est de produire une huile de haute qualité, conforme aux normes internationales.

Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.

Conclusion du chapitre

Hamza ; Thouvirts ou encore la version francophone « Bouira », est une wilaya à fortes potentialités économiques car elle dispose de beaucoup d'atouts qui doivent être bien exploités afin de parvenir à son développement. En effet, les statistiques montrent que la wilaya de Bouira est à vocation agricole car la superficie agricole utile (SAU) est de 64.7% de la superficie agricole totale.

Selon la DSA de Bouira, cette wilaya est dominée principalement par la céréaliculture, puis vient l'arboriculture dont l'olivier en première place. Elle occupe la cinquième place en matière de production d'huile d'olive.

Elle dispose d'un parc huilerie de 207 unités de trituration, dont 37.2 % sont modernes. La commercialisation de ce produit est faite d'une manière anarchique, en effet, elle est toujours soumise au marché informel. Cependant, le circuit de cette filière compte principalement, trois agents à savoir : l'agriculture, transformateurs et consommateur.

La mauvaise qualité de l'huile d'olive produite à Bouira, l'empêche elle en particulier et l'Algérie en générale, à commercialiser cette huile à d'autres pays, autrement dit, l'exportation. La mauvaise qualité est due principalement, au processus de récolte car la majeure partie des agriculteurs disposent d'un savoir faire en quelque sorte erroné, en d'autres termes l'huile, d'olive de Bouira n'est pas compétitive, car la qualité présentée est de type lampante¹.

¹ Il s'agit de l'huile d'olive vierge de moins bonne qualité. Elle présente de fortes altérations. Cette huile ne peut pas être consommée en l'état et il est nécessaire de la soumettre à un processus de raffinage avant sa consommation, en donnant lieu à une huile d'olive raffinée qui possède des caractéristiques sensorielles neutres (pratiquement sans saveur ni odeurs) et qui sert de base pour la composition d'autres huiles, ou d'être destinée à des usages techniques (savonnerie).

Conclusion
Générale

Conclusion générale.

A l'ère de la globalisation et de la mondialisation, les Etats cherchent à trouver de nouveaux moyens pour mettre en place un développement équilibré. Le développement par le bas s'articule principalement autour des caractéristiques du territoire, en effet, afin d'être compétitif ; c'est-à-dire, être capable de répondre durablement aux besoins des marchés internationaux en améliorant le niveau de vie des citoyens, au tant que tel, nous pouvons dire que le territoire est attractif ; le territoire doit valoriser ses ressources. Un territoire attractif, attire des ressources spécifiques venant de l'extérieur. Cependant, chaque territoire fouine dans ses ressources pour trouver une spécificité pour le rendre attractif et compétitif entre autre le développer.

Parmi ces ressources, notre attention s'est focalisée sur les produits du terroir, ceux qui bénéficient d'une notoriété, car ils puisent leurs caractéristiques à partir du milieu.

Un pays très riche en matières de ressources naturelles, vu la grande superficie dont il dispose et la diversité de ses reliefs. Cependant, l'Algérie est un pays en voie de développement, ayant arraché sa liberté il y a cinquante ans de cela, son économie demeure vulnérable vu sa dépendance aux exportations d'hydrocarbures et ses principales importations sont les denrées alimentaires ce qui fait de l'Algérie, un pays à risque alimentaire.

Depuis son indépendance à ce jour, plusieurs politiques visant à développer le secteur agricole dans ce pays ont été mise au point, que ce soit dans la période post indépendance, ou celle de la planification, ...etc. En effet, des programmes et projets sont mis en place pour mener à mieux ce secteur dit de base, à ce titre nous pouvons citer le PNDAR (Plan National de Développement Agricole et Rural) et le projet d'un millions d'hectares qui concerne la filière oléicole au niveau de tout le territoire national.

La wilaya de Bouira, est principalement à vocation agricole, car la superficie agricole utile s'élève à 64.7% de la superficie agricole totale. La céréaliculture occupe la première place, et l'arboriculture vient en deuxième position dont l'olivier occupe la première place. Cette même wilaya occupe la cinquième place en matière de production de l'huile d'olive.

Cette filière dispose d'un parc huilerie de 207 unités de trituration, dont 37.2% sont modernes. Le marché informel monopolise la commercialisation et l'inexistence d'un centre de collecte de l'huile d'olive, met cette filière dans un état d'anarchie.

Conclusion générale.

Malgré sa bonne réputation au niveau national en matière de production de l'huile d'olive, la wilaya de Bouira n'arrive toujours pas à être compétitive dans cette filière, ni attractive d'ailleurs, car la qualité qu'elle présente est de type lampante, autrement dit, c'est une huile de moins bonne qualité. En effet, cette filière ne souffre pas seulement d'une mauvaise organisation, mais aussi, d'un savoir faire en quelque sorte erroné, car la période de récolte est toujours dépassée, et certains agriculteurs refusent de changer leurs habitudes. A cet effet, nous pouvons dire que l'hypothèse (H_0) est la plus valable.

Car même si des efforts ont été déployés par l'Etat, si la qualité présentée par ces huileries reste toujours de type lampante, cela ne pourra en aucun cas améliorer sa part de marché mondiale, ni développer la compétitivité de cette filière et n'engendre aucune attractivité à son territoire qui est Bouira.

Bibliographie

Bibliographie.

✚ OUVRAGES ET GUIDES

- BENAMRANE Djilali: « Agriculture et développement en Algérie » ; Société Nationale d'Édition et de diffusion ; Alger ; 1980 ;
- BENISSAD Hocine ; « L'ajustement structurel, Objectifs et expériences » ; ALIM EDITIONS ; janvier 1994 ;
- Bouizid Abdelmadjid ; « Economie algérienne, Eclairages » ; ENAG EDITIONS ; Reghaïa ; 2011 ;
- BOYADJIAN & ASSOCIATES : « Guide des Affaires en Algérie » ; 2006 ;
- Conseil d'analyse économique: "compétitivité"; la documentation française ; paris ; 2003 ;
- Goux-Baudiment Fabienne; « Quand les territoires pensent leurs futurs » ; l'aube éditions ; France ; 2001 ;
- Guide du producteur de l'huile d'olive (Royaume du Maroc) ;
- Lakhel Mokhtar ; « Algérie : De l'indépendance à l'état d'Urgence » ; L'harmattan ; paris ; 1992.

✚ REVUES, TRAVAUX UNIVERSITAIRES ET ARTICLES

- Adil AZMI et M. Fadel DRISSI : « Quelle stratégie pour le développement de la filière oléicole » ; ESSEC et ISCAE ; 2007 ;
- Alexandre Moine ; « Le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie » ; Cairn ; 2006 ;
- Anne Le Roy : « Développer de nouveaux indicateurs de richesse afin de repenser à l'attractivité territoriale ? » ; Université de Metz, 23-24 juin 2011 ;
- BOUKELLA Mourad; « Politiques agricoles, dépendance et sécurité alimentaire » ; FRIEDRICH EBERT STIFUNG ; Septembre 2008 ;
- Fabrice Hatem ; « ATTRACTIVITE : DE QUOI PARLONS-NOUS ? » ;
- G. Chouquer ; « Fiche sur les réformes agraires en Algérie de 1963 à 1987 » ; septembre 2012 ;
- INSEE ; « l'attractivité économique des territoires » ; N° 1416 ; octobre 2012 ;

Bibliographie.

- MOUSSOUNI Akli Ingénieur Agronome / Membre du REME Algérie ; « ÉTUDE DE FAISABILITÉ DE NOUVELLES TECHNIQUES POUR LA VALORISATION DES DÉCHETS DANS LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE AU MAGHREB SOUS-SECTEUR : HUILE D'OLIVES » ;
- PESQUEUX Yvon; «La notion de territoire » ; Colloque Propedia- Observatoire économique des banlieues ; France ; 2009.
- Puca ; « L'attractivité des territoires : regards croisé » ; Février et juillet 2007 ;
- RAZAFINDRAZAKA Tinasoa ; « L'entrepreneuriat comme outil de développement territorial : construction d'un référentiel théorique » ; Institut de Recherche sur les PME ; Université du Québec à Trois-Rivières ; 2009 ;
- Salhi el Haoues ; Rouane Hakim : « Extension de la ville de Bouira » ; Université Mentouri de Constantine ; Faculté des Sciences de la Terre, De Géographie et de L'Aménagement Du Territoire ; 2008 ;
- SIFER Kamal; « Le marché foncier locatif des terres rurales en Algérie. Cas de la Wilaya de Tizi-Ouzou » ; Communication des journées FONCIMED à Montpellier France ; 01 au 04 juillet 2013 ;
- UNESCO ; « Le développement des universités: les nouvelles institutions d'enseignement supérieur et leur rôle dans le développement local et régional » ; Vol. XXVI, No. 3, 2001 ;

RAPPORTS ET DOCUMENTS OFFICIELS

- Annuaire statistique de Bouira 2013 ;
- La loi n°11-10 du 20 Rajaab 1432 correspondant au 22 Juin 2011 relative à la commune ;
- Ministère de l'Agriculture et de la pêche maritime (Maroc) ; « Veille économique secteur oléicole » ; septembre 2013 ;
- Monographie de Bouira 2012.

Bibliographie.

MEMOIRES ET THESES

- ABDEDU Ahmed et FOUCHANE Mustapha : « La gestion de carrière de l'enseignant au sein de l'enseignement supérieur (Université de Bouira) » ; INSFP KEBBABI MOHAMED OUALLI Bouira ; 2014 ;
- Ameer Sabrina et Cherifi Kahina ; « Développement local par la valorisation du savoir faire locaux : illustration par la vannerie de « Ain Meziab » ; Université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Faculté des sciences économiques, sciences commerciales et sciences de gestion ; 2013 ;
- BOUDIAF Amina et TOUDJI Fatima ; « Marketing territorial comme outil de développement local » ; UMMTO ; Faculté des sciences économiques, sciences commerciales et science de gestion ; 2014 ;
- BOUHADJERA EPS FODHIL KAHINA; « Etude de l'effet antioxydants naturels et de synthèse sur la stabilité oxydative de l'huile d'olive vierge » Département de chimie ; UMMTO ; 2011 ;
- CHAOU Lydia ; « Multiplication sous mist-system de quelques clones d'olivier (Olea europaea sylvestris L) » ; ENSA d'El Harrach- Alger ; 2011 ; Ingénieur d'Etat en agronomie ;
- CHIBANE Maamar : « Possibilités d'exportation de l'huile d'olive vierge. Cas de M'Chedallah (wilaya de Bouira) » ; Ecole Nationale Supérieure Agronomique El Harrach Alger ; 2012 ;
- Djadoun Sadia ; « Influence de l'hexane acidifié sur l'extraction de l'huile de grignon d'olive assistée par micro-ondes. » ; département de chimie ; UMMTO ;
- DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « performance dans la production de l'huile d'olive dans la région de M'CHEDALLAH wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ;
- DJEKBOUB Mohammed Bourehane eddine : « Valorisation des produits agricoles de terroir, cas de l'huile d'olive de la région de M'chedallah wilaya de Bouira » ; ENSAgricole d'El Harrache ; 2013 ;
- Ghalemi Rym ; « Effet de facteurs agronomiques et technologiques sur le rendement et la qualité de l'huile d'olive » ; ENSA El Harrach Alger ; 2012 ;

Bibliographie.

- HADDADI Manel et HAMMAL Ghania ; « L'impact de la mondialisation de l'économie sur le secteur des assurances en Algérie: Cas de la SAA » ; UMMTO. Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion ; 2012 ;
- MATALLAH Mohammed Assad Allah ; « La filière huiles végétales en Algérie : Etat des lieux et perspectives » ; ENSA d'El Harrach Alger ; 2011 ;
- MEDJERAS Nabyl: " Impacts prévisibles de l'intégration de l'Algérie dans la zone de libre échange union-européenne/pays tiers méditerranéens sur la filière huile d'olive. Cas de la wilaya de Bouira (Sbdivision agricole de Haizer) ; ENSA d'El harrach alger ; 2006 ;
- Sabrina ait Oufela et Ouhada Nadia ; « l'oléiculture à Tizi-Ouzou (Boghni) » ; département sciences économiques ; UMMTO ; 2013 ;
- SALAH MANSOUR Salima : « Les produits de terroir levier du développement local dans les zones rurales et montagneuses : cas des fromageries artisanales de « Saint Amour » et de « Fromagerie Artisanale Fatma Ibersien » (FAFI) » ; UMMTO ; Faculté des Sciences économiques, Sciences commerciales et Sciences de gestion ; 2013 ;
- TABTI Dalila ; « REGENERATION IN VITRO DE PLANTS SAINS A PARTIR D'APEX CAULINAIRES D'OLIVIER *Olea europea* L. var. CHEMLAL. » ; ENSA d'El Harrach Alger ; 2010 ;
- TRIA Miloud ; « Analyse de la compétitivité de la filière pomme de terre en Algérie : cas de la région centre (Ain Defla) » ; ENSA d'EL HARRACH Alger ; 2009 ;

ARTICLES DE PRESSE

- El Watan économie ; « un projet d'un million d'hectares d'oliveraies » ; du 03 au 09 mai 2010 ; N° 242.

WEBOGRAPHIE

- <http://fr.wikipedia.org/wiki/Territoire>
- <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/158-1-olivier>
- <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/100-mission-statement>
- <http://www.setif-dz.org/t7199-terres-arch-melk-etc>

Annexes

Annexes.

BILAN OLEICOLE 2012/2013

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (Hl)	Rendement d'huile (L/Ql)
			Olivess totales	Olivess de table	Olivess à huile				
31.030,75	20.025	20.025	380.475	5.273	375.202	19	375.202	65.660,35	17,5

BILAN OLEICOLE 2011/2012

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (Hl)	Rendement d'huile (L/Ql)
			Olivess totales	Olivess de table	Olivess à huile				
26.337	19.911	19.911	179.199	1.338	177.861	9.00	177.861	33.793,59	19

BILAN OLEICOLE 2010/2011

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (Hl)	Rendement d'huile (L/Ql)
			Olivess totales	Olivess de table	Olivess à huile				
22.594	19.179	19.179	447.253	3.053	444.200	23,5	444.200	77.735	17,5

BILAN OLEICOLE 2009/2010 :

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (Hl)	Rendement d'huile (L/Ql)
			Olivess totales	Olivess de table	Olivess à huile				
22.374	18.420	16.800	126.000	604	125.396	7,5	125.396	22.571,28	18

Annexes.

BILAN OLEICOLE 2008/2009 :

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (HI)	Rendement d'huile (L/QI)
			Olives totales	Olives de table	Olives à huile				
22.005	18.055	18.055	368.322	2.550	365.772	20,4	365.772	65.839	18

BILAN OLEICOLE 2007/2008 :

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (HI)	Rendement d'huile (L/QI)
			Olives totales	Olives de table	Olives à huile				
20.886	17.520	17.520	151.355	1.093	150.262	8,5	150.262	24.244	17

BILAN OLEICOLE 2006/2007 :

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (HI)	Rendement d'huile (L/QI)
			Olives totales	Olives de table	Olives à huile				
20.310	17.310	19.586	171.376,5	1.500,5	169.876	9,8	169.876	31.307	18

BILAN OLEICOLE 2005/2006 :

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (HI)	Rendement d'huile (L/QI)
			Olives totales	Olives de table	Olives à huile				
19.467,5	16.765,5	13.945	53.157	1.468	51.689	4	51.689	9.304	18

Annexes.

BILAN OLEICOLE 2004/2005 :

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (Hl)	Rendement d'huile (L/Ql)
			Olives totales	Olives de table	Olives à huile				
18.835	16.503	16.503	267.984	689	267.295	16	267.295	41.685	15,5

BILAN OLEICOLE 2003/2004:

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (Hl)	Rendement d'huile (L/Ql)
			Olives totales	Olives de table	Olives à huile				
18854	14933	14933	590472	520	589952	36	589952	102267	17

BILAN OLEICOLE 2002/2003:

Superficie total	Superficie en rapport	Superficie récoltée (Ha)	Production d'olives (Qx)			Rendement olives (Qx/Ha)	Qtité triturée Qx	Production d'huile (Hl)	Rendement d'huile (L/Ql)
			Olives totales	Olives de table	Olives à huile				
17036	13340	13340	33166	17	33149	2.5	33149	5714	17

Source : DSA DE BOUIRA 2014.

Liste
Des
tableaux.

Liste des tableaux.

Tableau n° 01 : Consommation mondiale moyenne d'huile d'olive (1990-2012).....	45
Tableau n° 02 : Evaluation de la structure des exportations entre 1910 et 1960(en%)...	54
Tableau n° 03 : Evolution de la structure des importations entre 1910 et 1960(en %)...	55
Tableau n°04 : Evolution de la composition de parc huilier national.....	80
Tableau n° 05 : Infrastructures de l'université de Bouira.....	95
Tableau n°06 : Stockage Sous-Froid.....	97
Tableau n° 07 : Sites touristiques de la wilaya.....	100
Tableau n° 08 : Infrastructures hôtelières	100
Tableau n° 09 : Agences touristiques et de voyages	101
Tableau n° 10 : Les projets d'investissement touristique	101
Tableau n° 11 : Zones d'expansion de sites touristiques(ZEST).....	102
Tableau n° 12 : Répartition générale des terres agricoles ...	103
Tableau n° 13 : Répartition de la SAU de la wilaya de Bouira.....	105
Tableau n° 14 : Les principales productions végétales de la wilaya de Bouira.....	106
Tableau n°15 : répartition des effectifs et production de viande pour l'année (2012/2013).....	106
Tableau n° 16 : bilans oléicoles de Bouira de 2004 à 2013.....	107
Tableau n° 17 : Composition du parc huilerie de la wilaya de Bouira en 2013.....	112

Liste
Des
figures.

Liste des figures.

Figure n°01 : La notion du territoire	06
Figure n°02 : Les déterminants de la compétitivité	14
Figure n°03 : Procédés de production de l'huile d'olive.....	37
Figure n°04 : L'aire géographique de la production mondiale de l'huile d'olive.....	42
Figure n° 05 : Evolution de la production mondiale d'huile d'olive 1990-2012.....	42
Figure n° 06 : Répartition de la superficie de verger oléicole national par wilaya....	74
Figure n° 07 : Evolution des superficies du verger oléicole national (1986-2012)...	76
Figure n° 08 : Evolution de la production nationale de l'olive à huile (1986-2011)..	77
Figure n° 09 : Evolution des rendements du verger oléicole national (1990-2011).	77
Figure n° 10 : Evolution de la consommation de l'huile d'olive par habitants (1990-2011).....	78
Figure n° 11 : Evolution des importations et des exportations nationales de l'huile d'olive (1990-2009).....	79
Figure n° 12 : La position géographique de Bouira par rapport aux wilayas limitrophes.....	88
Figure n° 13 : Réseau routier de la wilaya de Bouira.....	93
Figure n° 14 : La capacité des hôpitaux de la wilaya Bouira	94
Figure n° 15 : Répartition générale des terres de la wilaya de Bouira	104
Figure n° 16 : Le parc huilerie de la wilaya de Bouira	112

Liste
Des
graphiques.

Liste des graphiques.

Graphique n° 01 : La répartition de cette production dans la campagne 2011/2012..	43
Graphique n° 02 : Consommation des principales huiles végétales dans le monde.....	44
Graphique n° 03 : Evolution de la consommation mondiale de l'huile d'olive.....	46
Graphique n° 04 : Evolution de la superficie totale.....	107
Graphique n° 05 : Evolution de la superficie totale.....	108
Graphique n° 06 : Evolution de la production des olives à l'huile.....	109
Graphique n° 07 : Evolution de la production des olives à l'huile.....	109
Graphique n° 08 : Evolution de la production de l'huile d'olive.....	110
Graphique n° 09 : Evolution de la production de l'huile d'olive.....	110
Graphique n° 10 : Evolution du rendement de l'huile.....	111
Graphique n° 11 : Evolution du rendement de l'huile.....	111

*Table
des
Matières.*

Table des matières.

Introduction générale	01
Chapitre 01 : Le rôle des produits du terroir dans la compétitivité et attractivité du territoire	03
Introduction	03
1- LA COMPETITIVITE ET ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE	04
1-1- LE TERRITOIRE	04
1-1-1- Définitions du concept de territoire	04
1-1-2- Les acteurs du territoire	07
1-1-2-1- Les collectivités locales	07
a. Définition	07
b. Le rôle des collectivités locales dans le développement local	07
1-1-2-2- Les associations	08
1-1-2-3- Les Universités	08
1-1-2-4- La société civile	09
1-1-2-5- Les entreprise et entrepreneuriat	10
1-1- COMPETITIVITE ET ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE	10
1-1-1- Définitions de certains concepts	10
1-2-1-1- Définitions de la compétitivité	10
1-2-1-2- Définition de l'attractivité	11
1-1-2- Théories du commerce international	12
1-1-3- Les dimensions de la compétitivité	13
1-2-3-1- La compétitivité de la filière	13
1-2-3-2- La compétitivité de la nation	13
1-2-3-3- La compétitivité des entreprises	13
1-2-4- Les déterminants de la compétitivité	13
1-2-4-1- La compétitivité prix	13
1-2-4-2- La compétitivité hors-prix	13
1-2-5- Les sources de la compétitivité	14
1-2-6- Le boom de l'attractivité	15
1-2-7- Dimensions et déterminants de l'attractivité	15
1-2-8- Les mesures de l'attractivité	16

Table des matières.

1-2-9- Articulation attractivité/marketing territorial	17
1-2-10- Relation entre attractivité et compétitivité	17
2- LES PRODUITS DU TERROIR ET LE DEVELOPPEMENT LOCAL	18
2-1- DEVELOPPEMENT LOCAL	18
2-1-1- Définitions de certains concepts	18
2-1-1-1- Le développement	18
2-1-1-2- le local	19
2-1-1-3- Développement local	19
2-1-2- Dimensions du développement local	21
2-1-3- Les préalables du développement local	21
2-1-3-1- L'existence d'une communauté locale	21
2-1-3-2- Le partenariat	21
2-1-3-3- Le climat propice à l'action	21
2-2- PRODUIT DE TERROIR	22
2-2-1- Définition du terroir	22
2-2-2- La distinction du terroir avec le territoire	24
2-2-3- Dimensions du terroir	24
2-2-3-1- La dimension physique	24
2-2-3-2- La dimension humaine	24
2-2-3-3- La dimension temporelle	24
2-2-4- Définition et caractéristiques des produits de terroir	25
2-2-4-1- Définitions du produit de terroir	25
2-2-4-2- Les caractéristiques des produits de terroir	26
2-2-5- La valorisation des produits de terroir	27
2-2-5-1- Les dispositifs de protection des produits de terroir	27
2-2-5-2- Les avantages de la patrimonialisation	28
2-2-5-3- L'entreprise familiale acteur de valorisation des produits de terroir	28
2-2-5-4- Tourisme rural facteur de valorisation des produits de terroir	29

Table des matières.

3- L'OLIVIER ET L'HUILE D'OLIVE	29
3-1- L'OLIVIER	29
3-1-1- Caractéristiques morphologiques de l'olivier	29
3-1-2 Origine et expansion de l'olivier	29
3-1-3- Variétés des oliviers	30
3-1-4- Exigences de l'olivier.....	30
3-1-4-1- La température	30
3-1-4-2- La pluviométrie	30
3-1-4-3- L'humidité	31
3-1-4-4- La lumière	31
3-1-4-5- Le vent	31
3-1-4-6- Le brouillard	31
3-1-4-7- La grêle	31
3-1-4-8- La neige	31
3-1-4-9- Le sol.....	31
3-1-4-10- L'altitude	31
3-1-5- Techniques de propagation	32
3-1-6- Ravageurs et maladies de l'olivier	32
3-1-6-1- Les ravageurs	32
3-1-6-2- Les maladies	33
3-1-7- L'utilité de l'olivier	33
3-1-7-1- Pour la santé	33
3-1-7-2- Artisanat et ornementation	34
3-1-7-3- Industrie	34
3-2- L'HUILE D'OLIVE	34
3-2-1- Définition	34
3-2-2- Caractéristiques de l'huile d'olive	35
3-2-3- Classification de l'huile d'olive	35
3-2-3-1- L'huile d'olive vierge extra	35
3-2-3-2- L'huile d'olive vierge	35
3-2-3-3- L'huile d'olive vierge courante	36

Table des matières.

3-2-3-4 L'huile d'olive lampante	36
3-2-4- Extraction de l'huile d'olive	36
3-2-5- Les bienfaits de l'huile d'olive	38
3-2-6- La commercialisation de l'huile d'olive	39
3-2-6-1- L'étiquetage.....	39
3-2-6-2- La présentation	39
3-2-7- Les sous produits de l'huilerie	40
3-2-7-1- Les margines	40
3-2-7-2- Les grignons	40
3-2- LE SECTEUR OLEICOLE DANS LE MONDE	41
3-3-1- La production mondiale	41
3-3-2- La consommation de l'huile d'olive dans le monde	44
3-3-3- Normes commerciales applicables aux huiles d'olives	46
Conclusion	50
Chapitre 02 : Economie et oléiculture en Algérie	51
Introduction	51
1- ECONOMIE ALGERIENNE	52
1-1- PRESENTATION DE L'ALGERIE	52
1-1-1- Terre et histoire	52
1-1-2- Les principales villes.....	52
1-1-4- Les institutions politiques, organisations territoriales et administratives.....	52
1-1-4-1- Pouvoir Exécutif	52
1-1-4-2- Pouvoir Législatif	53
1-1-4-3- Le Conseil Constitutionnel	53
1-1-4-4- Système Judiciaire	53
1-1-4-5-Administration.....	53
1-2- EVOLUTION DE L'ECONOMIE ALGERIENNE.....	54
1-2-1- La période coloniale.....	54
1-2-2- L'économie algérienne entre 1962 et 1990	55
1-2-2-1- Régimes postindépendances (1962-1966).....	55
1-2-2-2- Economie Dirigée (1967-1979).....	56

Table des matières.

1-2-2-2-1- Le plan triennal (1967-1969).....	56
1-2-2-2-2- Le premier plan quadriennal (1970-1973).....	56
1-2-2-2-3- Le deuxième plan quadriennal (1974-1977)	56
1-2-2-3- La période (1980-1993)	57
1-2-2-3-1- La période (1980-1985).....	57
1-2-2-3-2- La période (1985-1993)	58
1-2-3- Le Plan d'Ajustement Structurel (PAS).....	58
1-2-3-1- Les instruments du plan d'ajustement structurel.....	59
1-2-3-2- Les objectifs et le contenu du plan d'ajustement structurel.....	59
1-2-3-3- Les résultats du PAS.....	60
1-2-4- Caractéristiques de l'économie nationale actuelle.....	60
1-2-4-1- Le retour de l'Etat.....	60
1-2-4-2- L'absence d'une bonne gouvernance et d'un Etat développementaliste	60
1-3- LA VULNERABILITE ALIMENTAIRE EN ALGERIE	61
2- L'AGRICULTURE EN ALGERIE.....	62
2-1- L'AGRICULTURE A LA PERIODE OTTOMANE	62
2-1-1- Mode d'appropriation des terres	62
2-1-1-1- Propriétés privées ou « Melk »	62
2-1-1-2- Propriétés collectives ou « Arch ».....	62
2-1-1-3- Les propriétés Habous	62
2-1-1-4- Le domaine privé de l'Etat	63
2-1-2- Mode d'exploitation des terres.....	63
2-1-2-1- Les terres Melk.....	63
2-1-2-2- Les terres Arch	63
2-1-2-3- Les terres Habous	64
2-1-2-4- les terres Beylikat	64
2-2- L'AGRICULTURE A LA PERIODE DE LA COLONISATION FRANCAISE....	64
2-2-1- Mode d'appropriation des terres par la colonisation française	64
2-2-1-1- Le sénatus consulte en 1863	64
2-2-1-2- La loi de « Warnier »	65
2-2-1-3- Le plan de Constantine 1958.....	65

Table des matières.

2-2-2- Mode d'exploitation et financement des terres par la colonisation française.....	65
2-2-2-1- Conditions d'exploitation	66
2-2-2-2- Les produits agricoles	66
2-2-2-3- Le financement agricole	66
2-3- L'AGRICULTURE EN ALGERIE APRES L'INDEPENDANCE	67
2-3-1- Industrie industrialisant.....	67
2-3-2- Le système autogéré	67
2-3-3- La révolution agraire de 1971.....	68
2-3-3- La réforme agraire de 1981.....	69
2-3-4- La révolution agraire de 1987.....	69
2-3-5- La période 1990 à ce jour	70
2-4- LE PLAN NATIONAL DE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL (PNDAR)	71
3- L'OLEICULTURE EN ALGERIE	72
3-1- L'HISTORIQUE DE LA FILIERE OLEICOLE EN ALGERIE.....	73
3-2- LE VERGER OLEICOLE NATIONAL	73
3-2-1- Répartition géographique.....	74
3-2-2- Les principales variétés cultivées.....	74
3-2-2-1- Les variétés locales.....	74
3-2-2-2- Les variétés étrangères.....	75
3-2-3- La superficie.....	75
3-2-4- La production	76
3-2-5- Le rendement	77
3-2-6- La consommation	78
3-2-7- Les échanges de l'Algérie avec le monde	78
3-3- STOCK ET CONDITIONNEMENT.....	79
3-4- TRANSFORMATION.....	79
3-5- COMMERCIALISATION	80
3-6- RECHERES SIENTIFIQUES	80
3-7- ACTIONS SOUTENUES PAR LE PLAN NATIONAL DU	

Table des matières.

DEVELOPPEMENT AGRICOLE (PNDA) ET LE PROJET D'UN MILLION D'HECTARES	81
3-7-1- Le plan national du développement agricole	81
3-7-2- Le projet d'un million d'hectares	83
Conclusion	84
Chapitre 03 : Situation de l'oléiculture à Bouira.....	85
Introduction	85
1- PRESENTATION DE LA VILLE DE BOUIRA.....	86
1-1 ORIGINES ET TOPONYMIE.....	86
1-2 Aperçu historique.....	87
1-3 APERCU GEOGRAPHIQUE ET CLIMATIQUE.....	88
1-3-1 Situation géographique	88
1-3-2- Le relief	88
1-3-3- Le climat	88
1-4- RESEAUX DE COMMUNICATION	92
1-5- SANTÉ	94
1-6- EDUCATION	94
1-7- FORMATION PROFESSIONNELLE	95
1-8- ENSEIGNEMENT SUPERIEUR	95
1-9- AGRICULTURE	96
1-10- INDUSTRIE	96
1-11- STOCKAGE ET DISTRIBUTION	97
1-12- CULTURE ET CULTE	98
1-13- TOURISME	100
2- LE SECTEUR OLEICOLE DANS LA WILAYA DE BOUIRA.....	103
2-1 LE SECTEUR AGRICOLE DANS LA WILAYA DE BOUIRA	103
2-1-1- Superficie agricole totale (SAT)	103
2-1-2- Superficie agricole utile (SAU)	105
2-1-3- Les principales productions	105
a. La production végétale	105

Table des matières.

b. La production animale	106
2-2- LE SECTEUR OLEICOLE A BOUIRA	106
3- ANALYSE DE LA COMPETITIVITE DE L'OLEICULTURE	113
3-1- ANALYSE DE LA FILIERE	113
3-1-1- Analyse Fonctionnelle de la filière oléicole.....	113
3-1-2- Analyse technique	114
3-1-3- Analyse de la commercialisation et de l'exportation.....	115
3-1-4- Analyse économique-financière de la filière oléicole.....	115
3-2- ANALYSE DE LA COMPETITIVITE.....	116
3-2-1- Les indicateurs de la compétitivité.....	116
3-2-1-1- Coefficient de protection nominale (CPN)	116
3-2-1-2- Coefficient de protection nominale pour les inputs échangeables (CPNi)	116
3-2-1-3- Coefficient de protection Effective (CPE)	117
3-2-1-4- La rentabilité sociale	117
3-2-1-5- La rentabilité privée	118
3-2-1-6- Coefficient de coût en ressources domestiques	118
3-2-2- La compétitivité de la filière à Bouira	119
3-2-3- Les contraintes de la filière	119
3-3- SYNTHESE SWOT	120
3-3-1- Faiblesses.....	120
3-3-2- Forces.....	121
3-3-3- Menaces.....	121
3-3-4- Opportunités	121
3-4- COOPERATIVE CHOK.....	121
Conclusion	123
Conclusion générale	124
Bibliographie	126
Annexe	130
Liste des tableaux.....	133
Liste des figures.....	134

Table des matières.

Liste de graphiques.....	135
Table des matières	140