

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEURE ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE
Université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou



Faculté des Sciences Biologiques et des Sciences Agronomiques
Filière : Sciences Agronomiques

MEMOIRE DE FIN D'ETUDE

En vue de l'obtention du diplôme de Master
Spécialité : Production végétale

Thème

**La valorisation du patrimoine matériel
végétale à travers la labellisation des
produits de terroirs en Algérie**

Réalisé par :
M^{elle} HENDA Amal

Encadré par :
M^{me} KHALI L.
Maitre assistante à l'UMMTO

Devant le jury:
Présidente : Mme BOUTEBTOUBE W.
Examineur : Mme BOUDI M.

Maitre de conférences à l'UMMTO
Maitre assistante à l'UMMTO

Promotion : 2018 / 2019

Remerciements :

Je voudrais tout d'abord adresser toute ma reconnaissance à ma promotrice, Madame **KHALI L.** Je la remercie de m'avoir encadré, orienté, aidé et conseillé.

Je tiens à remercier spécialement **Mr HEMDANI H.**, secrétaire générale au Ministre de l'agriculture, du développement rural et de la pêche, qui fut le premier à m'encourager de poursuivre mes études, et de me fournir les outils nécessaires à la réussite de mon mémoire.

Je remercie également Madame **BOUTEBTOUBE. W.**, maître de conférence à l'UMMTO, d'avoir accepté de présider le jury de ma soutenance.

Mes plus vifs remerciements s'adressent également à Madame **BOUDI M.**, maître-assistante à l'UMMTO qui a accepté d'examiner et de faire partie du jury de soutenance de ce Mémoire.

J'adresse mes sincères remerciements à tous les professeurs, intervenants et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidé mes réflexions et ont accepté de répondre à mes questions durant mes recherches.

Je remercie toute ma famille, mes amies, mes camarades de promotion, ainsi que mes collègues pour leurs encouragements, leur soutien inconditionnel, ils ont été d'une grande aide.

À tous ces intervenants, je présente mes remerciements, mon respect et ma gratitude.

Liste des tableaux :

Tableau n°01 :	Les produits de terroirs en Algérie à potentiel de valorisation	Page 07
Tableau n°02 :	La liste des produits de terroirs potentiels en Algérie (MADRP)	Page 09
Tableau n°03 :	Evolution de la législation régissant le système national de labellisation	Page 27
Tableau n°04 :	Les manifestations nationales et locales	Page 31
Tableau n°05 :	Les Exportations des produits à potentiel de valorisation en Algérie (en Tonne).	Page 43
Tableau n°06 :	Classement des variables SWOT	Page 55

Liste des Figures :

Figure n°01 :	Carte des produits de terroirs à potentiel de labellisation en Algérie (MADRP)	Page 10
Figure n°02 :	Enregistrement international en vertu du système de Lisbonne « 07 vins »	Page 14
Figure n°03 :	Exemple d'enregistrement international en vertu du système de Lisbonne	Page 15
Figure n°04 :	Système Lisbonne pour d'enregistrement international des AO	Page 16
Figure n°05 :	Le cercle vertueux de qualité liée à l'origine	Page 18
Figure n°06 :	Evolution de la législation régissant le système national de labellisation	Page 28
Figure n°07 :	Classement des SIQO à l'UE	Page 41
Figure n°08 :	Nombre d'AOP/IGP/STG agroalimentaires enregistrés dans l'UE	Page 42
Figure n°09 :	Filières concernés par les SIQO enregistrés dans l'UE	Page 42
Figure n°10 :	Evolution de l'exportation des produits à potentiel de valorisation (Milliers de DA)	Page 44
Figure n°11 :	Exportation des produits à potentiel de valorisation par rapport à l'exportation agricole total (En Tonne)	Page 45
Figure n°12 :	Exportation des produits à potentiel de valorisation en Algérie (En Tonne)	Page 46
Figure n°13 :	Schéma du dispositif de reconnaissance en IG-AO	Page 47
Figure n°14 :	feuille de route simplifiée pour la reconnaissance de produit agricole en signe de qualité	Page 53

Liste des abréviations :

ADPIC	Accord de l'OMC sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce
AO	Appellation d'origine
AOC	Appellation d'Origine Contrôlée
AOP	Appellation d'Origine Protégée
CEMAT	Conférence Européenne des Ministres Responsables de l'Aménagement du Territoire.
CDC	Cahier Des Charges.
CDB	Convention sur la diversité biologique
CNL	Comité National de Labellisation
DOFMVPP	Direction de l'Organisation Foncière, de la Mise en valeur et de la Protection des patrimoines au Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural et de la Pêche.
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, OAA
FNRDA	Fond National de Régulation et de Développement Agricole
IG	Indication Géographique
IGP	Indication Géographique Protégée
INAPI	Institut National Algérien de Propriété Industrielle
INRA	Institut National de Recherche Agronomique
INAO	Institut National de l'Origine et de Qualité (institut français)
ITAFV	Institut Technique d'Arboriculture Fruitière et de la Vigne
ITCMI	Institut Technique des Cultures Maraichères et Industrielles.
ITDAS	Institut Technique de Développement de l'Agronomie Saharienne.
ITELV	Institut Technique des Elevages.
ITGC	Institut Technique des Grandes Cultures.
MADRP	Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural et de la Pêche.
OC	Organisme de Certification
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
OMPI	Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
PI	Propriété Intellectuelle
SCS	Sous Comité Spécialisé
SIQO	Signe officiel de qualité et de l'origine
SP	Secrétariat Permanent
STG	Garantie d'une recette traditionnelle
UE	Union européenne
UNESCO	Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

SOMMAIRE :

Introduction générale.....	01
CHAPITRE I : Les produits de terroirs en Algérie : patrimoine matériel	
1.1. Définition du patrimoine.....	03
1.2. Classification du patrimoine.....	03
1.2.1. Patrimoine naturel.....	03
1.2.2. Patrimoine Immatériel.....	04
1.2.3. Patrimoine matériel.....	04
1.3. Produits de terroirs comme patrimoine matériel.....	05
1.4. Les produits terroirs en Algérie.....	06
1.5. Valorisation du patrimoine matériel à travers la labellisation.....	11
1.6. Les objectifs stratégiques de la labellisation.....	11
1.7. Les instruments de valorisation.....	12
1.7.1. Appellation d'origine (AO).....	13
1.7.2. Indication géographique (IG).....	17
1.7.3. Label agricole de qualité.....	18
1.7.4. Agriculture biologique.....	18
1.8. Le cercle vertueux de qualité liée à l'origine.....	19
1.8.1. Identification.....	20
1.8.2. Qualification du produit.....	20
1.8.3. Rémunération du produit.....	20
1.8.4. Reproduction des ressources.....	21
1.8.5. Les politiques publiques.....	21
Conclusion.....	22
CHAPITRE II : dispositifs de valorisation des produits de terroir en Algérie	
2.1. Les démarches institutionnelles de valorisations.....	23
2.2. Les activités en cours pour la mise en œuvre du système.....	26
2.3. Mobilisation des institutions de recherche pour le développement de ce système.....	29
2.4. Les Manifestations nationales et locales.....	31
2.5. Organisation du système national de labellisation.....	32
2.5.1. Acteurs institutionnels.....	32
2.5.1.1. Comité National de Labellisation (CNL).....	32
2.5.1.2. Secrétariat Permanent (SP).....	32
2.5.1.3. Sous-Comités Spécialisés (SCS).....	33
2.5.1.4. Organisme de Certification (OC).....	33

A.	Institut technique de l'arboriculture fruitière et de la vigne.....	34
B.	Institut technique des cultures maraichères et industrielles.....	34
C.	Institut technique de développement de l'agronomie saharienne.....	35
D.	Institut technique des élevages.....	35
E.	Institut technique des grandes cultures.....	35
2.5.1.5.	Cahiers des charges.....	36
2.5.2.	Acteurs économiques.....	38
2.5.2.1.	Collectifs.....	38
2.5.2.2.	Individuelle.....	38
Conclusion.....		39
CHAPITRE III : Analyses et interprétation des résultats		
3.1.	Importances économiques des produits sous SIQO.....	40
3.1.1.	Au niveau mondial.....	40
3.1.2.	Au niveau de l'Union Européen.....	40
3.1.3.	Cas de l'Algérie.....	43
3.1.3.1.	Importance économique des produits à potentiel de valorisation.....	43
3.1.3.2.	Cas des produits labellisés ou en cours de labellisation.....	45
3.2.	Diagnostic stratégique de la démarche de labellisation.....	46
3.2.1.	La reconnaissance IG-AO.....	48
3.2.2.	La certification et contrôle.....	49
3.2.3.	La durabilité.....	51
3.2.4.	Le plan d'action au niveau local.....	53
3.3.	Analyse SWOT de la démarche de la labellisation.....	54
Conclusion général.....		57
Références bibliographiques.....		58

Introduction Générale

Introduction Générale:

Le bassin méditerranéen a été décrit comme l'une des régions les plus riches et les plus complexes sur les plans géologique, biologique et culturel (**Blondel et al. 2010**). Où 10% des plantes supérieures peuvent être trouvés dans seulement 1,6% de la surface de la Terre. **Myers et al. (2000)**, considèrent que les pays méditerranéens détiennent près de 4,5% de la flore endémique de la planète. L'Algérie, plus grand pays africain et méditerranéen, présente une grande diversité climatique, puisqu'on y rencontre l'ensemble des étages bioclimatiques méditerranéens allant de l'humide au Saharien, assurant ainsi une biodiversité très riche et nombreuse, comptant environ 13.318 espèces, d'après le 4ème rapport de l'Algérie au titre de la CDB (basée sur l'inventaire de 2014), dont la quasi-totalité est représenté par les invertébrés et les végétaux supérieurs, et dont les espèces marines sont environ deux fois moins nombreuses (4.250) que les espèces terrestres (9.068).

La flore algérienne comprend environ 4.000 taxons (exactement 3.994 taxons) répartis sur 131 familles botaniques et 917 genres où 464 taxons sont des endémiques nationales (387 espèces, 53 sous-espèces et 24 variétés), (**Yahi et Benhouhou, 2011**). Cette richesse en ressources naturelles phylogénétiques est très importante dans le maintien de l'équilibre écologique des zones naturelles, ainsi que dans le profit que peut tirer les secteurs économiques (agriculture, pêche et industrie) par rapport à la part de son exploitation, qui s'élève de 20 à 30 % du PIB selon la CDB. Ce faible taux d'utilisation par rapport à la diversité existante, ainsi que le taux marginal d'exportations enregistré hors hydrocarbures, qui avoisine les 6,87% des recettes à l'étranger. (**DGD/MF, 2018**). Sont parmi les raisons pour laquelle, des stratégies de développements et de valorisation des ressources naturelles, ont été adoptés.

De ce fait, la valorisation des produits agricoles par la labellisation, est devenue un des axes stratégiques de la politique de renouveau agricole et rural, en raison de sa capacité d'organiser la production nationale, de donner des signes distinctifs aux consommateurs, et de dégager des possibilités de valorisation de ces produits au niveau de l'exportation pour diversifier l'économie nationale et de créer de l'emploi.

La labellisation par les signes distinctifs liés à l'origine (indication géographique et appellation d'origine) est donc un élément de développement intéressant voir indispensable pour la valorisation des produits agricoles notamment de terroir, c'est un outil idéal pour se distinguer par rapport à d'autres produits sur les marchés locaux et internationaux, d'être protégé contre toute utilisation abusive et de guider le choix du consommateur, dont les exigences de traçabilité et de qualité sont de plus en plus affirmées.

Face à cette situation, les produits de terroirs représentent un marché très porteur mais qui n'est malheureusement pas assez développé dans notre pays, la notion du terroir et de l'aire d'origine sont encore à leur débuts. Cependant, **quelle stratégie de labellisation doit être privilégiée pour assurer la valorisation du patrimoine matériel végétal?** Pour répondre à cette question nous avons émis deux hypothèses :

H1/- Les efforts juridiques mobilisés dans le cadre de la labellisation, constituent des actions nécessaires pour la valorisation du patrimoine matériel végétale ;

H2/- La sélection du produit à haute valeur commerciale peut pénaliser la protection du patrimoine végétale.

Afin de répondre à notre question, confirmer ou infirmer nos hypothèses, nous avons structuré notre travail comme suit :

- Le premier chapitre se propose de fournir des informations de base relatives aux produits de terroirs comme patrimoine matériel en Algérie, nous introduirons tout d'abord les différentes notions du patrimoine, la labellisation et ces instruments. Et enfin les étapes de la valorisation se résumant dans le cercle vertueux de qualité liée à l'origine ;
- Le deuxième chapitre représente la procédure relative à la labellisation des produits agricoles en Algérie. Pour ce faire, nous essayons de présenter le dispositif réglementaire et institutionnel concernant les produits de qualité ;
- Le troisième chapitre est donc dédié à l'analyse de la démarche de labellisation dans sa globalité. Quelques statistiques sont indispensables en vue de se positionner par rapport à d'autres pays du monde ayant une longueur d'onde d'avance par rapport à ce thème, et aussi d'appuyer les discussions de cette démarche avec les résultats de l'analyse SWOTT utiliser dans se sens.

CHAPITRE I

Les produits de terroirs en Algérie : patrimoine matériel

Introduction :

Le patrimoine est un capital naturel qui caractérise les territoires et nous renseigne sur des origines anthropologiques du milieu. Il cristallise des valeurs culturelles et fournit des refuges identitaires cachés au creux des territoires (Di Méo, 1995). La prise de considération de cette ressource spécifique, dont les produits de terroirs est primordiale dans la construction de l'identité d'un terroir. Sans patrimoine, il est difficile de ressentir le goût et l'engouement à l'appartenance à un tel milieu, de sentir l'odeur du pays et de développer notre sentiment d'imprégnation d'un territoire qui nous est propre.

1.1. Définitions du Patrimoine :

Selon l'Unesco : « *Le patrimoine est l'héritage du passé dont nous profitons aujourd'hui et que nous transmettons aux générations à venir* ». (UNESCO, 2018).

Le patrimoine culturel reflète l'identité d'un territoire et relie une population à son passé. Il s'enracine dans l'histoire, l'architecture, les traditions d'une communauté et les ressources naturelles d'un terroir. C'est un héritage culturel partagé qui garantit les identités locales. En ce sens, la valorisation du patrimoine culturel est liée à la façon de le représenter. Elle repose essentiellement sur la préservation de son authenticité et de sa bonne transmission aux générations futures. Cela signifie que le patrimoine culturel a une valeur réelle et qu'il relie trois temps : le passé, le présent et le futur (Trabelssi, 2016).

Le patrimoine peut aussi être défini comme « *l'ensemble des éléments matériels et immatériels qui concourent à maintenir l'identité et l'autonomie de son titulaire dans le temps et dans l'espace par l'adaptation en milieu évolutif* » (Ollagnon, 1989).

1.2. Classification du patrimoine :

Les conceptions traditionnelles du patrimoine culturel présentent ce dernier tel un outil de référence au passé. L'intérêt accordé au patrimoine s'est développé en réaction aux risques de destruction de toutes sortes (vandalisme, projets immobiliers et autres). De nos jours, le patrimoine culturel désigne l'ensemble des œuvres et des traditions issues d'un héritage historique, impliquant une valeur patrimoniale. Cet ensemble, d'après (Trabelssi, 2016), comprend trois axes : naturel, matérielle et immatérielle.

1.2.1. Le patrimoine naturel (le paysage naturel, la faune et la flore) ;

Selon l'UNESCO, 1972, Le patrimoine naturel désigne :

- Les monuments naturels constitués par des formations physiques et biologiques ou par des groupes de telles formations qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue esthétique ou scientifique,
- Les formations géologiques et physiographiques et les zones strictement délimitées constituant l'habitat d'espèces animale et végétale menacées, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science ou de la conservation,
- Les sites naturels ou les zones naturelles strictement délimitées, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science, de la conservation ou de la beauté naturelle.

1.2.2. Le patrimoine immatériel

D'après le manuel méthodologique de l'UNESCO, publié en 2014, le patrimoine culturel immatériel désigne les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, groupes, et dans certains cas individus, reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel. Ces éléments se manifestent dans les domaines suivants :

- Les traditions et expressions orales, y compris la langue comme vecteur du patrimoine culturel immatériel ;
- Les arts de la scène ;
- Les pratiques sociales, rituels et événements festifs ;
- Les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ;
- L'artisanat traditionnel.

1.2.3. le patrimoine matériel

La notion de « patrimoine matériel » rend compte de l'évolution du foncier à la fois comme agencement d'un ensemble de parcelles privées et collectives, des modes de leur transmission (nue-propriété, usufruit, droit d'usage) et des activités exercées sur ces parcelles. (De borteli et al, 2006).

Lors de la 13^{ème} conférence européenne des ministres responsables de l'aménagement du territoire (CEMAT) tenus en Slovénie, le 16-17 septembre 2003. Ce patrimoine est considéré comme étant le plus facile à localiser. Il représente les productions matérielles de l'homme et se compose de différents éléments :

- Les paysages : Ces derniers sont le résultat d'une action séculaire de l'homme sur son milieu ;
- Les biens immobiliers : Les biens immobiliers sont aussi bien les bâtiments de différents usages et qui témoignent d'activités spécifiques ou tout simplement d'un style architectural spécifique ;
- Les biens mobiliers : Dans la catégorie des biens mobiliers rentrent aussi bien les œuvres d'art que les ustensiles d'usage domestique ou professionnel ;
- Les produits : Les produits résultent d'une adaptation aux conditions locales et à des traditions de cultures, d'élevage, de transformation et de préparation.

Le patrimoine matériel peut donc être considéré comme l'ensemble des monuments historiques, des styles d'architectures à l'ancienne, des **produits de terroir**, des métiers d'artisanat, etc...., il reflète donc l'identité d'un territoire et relie une population à son passé. Il s'enracine dans l'histoire, l'architecture, les traditions d'une communauté et les **ressources naturelles d'un terroir**.

1.3. Les produits de terroirs comme patrimoine matériel :

« Un terroir est un espace géographique délimité défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs, et de pratiques fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains. Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et permettent une reconnaissance pour les produits ou services originaires de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent. Les terroirs sont des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à la seule tradition». (INRA France /INAO, UNESCO, 2005).

La FAO, (2010) définit aussi les produits du terroir comme étant des produits différenciés ou différenciables sur la base de leur identité locale ou typicité : leur identification au travers d'une indication géographique (IG) se justifie par le contexte local particulier dont ils sont issus et qui leur confère, aux yeux du consommateur, une particularité, une qualité ou une réputation spécifiques. Comme le montre bien (Allaire, 2013) à travers son étude de dimensions culturelles et les attentes sociétales des produits de terroirs : « Le terroir renvoie à une conception de la qualité, qui ne s'exprime pas qu'en termes techniques ou juridiques, mais aussi dans les pratiques économiques des producteurs, des cultures techniques, des cultures alimentaires et des discours politiques».

Ces pratiques économiques et discours politiques sont très déterminant par rapport à l'aboutissement de cette notion de produits de terroirs. Comme présenter par (Marchesnay, 2001): « les caractéristiques d'un terroir ne deviennent stratégiquement importantes qu'à la suite d'un engagement collectif. Le terroir est ainsi associé à des **choix d'orientation** de l'entreprise et de ses partenaires»

Les produits de terroir sont caractérisés par trois attributs-ressources (Cheriet, 2017) :

- **Tangibles** : spécifications techniques, agro climatiques, géographiques, cahier des charges ;
- **Intangibles** : savoir-faire, valeur, symbole, idées véhiculées ;
- **Historiques** : accumulation de l'expérience, transmission générationnelle ;

A cela, il faudrait ajouter la dimension :

- **Organisationnelle et institutionnelle du territoire** : construction collective, gouvernance locale, dynamique territoriale, rôles des acteurs, etc.

Les produits de terroirs sont issus d'un patrimoine matériel bien entretenu par des savoirs faire transmis sur place au sein d'une communauté rurale stable, ils constituent un héritage particulier de nos aïeux, sa valorisation permet d'améliorer les conditions de vie des populations rurales en les encourageant à perpétuer leurs connaissances et à sauvegarder leur patrimoine tout en apportant une plus-value à leurs produits.

1.4. Les produits terroirs en Algérie :

Les Accords d'Association (les AA) liant les pays du Maghreb à l'UE ont prévu au chapitre coopération une adaptation progressive de l'industrie agroalimentaire de ces pays aux standards de l'UE suivant l'approche de la gouvernance de la qualité par la puissance publique et l'entreprise économique. Le Maroc et la Tunisie ont eu une longueur d'onde d'avance par rapport à l'Algérie, qui est un suiveur tardif de ce programme.

Sahli et Mekersi, (2005) ont identifié et analysé quatre (04) groupes de produits de terroir : la vigne de cuve, les dattes de qualité, l'huile d'olive, les fruits comme les abricots, les fruits de qualité (pommes, les grenades, les olives de table.....etc.). Ils ont pris en charge les aspects techniques et économiques liés aux produits agricoles et agroalimentaires ayant fait ou pouvant faire l'objet d'une démarche de qualification «produits de terroir », ainsi qu'à leurs filières d'appartenance.

En 2009, **Sahli** signalait plusieurs produits à fort potentiel : raisin de table de Médéa, Huile olives de Kabylie, Fruits de montagne (abricot, pomme, noix et grenade : Pomme d'Arris, Abricot de N'gaous, autres fruits : Pêche Bouhlou/Tlemcen, Cerise Miliana, (**Sahli, 2009**). Parmi ces produits agricoles qu'on qualifie de produit de terroirs, on peut citer par exemple les produits agricoles bruts (fruits et légumes, viande,..), les produits d'origine agricole, les produits transformés (fromage Roquefort) ou incorporés dans d'autres recettes, ou encore artisanaux (Poterie, Vannerie.....), on peut ajouter même les produits de la ruche (miel, Pollen, Gelé royal, La cire).

Une liste structurée selon la nature du produit, le potentiel de valorisation, via des démarches de labellisation, nous permet de voir la diversité des produits à potentiel de valorisation (**Cheriet, 2017**). (**Tableau n° 01**).

Tableau n° 01 : Les produits de terroir en Algérie à potentiel de valorisation :

	Produits/origine géographique	Commentaires
Végétal	Dattes Deglet Nour de Tolga Olive de Table de Sig Figs séchées de Beni Maouche	Produits Pilotes/ Labellisation
	Cerise de Miliana, Abricot des Aures/ Messad, Pêche Bouhlou des hauts plateaux, Pomme de Tlemcen, Pommes d'Arris et de Khenchla, Abricots de Ngaous, Raisin de table Titerri et Dahra	Produits identifiés et à fort potentiel
	Plantes aromatiques et médicinales et plantes de cueillette, Fleurs d'orangers /roses (Constantine), Melon jaune canari de Bouteldja, Grenade de Naama et d'El Bayedh Ail d'Aïn Benkhilil (El Bayedh), Noix d'Arris	Fort potentiel mais peu d'intérêt du système de labellisation
Animal	Viande ovine Steppes (Ouled Djellal, Rembi/ Hauts Plateaux, Djelfa, Ain Ouessara ; Hamra de l'Atlas saharien Sud Est et Monts Saida Tlemcen) Miel de Montagne Massif de Chréa	Produits identifiés et à fort potentiel
	Lait de Chamelle, Champignon de l'Edough, truffes de Batna/Msila, Miel d'abeilles sahariennes Viande Mouton « Jilani » (Tebessa)	Fort potentiel mais peu d'intérêt du système de labellisation
Transformés/ Conditionnés	Huile d'Olives de Kabylie, Pates et produits à base de blé et dérivés (Frik de Mila), Rechta de Constantine, Mfermsa de Biskra, Trida de Annaba), Borboucha (couscous de Sétif-Mila) Abricots séchés « Fermés » Figs et Tomates séchées Fromage « Klila » Beurre salé « D'hen »	Fort potentiel, identifiés, mais retard dans la labellisation et difficultés d'élaboration CDC
Origine Agricole	Liège de Jijel, Laine de chameau –Kachabia Lagouat Extraits de fleurs /cosmétiques Racines et écorces d'arbre/ soin- Swak Peaux d'ovins et de caprins (Steppes et Sud)	Fort potentiel mais peu d'intérêt du système de labellisation

Source : (Cheriet, 2017).

L'étude classe les produits de terroirs en Algérie en quatre (04) catégories, à savoir les produits d'origine végétale, animale, transformé/ conditionné ou encore d'origine agricole. Toute en précisant les potentialités et l'intérêt par rapport au système de labellisation pour chaque catégorie.

Conscient de ce potentiel, le Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural et de la Pêche a réservé aux produits du terroir, depuis 2008, une place de choix dans sa nouvelle stratégie de développement agricole par la valorisation des produits agricoles ou d'origine agricole à travers les signes distinctifs de qualité liés à l'origine : les Indications Géographiques (IG) et les Appellations d'Origine (AO). Il distingue, de ce fait, huit (08) catégories, à savoir :

- Produits de l'arboriculture fruitière et de la viticulture y compris transformés : dattes, figues, oranges, olives et raisins ;
- Huiles et graisses d'origines végétale ou animale : Huile d'olive ;
- Produits du maraichage y compris transformés : Fraise, navet, piment, oignon et artichaut ;
- Lait et produits laitiers : Fromages ;
- Viandes et produits à base de viandes : Viandes ;
- Autres produits végétaux y compris transformés : Tomates, eau de fleur et jus de raisin ;
- Miels ;
- Produits de l'artisanat.

Ces catégories sont groupés dans un catalogue portant trente-sept (37) fiches de produits potentiellement labellisable, mis à la disposition du grand public et des professionnels à l'effet de faire connaître ce patrimoine national riche et diversifié et de susciter l'intérêt du consommateur.

Le **(tableau n°02)** ci-dessous regroupe la liste des produits potentiellement labellisable à court-moyens terme, classer selon les catégories ci-dessus citée :

Il faut signaler qu'on raison de l'élargissement de l'inventaire des produits de terroirs en Algérie (87 Produits recensés), d'autres catégories peuvent s'ajouter, il s'agit notamment des catégories suivantes :

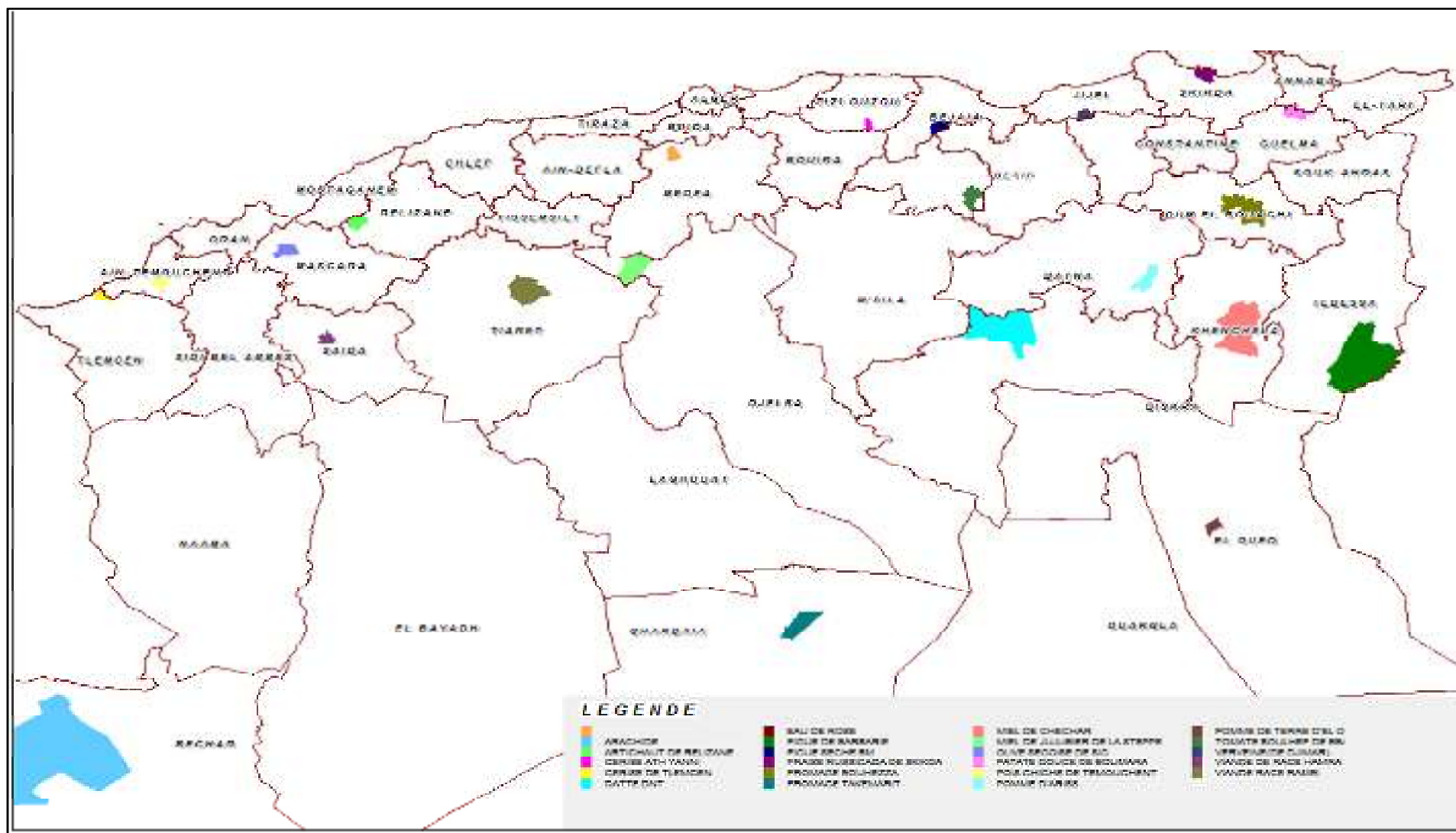
- Autres produits d'origine animale ;
- Produits de la pêche et de l'aquaculture.

Ces produits se répartissent dans différentes zones géographiques du territoire national, ce qui nous donne une vue panoramique représentée à travers la **(Figure n° 01)**.

Tableau n° 02 : liste des produits de terroirs potentiels en Algérie (MADRP).

Produit	Dénomination du Produit	Catégorie	Zone de Production
Dattes	Datte Deglet Nour de Tolga	Produits de l'arboriculture fruitière et de la viticulture y compris transformés	BISKRA
Figue	Figue Sèche de Beni Maouche		Bejaïa, Bordj Bou Arreridj, Sétif
Olive	Olive de Sig		Mascara
Orange	Clémentine de Misserguine		Oran
Raisin	Raisin Ahmar Bou Aneur de Médéa		MEDEA
	Raisin Muscat de Cherchell	Tipaza	
Huile d'olive	Huile d'olive de Roknia	Huiles et graisses d'origines végétale ou animale	Guelma
	Huile d'olive Acbaili Nath Ghobri		Tizi Ouzou
	Huile d'olive des Aurés extraite traditionnellement		BATNA
Fraise	Fraise Russicade Skikda	Produits du maraichage y compris transformés	Skikda
Raisin transformé	Halwet Elaaneb		Médéa
Navet	Navet amer (Left Aachbya)		Tlemcen
Piment	Piment fort séché		BATNA
Oignon	Oignon blanc d'Oulhaça « Corrinta »		Ain T'émouchent
Artichaut	Artichaut de Relizane		Relizane
Fromage	Fromage traditionnelle Bouhezza	Lait et produits laitiers	Oum El Bouaghi, Khanchela, Batna, Souk Ahras
	Fromage Takemarit (KEMERIA)		Ghardaïa
	Fromage la klila		Non encore déterminée
Viande	Viande ovine d'Ouled Djellel de la steppe	viandes et produits à base de viandes	BISKRA, Laghouat
	Viande ovine de race Rembi		TIARET
	Viande ovine de race Hamra		SAIDA, Naama
Frik	Frik (blé dur prématuré)	Autres produits végétaux y compris transformés	BATNA
Tomate	tomate séché en chaoui el Farch		BATNA
Eau de fleur	Eau de fleur d'oranger de Constantine		Constantine
Jus de raisin	Rob de Médéa (concentré de jus de raisin)		Médéa
Miel	Miel de jujubier de la steppe	Miels	Djelfa
Artisanaux	Meule en pierre naturelle (Tasirth)		Batna
	Mortier en pierre (Lamdhakh)		Non encore déterminée

Source : MADRP, 2019



Source : www.igaoterroirs.dz

Figure n° 01 : Carte des produits du terroir à potentiel de labellisation en Algérie (MADRP)

Le ministère chargé de l'agriculture retient la même définition pour le terroir que celle utilisée par l'UNESCO/INAO): « *le meilleur moyen de valorisation des produits de terroir est **la labellisation par des signes officiels de qualité et d'origine**, qui nécessite la participation et la mobilisation de tous les acteurs, notamment les pouvoirs publics, qui jouent un rôle important dans la démarche de valorisation, soit au niveau national ou local.* » (Redjem-Khodja, 2015, Cité par Cheriet, 2017).

1.5. Valorisation du patrimoine matériel à travers la labellisation :

Selon l'encyclopédie universelle consulté en 2019 la labellisation c'est le : « fait d'attribuer un label, marque spéciale introduite par une organisation professionnelle pour identifier et pour garantir l'origine et un niveau de qualité.

D'après le guide international des labels de commerce équitable, édition 2015 :« Un label est une marque spéciale, créée par un syndicat professionnel ou un organisme parapublic, et dont le logo est apposé sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication en conformité avec des critères préétablis dans un cahier des charges ». Il est donc considéré comme un symbole associé à un produit ou à une organisation sur la base du respect d'un cahier des charges établi collectivement. Ce système de garantie est indispensable au choix de l'acheteur lorsqu'il n'a ni le temps ni les moyens de s'assurer par lui-même que les promesses faites sont bien respectées, d'une part, et de récompenser les producteurs respectueux des normes officielles de qualité d'autre part.

Le mot label est réservé aux mentions officielles. Il doit respecter un cahier des charges strict relatif à la qualité des matières premières, au processus et au matériel de fabrication, aux aspects sanitaires du produit fini et aux critères bactériologiques. Les labels apportent aussi d'autres informations aux consommateurs, concernant les origines des produits ou d'autres caractéristiques (produits respectant une éthique, productions issues du commerce équitable...).

La labellisation est donc une démarche:

- De valorisation d'un produit qui apporte des garanties spécifiques au consommateur ;
- Volontaire à l'initiative des agriculteurs;
- Qui se base sur un cahier des charges contrôlé par un organisme tiers et indépendant ;
- Reconnue par les pouvoirs publics ;
- Lourde et coûteuse pour sa mise en place et son fonctionnement.

1.6. Les objectifs stratégiques de la labellisation :

Selon (Hemdani, 2018), les objectifs stratégiques du système de labellisation par les signes distinctif de qualités se résument dans ces trois (03) points:

a. Lutter contre la dévitalisation rurale :

- Maintien du tissu local ;
- Valoriser les savoir-faire et les bassins de productions agricoles traditionnels ;
- Promotion du patrimoine agricole en préservant les traditions culturelles ;

- Préservation de la biodiversité ;
 - Maintenir une agriculture durable notamment dans les zones défavorisées.
- b. Protéger les producteurs et les consommateurs :**
- Valoriser et protéger la démarche volontaire des producteurs ;
 - Informer le consommateur sur l'origine ou la qualité du produit (provenance, mode de fabrication, contrôles réalisés) ;
 - Protéger les produits notamment du terroir contre les usurpations et imitations par les signes distinctifs de qualité.
- c. valoriser au plan économique les produits concernés :**
- Meilleures Pénétration des Marchés ;
 - Tirer vers le haut la qualité des produits et offrir une meilleure segmentation des marchés ;
 - Amélioration de la valeur ajoutée, on favorisant une répartition équitable de la plus- value des produits de qualité tout au long de la chaîne de production et d'élaboration ;
 - Meilleures exportations des produits, par la diversification des produits et du goût et la garantit l'origine et de leur qualité ;
 - Augmentation progressive de la demande tant au niveau national qu'international ;
 - Agrotourisme et savoirs faire traditionnels ;
 - Lutter contre la concurrence déloyale et la fraude ;
 - Qualité et traçabilité.

1.7. Les instruments de valorisation :

Selon le site de l'INAO consulté en 2019, la valorisation des produits de terroirs est possible en utilisant des logos officiels permettent de reconnaître les produits qui bénéficient d'un signe officiel d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO). Ils sont basés sur :

- Une démarche collective et volontaire émanant de producteurs ou d'un groupement de producteurs ;
- Des conditions de production strictes validées par l'État ;
- Des contrôles réguliers réalisés par des organismes indépendants agréés par l'État ;
- Une garantie officielle pour les consommateurs :
 - ✓ Garantie de l'origine (AOC et AOP ; IGP) ;
 - ✓ Garantie de la qualité supérieure (Label agricole, label rouge) ;
 - ✓ Garantie d'une recette traditionnelle (STG) ;
 - ✓ Garantie du respect de l'environnement (Agriculture biologique).

La législation Algérienne à travers le décret exécutif n° 13-260 du 07/07/2013, qui fixe le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, défini dans son article 2 le système de qualité : « *Il est entendu par système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, leur reconnaissance par les signes distinctifs suivants :*

- *L'appellation d'origine (AO) ;*
- *L'indication géographique (IG);*
- *L'agriculture biologique (AB) ;*
- *Les labels agricoles de qualité »*

1.7.1. Appellation d'origine (AO) :

L'arrangement de Lisbonne-traité international signé en 1958, apporte la définition suivante :« *Constitue une appellation d'origine la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains* ». L'Algérie adopte la même définition on précisant, que la production, la transformation et la préparation ont lieu dans l'air géographique délimitée, en conformité avec un cahier des charges d'appellation d'origine.



Logo Algérien de l'AO

Au niveau Européen, on distingue deux (02) sortes de « AO » :

	<p>AOP</p>	<p>Désigne des produits répondant aux critères de l'AOP. Elle constitue une étape vers l'AOC et permet une protection de la dénomination sur le territoire, en attendant son enregistrement et sa protection au niveau européen.</p>
	<p>AOC</p>	<p>Désigne un produit dont toutes les étapes de fabrication (la production, la transformation et l'élaboration) sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même zone géographique, qui donne ses caractéristiques au produit</p>

La protection des appellations d'origine (AO) et leur enregistrement international est octroyé en vertu de l'arrangement de Lisbonne, au moyen d'une procédure d'enregistrement unique, administré par l'OMPI, qui tient à jour le Registre International des Appellations d'Origine. Tout Etat faisant partie de la Convention de Paris⁽¹⁾ peut y adhérer, à l'heure actuelle: on compte **29** parties contractantes (l'Algérie le 24/03/1972), **192** état membre et **897** appellations d'origine ont été enregistrées dans le Registre International, dont **792** sont actuellement en vigueur, la liste complète des parties contractantes à l'Arrangement de Lisbonne figure sur le site web de l'OMPI à la page : http://www.wipo.int/treaties/fr/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=10. (Figure n° 02).

¹La Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle est un traité signé à Paris en 1883. Il fut l'un des premiers traités sur les brevets et le droit des marques. Sa dernière version date du 28 septembre 1979. Elle est administrée par l'OMPI.



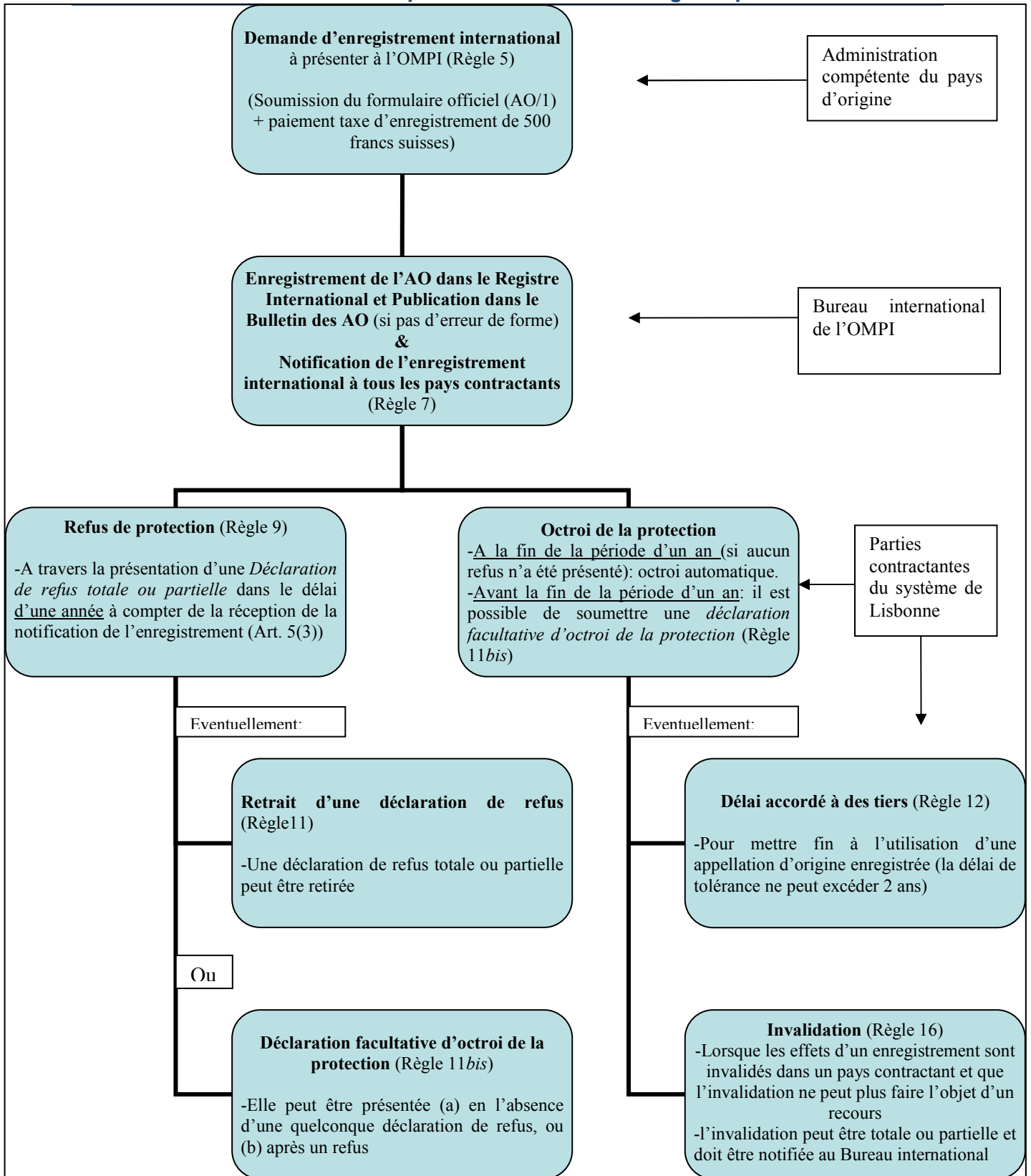
Figure n° 02 : Enregistrement international en vertu du système de Lisbonne

« 07 vins »

	<p><u>Monts du Tessala</u> <u>(AO No. 569)</u></p> <p><u>Produit enregistré</u> : 12 mars 1973.</p> <p><u>Détenteur</u> : Institut de la vigne et du vin (I.V.V.),² 88 rue Didouche Mourad, Alger.</p> <p><u>Zone de production</u> : territoire des sections d'Ain El Berdé, Sidi Ali Bousidi et des crêtes des Berkeches de la wilaya d'Oran.</p> <p><u>Base juridique</u> : Loi No. 62 157 du 31 décembre 1962, abrogé par l'ordonnance n° 73-29 du 05/07/1973.</p>
	<p><u>Huile d'Olive de la Vallée des Baux de Provence</u> <u>(AO No. 806)</u></p> <p><u>Produit enregistré</u> : 29 juin 1998</p> <p><u>Détenteur</u> : producteurs et groupes de producteurs bénéficiant de l'appellation d'origine en question</p> <p><u>Zone de production</u>: territoire délimité dans le département des Bouches-du-Rhône</p> <p><u>Base juridique</u> : Décret du 27 août 1997</p>

Figure n ° 03 : Exemple d'enregistrement international en vertu du système de Lisbonne

² Actuellement ITAFV : Institut Technique d'Arboriculture fruitière et de la Vigne.



Source : Rojal, 2011

Figure n°04: système Lisbonne pour d'enregistrement international des AO.

1.7.2. Indication géographique (IG) :

Selon le guide de demandeur AOC, elle constitue un droit de propriété intellectuelle (PI), autonome, au même titre que le brevet ou la marque. Ce droit est expressément reconnu dans les Accords de l'OMC sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, plus connus sous le sigle ADPIC, agrément de 1994, ou TRIPS (en anglais).

Au terme de l'article 22 de l'accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC), l'indication géographique est définie comme suit : « *On entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.* »

Cette définition de l'IG est extrêmement large, de sorte que peuvent aujourd'hui se ranger sous cette notion aussi bien des produits agricoles, agro-alimentaires qu'industriels ou artisanaux, dont le lien avec l'origine géographique peut-être extrêmement ténue.



Logo Algérien des IG

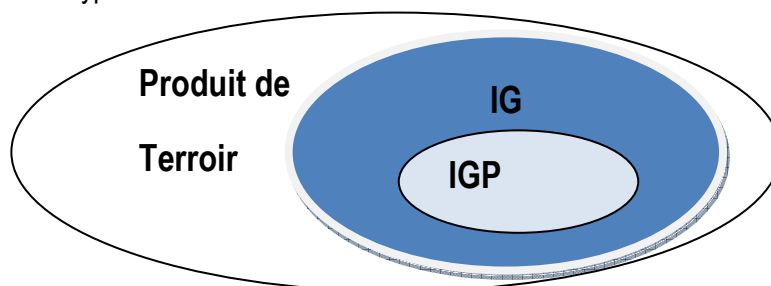
L'indication géographique protégée IGP : désigne un produit dont les caractéristiques sont liées au lieu géographique dans lequel se déroule au moins sa production ou sa transformation selon des conditions bien déterminées. C'est un signe européen qui protège le nom du produit dans toute l'Union européenne.



Logo Européen des IGP

L'étendue de la définition des **IG** permet aussi d'inclure la notion d'appellation d'origine qui constitue une catégorie d'indication géographique dont les exigences sont plus importantes et restrictives.

Une **IGP** présente un lien entre le produit et son origine, mais moins fort que celui de l'**AOP** qui fait appel à une notion de typicité de terroir.



Source : FAO, 2010

1.7.3. Label agricole de qualité :

Label de conformité à certaines normes de qualité et de conditionnement, ne s'appliquant qu'à divers produits agricoles, notamment les fruits et les légumes. Le label agricole consiste en une vignette qui est délivrée aux exportateurs par un organisme officiel et qui, apposée sur les emballages, constitue de la part de l'exportateur l'engagement que le contenu des colis correspond aux normes prescrites.

Le label rouge est un signe français qui désigne des produits qui, par leurs conditions de production ou de fabrication, ont un niveau de qualité supérieure par rapport aux autres produits similaires.



Logo Français du Label rouge

1.7.4. Agriculture biologique:

L'**AB** est un mode de production agricole spécifique, assurant qu'un ensemble de pratiques agricoles sont respectueuses des équilibres écologiques et de l'autonomie des agriculteurs visant à la préservation des sols, des ressources naturelles, de l'environnement et au maintien des agriculteurs. Autrement dit, l'AB est un signe accordé aux produits répondant à des conditions de production biologique, prohibant les produits chimiques de synthèse et assurant la protection de l'environnement en conformité avec un Cahier des charges d'agriculture biologique.

L'**AB** garantit que le mode de production est respectueux de l'environnement et du bien-être animal. Les règles qui encadrent le mode de production biologique sont les mêmes dans toute l'Europe, et les produits importés sont soumis aux mêmes exigences. (*Le logo européen est obligatoire depuis le 1er juillet 2010*).

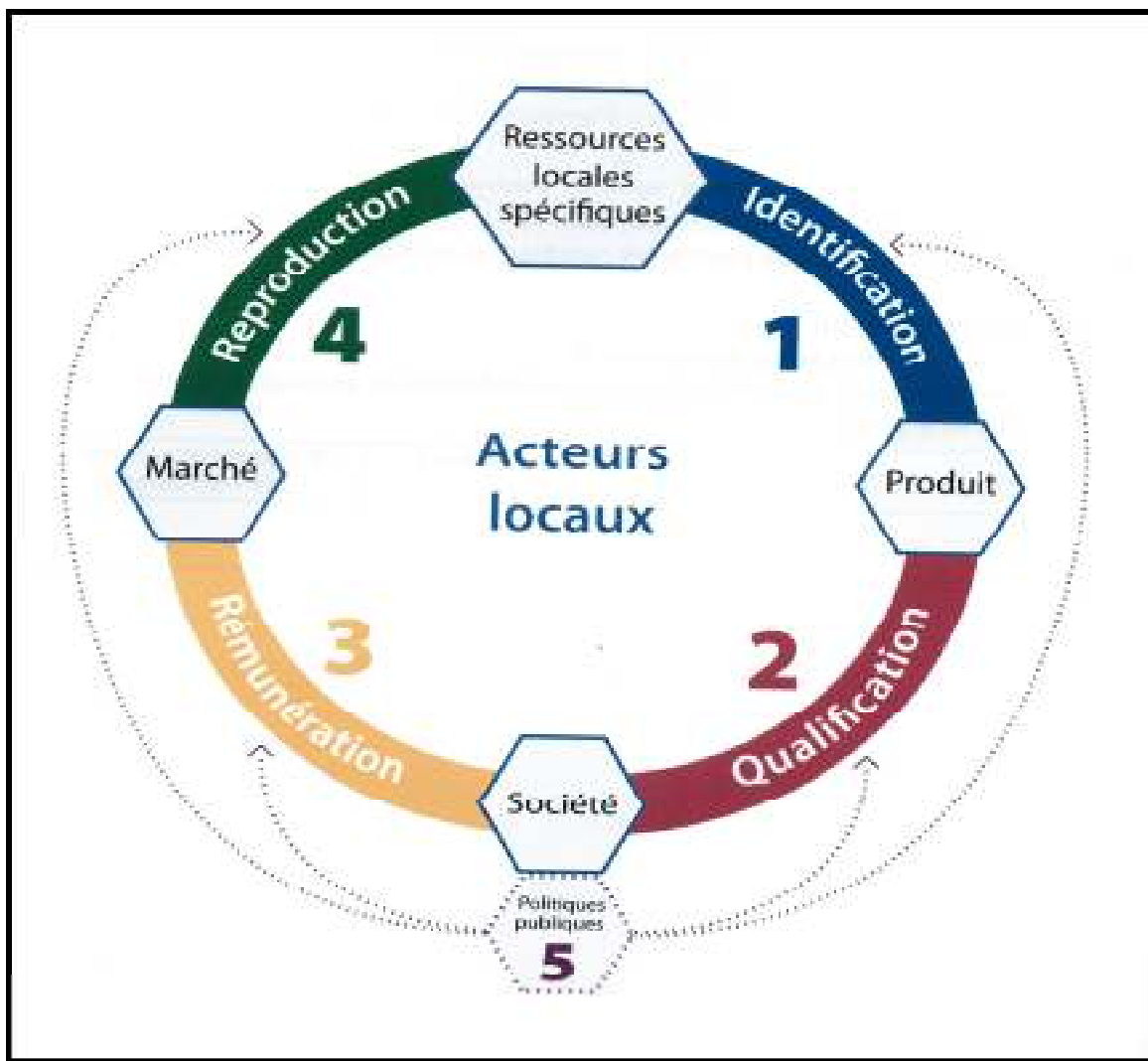


Logo Européen de l'AB

Les produits de terroir possèdent un potentiel pour faire partie d'un cercle vertueux de qualité durable basé sur la valorisation et la préservation des ressources locales. Ce potentiel dépend de leur qualité spécifique qui, elle-même, résulte de l'interaction à l'échelle locale des ressources naturelles (conditions climatiques, caractéristiques du sol, variétés ou races locales, etc.) d'un savoir-faire, de pratiques historiques et culturelles, et de connaissances traditionnelles en termes de production et de transformation des produits. Pour les acteurs locaux, la première étape consiste à prendre conscience de ce potentiel en identifiant des liens entre la qualité du produit et son environnement local. (**FAO, 2010**).

1.8. Le cercle vertueux de qualité liée à l'origine :

Selon la (FAO, 2010), la mise en œuvre d'une démarche IG à l'échelle locale suppose différentes activités et conditions. Le cercle vertueux de qualité liée à l'origine peut être utilisé comme une méthodologie visant à soutenir les acteurs locaux dans leur gestion des activités du système IG et à optimiser son potentiel en matière de développement durable. Ce cercle de qualité propre aux produits du terroir, se compose de quatre grandes étapes: identification des ressources locales, qualification du produit en tant qu'IG (définir les règles), rémunération (gestion du système IG) et reproduction des ressources locales afin de renforcer la durabilité. Les acteurs de la sphère publique peuvent jouer un rôle important tout au long de ce cercle vertueux, en fournissant un cadre institutionnel adéquat et en favorisant les effets positifs potentiels des produits d'origine sur le développement rural.



Source : FAO, 2010

Figure n° 05: le cercle vertueux de qualité liée à l'origine

Les principales étapes du cercle vertueux de qualité liée à l'origine sont les suivantes:

1.8.1. Identification : Connaitre son potentiel :

La première étape du cercle vertueux de qualité consiste à identifier les liens entre le produit et son territoire, son potentiel et les besoins pour sa valorisation, de manière à s'organiser pour l'avenir. Ce potentiel dépend de leur qualité spécifique qui, elle-même, résulte de l'interaction à l'échelle locale des ressources naturelles (conditions climatiques, caractéristiques du sol, variétés ou races locales, etc.) d'un savoir-faire, de pratiques historiques et culturelles, et de connaissances traditionnelles en termes de production et de transformation des produits. Pour les acteurs locaux, la première étape consiste à prendre conscience de ce potentiel en identifiant des liens entre la qualité du produit et son environnement local.

La possibilité d'activer un cercle vertueux de qualité liée à l'origine dépend donc de trois conditions préalables:

- **Le produit:** il doit présenter des caractéristiques uniques liées à son origine, qui lui confèrent sa qualité spécifique et sa réputation sur le marché, et qui correspondent à une demande de consommateurs;
- **Le territoire:** les caractéristiques spécifiques sont le résultat de la combinaison des ressources naturelles et humaines ancrées au lieu de production;
- **Les acteurs locaux:** les producteurs, qui ont hérité de traditions et d'un savoir-faire, aux côtés d'autres acteurs concernés, sont conscients de leur patrimoine et sont motivés pour développer une démarche collective de préservation et de valorisation du produit.

1.8.2. Qualification du produit : Définir les règles d'usage des produits IG :

Dans le cas particulier des Indications Géographiques (IG), ce sont les acteurs de la filière eux-mêmes qui définissent les règles d'usage des IG via le cahier des charges (CDC). Même si le cercle vertueux peut nécessiter un appui externe pour initier la démarche ou contribuer à l'identification des potentiels, au stade de qualification, l'implication active des acteurs de la filière est essentielle. En effet, ce sont eux les mieux placés pour connaître la qualité spécifique de leur produit. Dans un sens, ils peuvent être considérés comme les véritables dépositaires du savoir-faire dont ils ont hérité pour la production et la transformation, nécessaire à l'élaboration du CDC.

Cette étape consiste à la mise en place des règles présidant à la création de valeur et à la préservation des ressources locales.

1.8.3. Rémunération du produit : Commercialiser un produit IG :

Le système IG, son organisation et son/ses produit(s) dépendent fortement de l'étape de la rémunération dans le cercle vertueux de qualité: en effet, seule la rémunération peut garantir la durabilité d'un point de vue économique à long terme. Elle doit donc être envisagée dès la première étape du cercle de qualité. En effet le stade de l'identification doit permettre de vérifier précisément si un produit IG a, sur le marché, un potentiel pouvant se traduire par des ventes générant des revenus et des bénéfices suffisants permettant de soutenir l'initiative IG dans son ensemble. C'est seulement une fois cette étape validée que les suivantes peuvent être envisagées.

Bien connaître les marchés, les circuits de distribution, les attentes des consommateurs, les mécanismes de vente et la concurrence, autrement dit la commercialisation, est un bon moyen de limiter les risques d'échec commercial et, point important, de dégager des revenus et des bénéfices pour l'organisation IG et ses membres. Les bénéfices permettront au système IG, de se maintenir sur le long terme dans la mesure où les dépenses seront couvertes, où les membres recevront une rémunération satisfaisante et où des investissements pourront être réalisés.

La commercialisation des produits IG s'accompagne de défis à relever: celle-ci doit être envisagée au niveau collectif du point de vue de l'organisation IG, et au niveau individuel du point de vue de chaque entreprise. Il est très important de prendre en compte ces deux niveaux. D'autres aspects liés à la qualité, au territoire, aux questions sociales et culturelles, ainsi que d'autres secteurs économiques concernés, comme le tourisme, doivent être pris en compte dans le cadre de la commercialisation des produits IG.

1.8.4. Reproduction des ressources locales : Clef d'une IG durable :

La quatrième étape du cercle vertueux de qualité, la reproduction, consiste à assurer que les ressources naturelles et humaines utilisées dans le système IG sont reproduites, c'est-à-dire améliorées et préservées, de manière à garantir la durabilité économique, sociale et environnementale à long terme. La reproduction concerne la viabilité sociale et économique (redistribution de la valeur et rémunération), ainsi que la préservation des ressources naturelles et culturelles au fil du temps :

- D'un point de vue économique, la redistribution de la valeur créée le long de la chaîne de valeur entre les différents acteurs impliqués dans le processus de production, transformation et commercialisation doit être équitablement partagée en fonction de la contribution de chacun ;
- Concernant les composantes sociale et culturelle, la reproduction consiste à promouvoir les traditions et l'héritage culturel, renforçant ainsi le sentiment d'identité locale et la fierté des habitants, et à favoriser le maintien des populations locales dans les zones rurales, en luttant contre les menaces liées à l'exode rural: pauvreté, manque d'information et d'accès aux marchés ;
- Concernant la composante environnementale, la reproduction vise la préservation, voire l'amélioration, des ressources naturelles en garantissant au fil du temps un équilibre entre exploitation et développement d'une part et préservation ou amélioration de l'environnement et de la biodiversité d'autre part.

1.8.5. Les politiques publiques : Créer les conditions pour le développement des IG:

Fournissent le cadre institutionnel et une éventuelle assistance au fil des étapes du cercle. Les acteurs de la sphère publique (autorités nationale, régionale et locale, autres instances et institutions représentant l'intérêt public) peuvent jouer un rôle important dans la valorisation des produits de terroir afin de renforcer leur contribution positive au développement rural et durable. Pour commencer, ils peuvent fournir un cadre juridique et institutionnel permettant la reconnaissance, la réglementation et la protection des droits de propriété collective sur les IG. En outre, des politiques publiques favorables peuvent créer les conditions propices à un meilleur développement des produits d'origine, en favorisant leur impact positif sur les aspects économiques, sociaux et environnementaux au cours des différentes étapes du cercle vertueux de la qualité.

Conclusion :

Nous retiendrons à travers ce chapitre que la notion du patrimoine matériel trouve tout son sens dans la définition des produits de terroirs à travers ces dimensions physique qui se manifeste dans les conditions naturels, dimensions humaines dans la prise de conscience collectif de l'homme et temporelle dans la transmission des pratiques de production et du savoir-faire à travers les générations

Leurs valorisations à travers la labellisation est un moyen d'organisation de la production et de différenciation sur le marché locale et internationale, assurant ainsi un développement durable par l'approvisionnement continu des ressources naturelles spécifiques nécessaires à la pratique de ce patrimoine.

CHAPITRE II

Les dispositifs de valorisation des produits de terroir en Algérie

Introduction :

La réputation des produits de terroirs bénéficie à tous les acteurs utilisant les signes distinctifs de qualité liée à l'origine, la mise en place d'un dispositif garantissant ainsi leurs valorisations et protections devient une nécessité. Dans ce chapitre nous allons présenter le dispositif national de valorisation des produits de terroirs, ainsi que l'organisation du système nationale de labellisation défini par les pouvoirs publics.

2.1. Les démarches institutionnelles de valorisation :

L'Algérie disposait dès 1973 (enregistrement international : WIPO/ Sys Lisbonne), de sept (07) appellations d'origine garantie dans le secteur vinicole :

- **Décret 70-186 du 1er décembre 1970** fixant les conditions d'attributions de l'appellation d'origine garantie « Ain Bessam-Bouira » ;
- **Décret 70-187 du 1er décembre 1970** fixant les conditions d'attributions de l'appellation d'origine garantie « coteaux du Zaccar » ;
- **Décret 70-188 du 1er décembre 1970** fixant les conditions d'attributions de l'appellation d'origine garantie « Médéa » ;
- **Décret 70-189 du 1er décembre 1970** fixant les conditions d'attributions de l'appellation d'origine garantie « Coteaux de Mascara » ;
- **Décret 70-190 du 1er décembre 1970** fixant les conditions d'attributions de l'appellation d'origine garantie « Dahra » ;
- **Décret 70-191 du 1er décembre 1970** fixant les conditions d'attributions de l'appellation d'origine garantie « Monts de Tessala » ;
- **Décret 70-192 du 1er décembre 1970** fixant les conditions d'attributions de l'appellation d'origine garantie « Coteaux de Tlemcen » ;
- **Décret 76-121, 16 juillet 1976** : relatif aux modalités d'enregistrement et de publication des appellations d'origine et fixant les taxes y afférentes ;
- **Décret exécutif 98-68 du 21 février 1998** portant création et statut de l'institut national algérien de propriété industrielle (INAPI) ;
- **Décret exécutif 98-69 du 21 février 1998** portant création de l'institut algérien de la normalisation (IANOR).

La question des produits de terroir n'est pas uniquement un sujet académique, depuis 2008, les pouvoirs publics ont adopté une stratégie volontariste pour développer ce segment de la production agricole. Dans cet esprit, un processus de labellisation a été lancé afin de mettre en place le système national de qualité des produits agricoles et d'origine agricole.

Dans le cadre des réformes agricoles, l'Algérie a adopté :

- **Loi n°8-16, du 3 août 2008** portant **orientation agricole**, qui définit le cadre général du dispositif de reconnaissance de la qualité des produits agricoles par les signes liés à l'origine à côté des labels agricoles et des produits d'agriculture biologique.

Cette loi prévoit dans ces articles 32 et 33, la mise en place d'un système de qualité des produits agricoles et d'origine agricole, par quelques signes distinctifs de qualité : indication géographiques, appellations d'origine, labels agricoles et agriculture biologique. Elle pose également les principes de contrôle et de traçabilité pour les produits labellisés ;

- **Décret exécutif n°13-260 du 7 juillet 2013** fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, il définit les principaux acteurs du système et leurs rôles.

Ainsi le fonctionnement du système est bâti sur (04) instances (comité national de labellisation (CNL), Sous comité spécialisé (SCS), secrétariat permanent (SP), Organisme de certification (OC) ;

En application de ce décret, cinq (05) arrêtés d'application ont été adoptés en 2014, 2016 et 2018 :

- **Arrêté nomination CNL : Arrêté du 28 décembre 2014** fixant la liste nominative des membres du comité national de labellisation.

Le (CNL) a été installé le **30 juillet 2015** par le ministre de l'agriculture (MADRP) : c'est un comité interministériel avec des cadres des directions centrales, et des représentants des associations professionnelles (agriculture, agro-industrie, commerce) et des consommateurs ;

- 1) **Arrêté organisation : Arrêté du 05 mai 2016** portant les dispositions relatives au fonctionnement et à l'organisation du système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, fixe les règles relatives au fonctionnement et organisation du système de qualité (CNL, SCS, OC) : Etablie la procédure de reconnaissance (IG et AO).

Cet arrêté précise l'organisation générale du système de qualité et les missions des différents acteurs.

- 2) **Arrêté procédure : Arrêté du 05 Mai 2016**, fixant la procédure de reconnaissance des appellations d'origine, des indications géographiques et des labels agricoles de qualité.

Cet Arrêté décrit de manière détaillée la procédure de reconnaissance initiale d'un produit, celle de modification d'un cahier des charges et celle d'annulation.

- 3) **Arrêté Logos : Arrêté interministériel du 31 octobre 2016**, fixant les caractéristiques techniques, les mentions, les inscriptions, les signes et les couleurs utilisés par les logos (AO) et (IG) des produits agricoles ou d'origines agricoles. Cet arrêté définit les logos officiels à utiliser pour les produits bénéficiant d'une IG ou d'une AO et leurs règles d'utilisation.

- 4) **Arrêté contrôle : Arrêté interministériel du 11 Décembre 2018**, fixant les règles relatives aux contrôles et à la certification des appellations d'origine (AO), des indications géographiques (IG) et des labels agricoles de qualité ainsi que les modalités d'agrément des organismes de certification (OC).

Cet arrêté décrit de manière détaillée le système et les procédures de contrôle et de certification des produits bénéficiant de ces signes.

En plus de ces cinq (05) arrêtés, les deux (02) produits labélisés, à savoir, la **figue sèche de beni maouche** ainsi que la **Datte Deglet Nour de Tolga** ont bénéficié chacune d'un arrêté de reconnaissance:

- **Arrêté du 22 septembre 2016** portant attribution du signe distinctif de reconnaissances de la qualité du produit agricole en indication géographique de la « **Figue Sèche de Béni Maouche**»;
- **Arrêté du 22 septembre 2016** portant attribution du signe distinctif de reconnaissances de la qualité du produit agricole en indication géographique de la « **Datte Deglet Nour de Tolga** »;

D'autres textes et documents régissent également le fonctionnement du système de qualité :

- ✚ **Guide de procédure** : qui est destiné à faciliter le travail des membres du **CNL** et du **SP** pour l'instruction des dossiers de reconnaissance, ainsi que pour les modifications du cahier des charges. Il est destiné aux **acteurs institutionnels**, précise l'ensemble des règles de procédures à mettre en œuvre pour la reconnaissance initiale d'un produit, la modification d'un cahier des charges ou l'annulation d'une reconnaissance ;
- ✚ **Guide de demandeur** : qui décrit de manière détaillée l'ensemble des actes de la procédure de reconnaissance, depuis les premières réflexions collectives des demandeurs jusqu'à l'enregistrement. Il est destiné aux acteurs professionnels et aux groupements demandeurs de la reconnaissance d'un produit, précise l'ensemble de la démarche à accomplir pour obtenir la reconnaissance d'un produit en IG ou AO, depuis les réflexions initiales très en amont jusqu'à la présentation du dossier pour validation; il intéresse également les institutions locales en appui, membres des SCS.
- ✚ **Le Règlement intérieur du CNL** : Il définit de manière détaillée le fonctionnement du CNL ;
- ✚ **Le Règlement intérieur des SCS** : Il définit de manière détaillée le fonctionnement du SCS ;
- ✚ **Le Manuel de contrôle** : qui est en cours de finalisation, Il sera destiné principalement aux organismes de certification ainsi qu'aux institutions chargées de la supervision du dispositif de contrôle- CNL et SP , il décrira de manière pratique les modalités de mise en œuvre des opérations de contrôle et de supervision du dispositif de contrôle ;
- ✚ **Le catalogue des produits de terroirs en Algérie** : Il regroupe des fiches de trente-sept (37) produits potentiellement labellisable à court et moyen terme, il contient l'historique du produit, son terroir, sa portée culturelle, sociale et économique. Son objectif est de faire connaître au grand public et aux professionnels ce patrimoine national riche et diversifié et de susciter l'intérêt du consommateur, disponible sur: <http://www.igaoterroir.dz/pdf/catalogue1.pdf>.
- ✚ **Mise en marche d'un site web spécifique** : igaoterroir.dz : C'est un site qui présente les produits de terroirs et potentiels en Algérie, sous forme d'un catalogue regroupant une trentaine de produits potentiellement labellisable, régit par des textes juridiques, manuelles, règlements et guides concernant le système de labellisation en Algérie, tous disponible et téléchargeable sur ce site.

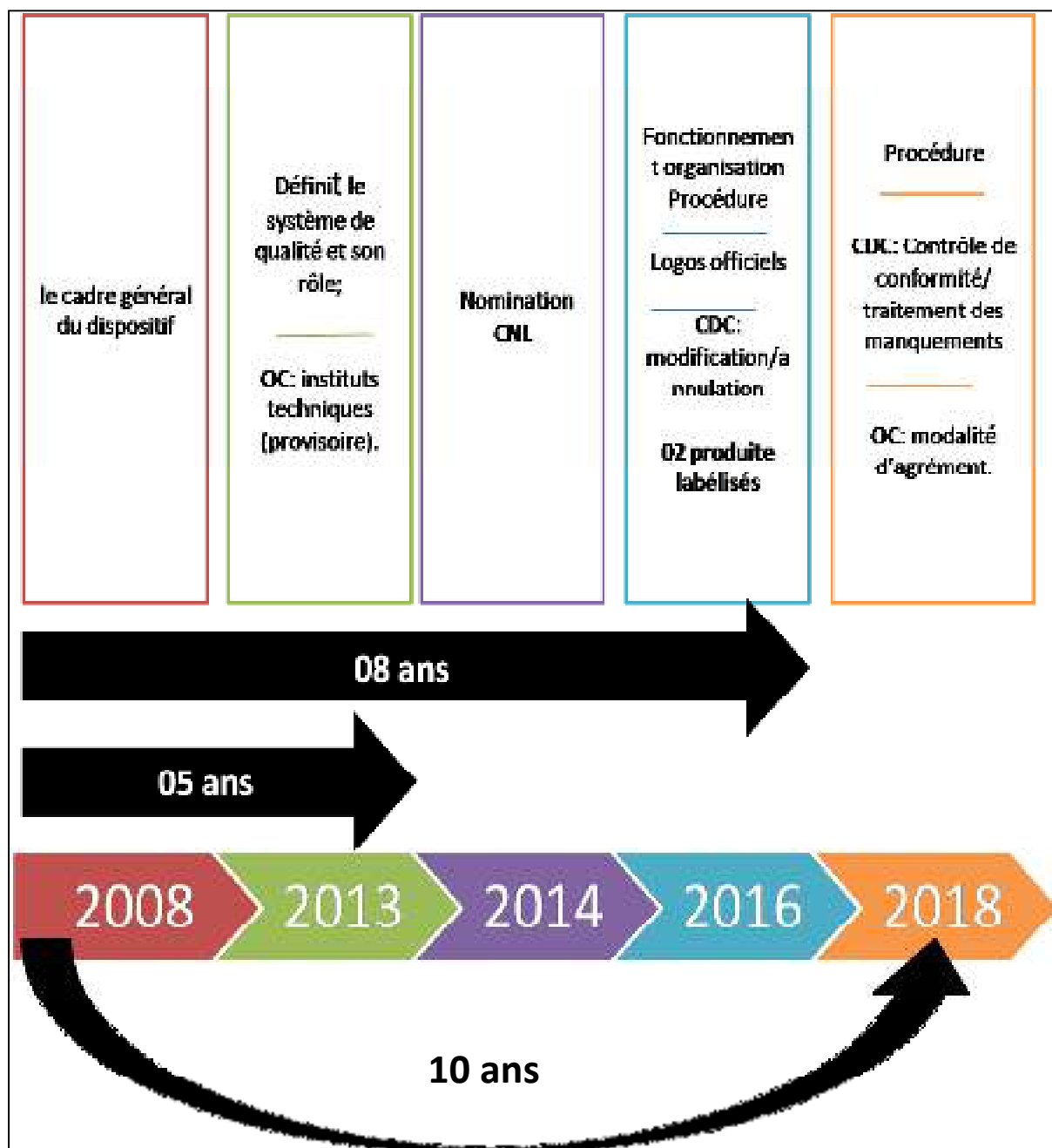
2.2. Les activités en cours pour la mise en œuvre du système :

- ✚ **Elargir l'inventaire des produits** : Actuellement, l'Algérie compte une soixantaine de produit potentiellement labellisable, mais pour lesquelles les réflexions ne sont pas suffisamment abouties pour pouvoir affirmer ce lien et engager officiellement une démarche de reconnaissance. Cette situation peut être liée à une organisation des acteurs économiques insuffisante pour avancer efficacement dans ces réflexions. Pour ce, l'Etat est en train de jouer un rôle dans l'accompagnement de ces démarches notamment par l'appui qui peut être apporté par les structures locales, Direction des Services Agricoles des wilayas, Chambres d'Agriculture, Instituts techniques notamment ;
- ✚ **Lancement d'un plan de communication et de sensibilisation** : Par la finalisation d'un support médiatique sur la labellisation sous forme vidéo, en se basant sur les deux produits, contenant les informations suivantes : procédures réglementaire, élaboration de cahier des charges, contrôle et certification et commercialisation, d'une part. Et d'autre part, par la réalisation d'une caravane sur 46 wilayas (Illizi et Tizi-Ouzou est déjà faite), sous la coordination de la DOFMVPP, avec la participation de l'INVA, DSA, CNA profession ;
- ✚ **Renforcement des capacités** : Par la formation des acteurs concernés sur le dispositif, le contrôle et le marketing, sous forme d'atelier régionaux, avec la participation des pouvoirs publics, associations et instituts techniques ;
- ✚ **Elaboration des dossiers de reconnaissance de** :
 - **Fromage BOUHAZZA** : Publication dans deux quotidiens nationaux de la demande de reconnaissance en indication géographique, le 26, 27 et 28 février 2019, aucune opposition, arrêtée en cours de finalisation ;
 - **Olive de table de SIG** : Produit pilote, non aboutit à cause d'un problème au niveau de l'association. Le cahier des charges est en cours de finalisation ;
 - **Huile d'olive ACBALI NATH GHOBRI** : Phase identification avancé, Cahiers des charges en cours d'élaboration ;
 - **Oignon OULHASSa (Ain Temouchent)** : Phase identification ;
 - **Miel IDOUGH** : Phase identification ;
 - **Fromage TAKAMARIT (Ghardaïa)** : Phase Identification ;
 - **Fraise RUSSICADE** : Phase identification.
- ✚ **Règlement et organisation d'AB** : En Algérie, il n'existe pas de plan national pour l'agriculture bio, les textes législatifs spécifiques à ce secteur ne se sont mis en place que tardivement (**Abdellaoui, 2012**). Cette question est abordée dans les textes portant sur la Stratégie Nationale de Développement Durable, depuis, plusieurs activités sont en cours de réalisation à savoir :
 - Tenue de séances de travail en vue du renforcement du cadre réglementaire approprié ;
 - Décision d'installation du comité national pour le développement de la production en mode Bio, élaborée et transmise aux concernés pour avis et complément ;

Tableau n° 03: Evolution de la législation régissant le système national de labellisation.

		2013	2014	2016	2018
Le système de qualité	AO	Définition		procédure de reconnaissance	Règle de contrôle/ de certification
	IG	Définition		procédure de reconnaissance	Règle de contrôle/ de certification
	Label agricole de qualité	Définition		procédure de reconnaissance	Règle de contrôle/ de certification
	AB	Définition			
	Logos	Définition		2 logos attribués	
Organisation du système de qualité	CNL	Définition	Liste nominatif	Missions	
	SP	Définition		Missions	
	SCS	Définition		Missions	
	OC	Définition			Modalité d'agrément
	Institut technique/ Centre spécialisé	Organisme de certification (transitoire)			
Fonctionnement du système de qualité	Cahiers des charges	Définition		Modification/ annulation.	Contrôle de conformité/ traitement des manquements
	Registre des reconnaissances	Définition			
	logos	Définition		Règles d'utilisation	
	Procédure de reconnaissance			la procédure de reconnaissance initiale	
Produits	Figue sèche de béni maouche	Produits retenus		Attribution de l'IG	
	Datte Deglet Nour de Tolga			Attribution de l'IG	

Source : Elaboré par l'auteur sur la base des textes juridiques en vigueur



Source : Elaboré par l'auteur sur la base des textes juridiques en vigueur

Figure n°06 : Evolution de la législation régissant le système national de labellisation.

2.3. Mobilisation des institutions de recherche pour le développement de ce système:

2.3.1. Dans le cadre des Projets de coopération avec l'Union Européenne :

A. Projet de diversification de l'économie (DIVECO 1) ; INRA 2009-2012 :

Le programme d'appui à la diversification de l'économie en Algérie "DIVECO 1", signé en décembre 2009 et financé par l'Union Européenne, a pour objectif d'appuyer la stratégie de diversification de l'économie algérienne, notamment les secteurs de l'agriculture, de l'agro-alimentaire et du tourisme afin d'améliorer leurs performances économiques sur le marché national et à l'export. Ces actions visent à appuyer les ministères concernés, les institutions techniques, les organisations professionnelles agricole et agroalimentaire, les structures liés au tourisme à progresser dans la mise à niveau au plan qualité.

Plus de 60 % du budget de ce programmes qui avoisine 20 millions d'euro, est destinée au secteur de l'agriculture, qui s'appuie sur la mobilisation d'expertise technique, notamment relatifs à l'amélioration des dispositions réglementaires, la réalisation d'un programme de formation pour améliorer les capacités de gestion, la fourniture d'équipements en faveur des laboratoires et centre techniques. Il cible également l'amélioration du cadre législatif en métiers de sécurité des aliments ainsi que la création de centres techniques.

Le renforcement de la diversification de notre économie constitue une des priorités majeures des pouvoirs publics, car la réalisation de cet objectif conditionne le renforcement de la capacité de notre pays à minimiser les risques liés à une trop forte dépendance à l'égard des exportations du seul secteur des hydrocarbures.

B. Jumelage IGAO: (2014-2016)

Financé par l'Union européenne dans le cadre de la politique de Voisinage européen et de l'Accord d'association UE-Algérie, le jumelage « Renforcement du dispositif de reconnaissance de la qualité des produits agricoles par les signes distinctifs liés à l'origine (IGAO) » entre la France (Ministère de l'Agriculture appuyé par l'INAO, le CIRAD, et les Chambres d'Agriculture), l'Italie et l'Algérie (Ministère de l'Agriculture), était doté de 1,4 million € et s'est déroulé de mai 2014 à août 2016.

L'objectif était de doter l'Algérie, dans le cadre de sa politique de développement agricole et rural d'un dispositif de reconnaissance, de contrôle, de protection et de promotion des produits agricoles sous appellation d'origine et indications géographiques. Ceci impliquait l'atteinte de quatre résultats :

- **La rédaction des textes juridiques cohérents avec la réglementation communautaire** : cette base réglementaire est nécessaire au fonctionnement de ce système tout en permettant la prise en charge d'autres dossiers de reconnaissances d'autres produits. Cette base est compatible avec la réglementation européenne et les principaux accords internationaux (accords ADPIC, arrangement de Lisbonne, normes internationales relatives à l'accréditation et à la certification par tierce partie ;
- **La mise en place des institutions centrales nécessaires** : CNL et son secrétariat (qui est considéré comme la cheville ouvrière de ce système) sont en place et

fonctionnent, mais avec le temps, ces institutions vont acquérir de l'expérience dans les années à venir sur les différents aspects du fonctionnement du système ;

- **La formation des fonctionnaires et des professionnels** : l'objectif est, pour les années à venir, de diffuser largement la connaissance des instruments IG/AO auprès des professionnels susceptibles de porter des projets. Il ne s'agit pas de former l'ensemble des agriculteurs, mais de cibler les leaders professionnels et les responsables d'associations dans l'ensemble du pays.
- **La reconnaissance de trois produits pilote de datte, olive de table et figue** : 2 des 3 produits ont achevés leur processus avec succès et ont été officiellement reconnus en IG. Pour le 3ème produit (olive de Sig), le processus n'est pas encore parvenu à terme, en raison d'une complexité technique et économique plus grande. Loin d'être un échec, cette situation montre la capacité du système et la volonté de ces acteurs à traiter de manière approfondie les demandes de reconnaissance sans en ignorer les difficultés.

C. PASA: (2017-2021)

Programme d'appui au secteur de l'agriculture (y compris dans la gestion de l'eau, l'agro-industrie et la pollution agricole), a pour objectif global la connaissance et la diversification de l'économie du secteur agricole et agro-alimentaire algérien ainsi que l'accroissement de la compétitivité des acteurs économiques de trois filières agro-alimentaires stratégiques dans une vision de promotion inclusive, durable et socialement équilibrée des chaînes de valeurs.

Les filières concernées par ce projet : le maraîchage (cultures potagères incluant la pomme de terre), les dattes pour la zone Sud représentée par la wilaya de Biskra et el El Oued ainsi que l'huile d'olive pour la zone de la vallée de la Soummam.

L'observatoire du ministère de l'agriculture algérien, déjà engagé sur tous les aspects liés à l'analyse et le suivi de filières, sera une partie prenante dans ce projet qui durera 4 ans et qui apportera certainement une valeur ajoutée au secteur agricole en Algérie.

2.3.2. Autres projets avec l'UE :

- Produits de terroirs méditerranéens Conditions d'émergence, d'efficacité et modes de gouvernance (CIHEAM-IAM Montpellier-INRAA) ;
- Savoir-faire locaux et tradition dans les systèmes traditionnels : enjeux et impacts. Cas de la production animale en milieu agropastoral ICARDA CRDI (Canada) INRAA- (UR Djelfa);
- Projet PNR « Normalisation et labellisation d'un produit de terroir, l'huile d'olive dans la région de Bejaia. « quelles conditions d'émergences, face au dispositif réglementaire et institutionnel » Université Montpellier- INRAA et Université Blida ;
- Projet en cours: Agriculture biologique : FAO- ITAF.

2.4. Les Manifestations nationales et locales : (Tableau 04)

Année	Manifestations	Initiateurs / collaborateurs
2008	15ème journée Nationale de la Vulgarisation Agricole sous le thème «développement et valorisation des produits de terroir	DFRV – MADRP - toutes les DSA et CAW et Instituts
2011	Atelier national sur les Indications Géographiques et les produits agricoles	MADRP et OMPI
2012	Rencontre sur la labellisation de la variété Muscat de Cherchell	CAW Tipaza et DSA et ITAFV et CNCC
	Séminaire National " valorisation des produits agricoles algériens"	MADRP (INRAA - DFRV) et UE
2016	2ème édition de la fête de la prune de Laalam (Wilaya de Bejaïa)	DSA, CAW, associations, CF, DJS, tourisme, DRE, DPRH, PNG, UCD de Bejïa,
	1ère édition foire des agrumes de la daïra de Timezrit	DSA et CAW de Bejaïa, APC Timezrit
2017	Foire Agricole et produits de terroirs	DSA et CAW Bejaïa
	Foire de la prune (Tamridjet, sub Souk el Tenine	
	Journée technique sur la labellisation	
	Foire de la figue sèche	
	Foire des noix	
	2ème édition de la fête de la cerise	
	Fête de l'abricot	
	Foire de la figue sèche	
2018	Foire agricole sur les produits de terroir	Subdivision de Maatkas et le comité de village Tadakli Azemour Oumariem
	Journée technique sur les différents produits de terroir	DSA Tizi Ouzou - CAW, Univ Mouloud Mameri, Univ de Bejaia et ITMAS de Tizi Ouzo
	Journée national d'évaluation sur la labellisation « évaluation et perspective »	Tous les acteurs concernés
2019	Le Grand marché de yennayer 2969 des produits de terroir et de l'artisanat	Ferme pédagogique D'Alger (Zéralda), et en collaboration avec "la maison Lahlou"
	Première édition de la fête de cerise d'Ath Mellikech	DSA et chambre de Béjaia, Sbddivision de Tazmalt, APC Ath Mellikeche

Source : HEMDANI, 2018.

2.5. Organisation du système national de labellisation:

La nature du système de garantie dépend des particularités du marché visé et du contexte économique, social et culturel de chaque pays. En Algérie, le système de labellisation adopté est organisé en acteurs institutionnels et économiques.

2.5.1. Acteurs institutionnels:

Il s'agit des acteurs publics, ou privés agissant par délégation dans un cadre public, ayant un rôle dans la mise en œuvre du système. Ils ont été institués par le décret de 2013 et leurs rôles sont précisés dans ses arrêtés d'application (arrêtés organisation, procédure, contrôle).

2.5.1.1. Comité National de Labellisation : CNL

Il est institué auprès du ministre chargé de l'agriculture et composé de **22 membres** représentant différents ministères, d'autres institutions administratives, techniques ou scientifiques, la profession agricole et le secteur agroalimentaire (composition fixée par le décret de 2013, nomination des membres par arrêté du CNL). Il est présidé par le représentant du ministre chargé de l'agriculture.

C'est l'organe central du dispositif. Le comité est chargé d'une manière générale d'œuvrer à l'utilisation, à la promotion et au renforcement du système de reconnaissance de la qualité des produits agricoles ou d'origine agricole et de proposer au ministre chargé de l'agriculture toute mesure ou action visant l'amélioration et l'efficacité de ce système.

Son rôle premier est d'examiner et valider les dossiers de reconnaissance, avec les cahiers des charges, qui lui sont soumis, avant la décision de reconnaissance que le ministre peut prendre.

Il est également chargé :

- De superviser le système de contrôle et de certification des IG et AO et d'en valider les grandes orientations.
- D'examiner et valider les demandes d'agrément des organismes de certification avant leur agrément décidé par le ministre.
- De valider les plans de contrôle détaillés de chacun des produits labellisés.
- D'examiner les recours qui lui sont transmis.

Le fonctionnement du CNL est régi par son Règlement intérieur.

2.5.1.2. Secrétariat permanent : SP

Le Secrétariat Permanent est institué auprès du CNL et placé sous l'autorité du président du Comité.

Chargé de la **mise en œuvre concrète du système de labellisation**, c'est le rouage essentiel qui met en relation les acteurs aux différents stades de la procédure de reconnaissance, dans le fonctionnement du système de contrôle et dans les modifications apportées à des produits déjà labellisés.

Le Secrétariat Permanent est ainsi notamment chargé de :

- Recevoir et enregistrer les demandes de reconnaissance apportées par les groupements demandeurs ;

- Transmettre les dossiers de reconnaissance et les oppositions entre les acteurs concernés aux différents stades de la procédure : président du Comité, Sous-comité Spécialisé, groupement demandeur, et en réaliser des synthèses ;
- Préparer et dresser les procès-verbaux des réunions du Comité ;
- Tenir le registre des reconnaissances ;
- Assurer le suivi des organismes de contrôle et de leurs activités et réaliser un bilan de ces contrôles.

Le Secrétariat permanent est placé auprès de la Direction de l'Organisation Foncière, de la mise en valeur et de la Protection des Patrimoines (DOFMVPP) du ministère de l'agriculture. Ses membres sont nommés par décision du ministre de l'agriculture.

2.5.1.3. Des sous-comités spécialisés : SCS

Pour chaque produit ayant fait l'objet du dépôt officiel d'une demande de reconnaissance auprès du Secrétariat Permanent par un groupement demandeur, un Sous-comité Spécialisé est nommé par le président du **CNL** pour examiner et instruire cette demande, et élaborer un dossier de reconnaissance incluant un projet de cahier des charges à soumettre à la validation du CNL. Cette instruction technique aboutit notamment à définir précisément les caractéristiques spécifiques de produit, sa méthode d'élaboration, l'aire géographique et le type de signe, IG ou AO, à faire reconnaître. Elle peut prendre plusieurs mois, voire plusieurs années.

Un Sous-comité Spécialisé est composé de représentants du ministère de l'agriculture, des instituts techniques et d'instituts nationaux de recherche scientifique concernés par le produit, d'associations de producteurs de la filière, des chambres d'agriculture des wilaya concernées et d'associations de protection des consommateurs.

Il instruit la demande en étroite concertation avec le groupement demandeur.

2.5.1.4. Les Organismes de certification : OC

Un système de reconnaissance de produits en **IG** ou **AO** ne peut exister sans un dispositif de contrôle et de certification destiné à en assurer l'effectivité et à garantir la qualité et la conformité des produits mis sur le marché.

Le contrôle du respect du cahier des charges est un élément indispensable pour garantir la fiabilité du système de qualité des produits agricoles et donner confiance dans le produit tant aux acteurs économiques engagés dans la démarche qu'aux consommateurs. Ce contrôle ainsi que la certification en IG ou AO qui en résulte sont assurés par des organismes de certification privés de droit algérien sélectionnés conformément aux normes internationales relatives à la certification des produits par tiers. Ils doivent notamment avoir reçu une accréditation délivrée par **ALGERAC** et un agrément du ministre chargé de l'agriculture.

Le décret de 2013 prévoit une phase transitoire initiale pendant laquelle les opérations de contrôle et de certification seront assurées par les Instituts Techniques concernés. Pour ce, et dans le cadre de la mise en œuvre de ce mécanisme, un programme d'appui aux organismes ou institutions nationales est lancé, en vue d'être accréditées pour la certification et le contrôle.

L'organisation et le fonctionnement du dispositif de contrôle sont décrits de manière détaillée dans l'arrêté de contrôle. Un Manuel de contrôle qui est en cours de finalisation, destiné aux organismes de certification et aux autres acteurs, décrit de manière pratique les modalités de mise en œuvre des opérations de contrôle et de supervision du dispositif de contrôle.

Le cahier des charges inclut un Plan général de contrôle qui indique les principaux points à contrôler indispensables pour respecter les caractéristiques essentielles du produit. Il est complété par un Plan de contrôle détaillé, élaboré par l'organisme de certification conjointement avec le groupement demandeur, en même temps que ou juste après l'élaboration du cahier des charges, auquel il est intimement lié. Ce document définit les procédures d'identification des opérateurs, décrit de manière détaillée l'ensemble des points à contrôler et les procédures pratiques de leur contrôle ainsi que les sanctions à appliquer en cas de non-respect, ou "manquement", d'un point du cahier des charges, et les fréquences de contrôle auprès des opérateurs. Ce plan de contrôle doit être validé par le Comité National de labellisation.

Le dispositif de contrôle prévoit trois (03) niveaux de contrôle :

- **Autocontrôle** : assuré par les acteurs économiques eux-mêmes sur leur propre production ;
- **Contrôle interne** : assuré par les groupements auprès des opérateurs identifiés ;
- **Contrôle externe** : par un organisme tiers, l'organisme de certification, qui est le seul contrôle conforme aux normes internationales.

Les organismes de contrôles spécialisés sont:

A. Institut technique de l'arboriculture fruitière et de la vigne ITAFV:

C'est un établissement public à caractère administratif (EPA), il est à vocation scientifique et technique. Les principales missions sont :

- ❖ Etude de comportement des espèces arboricoles et viticoles (variétés et porte-greffes) ;
- ❖ Amélioration et conservation des ressources génétiques ;
- ❖ Contribution à la labellisation des produits arboricoles et viticoles ;
- ❖ Étude des techniques de production en arboriculture fruitière et viticulture ;
- ❖ Assistance technique, formation, animation et démonstration.

A titre transitoire, cet établissement est considéré comme organisme de contrôle des produits : **Figure sèche de Beni maouche, Olive de table de sig et huile d'olive Acbali.**

B. Institut technique des cultures maraîchères et industrielles ITCMI

C'est un établissement public à caractère administratif (EPA), en plus de ses missions principales concernant le développement de la recherche dans le domaine de la plasticulture, des cultures maraîchères et industrielles, il joue un grand rôle dans :

- ❖ Développement de l'agriculture biologique ;
- ❖ Développement et mécanisation des filières stratégiques par de nouvelles technologies de production ;
- ❖ Généralisation des techniques d'irrigation économiseur d'eau.

C. Institut technique de développement de l'agronomie saharienne ITDAS:

C'est un établissement public à caractère administratif, ces missions concernant le développement des zones sahariennes, notamment la valorisation des produits agricoles liée à ce territoire se manifeste dans la :

- ❖ Conservation et multiplication du matériel végétal et animal de base ;
- ❖ Accompagnement des filières agricoles ;
- ❖ Gestion durable des ressources naturelles (eau, sol et environnement) et préservation des ressources génétiques et changement climatique ;
- ❖ Labellisation et transformation des produits agricoles (palmier dattier) ;
- ❖ Développement de la production animale, de l'arboriculture et des fourrages et des grandes cultures.

A titre transitoire, cet établissement est considéré comme organisme de contrôle du produit **Deglet Nour de Tolgua**.

D. Institut technique des élevages ITELV:

C'est un établissement à caractère public administratif (EPA) à vocation scientifique et technique. Il a comme mission :

- ❖ Valoriser les produits des élevages ;
- ❖ Promouvoir les techniques d'élevage, et les techniques de traitements des productions animales et d'origine animale ;
- ❖ Mettre en œuvre des schémas de sélection et de croisement pour l'amélioration génétique des espèces animales ;
- ❖ Mettre en place et organiser des modèles de contrôle des performances zootechniques ;
- ❖ Développer les systèmes et méthodes d'alimentation animale, notamment l'affouragement.

A titre transitoire, cet établissement est considéré comme organisme de contrôle du produit **fromage Bouhazza**.

E. Institut technique des grandes cultures ITGC:

C'est un établissement public à caractère administratif (EPA), à vocation scientifique et technique, il est chargé du développement de la filière des grandes cultures, afin de répondre aux besoins alimentaires du pays et aux nouveaux défis révélés par les crises alimentaires et les risques climatiques. L'ITGC a aussi comme mission :

- ❖ Valorisation et conservation des ressources naturelles et sécurité alimentaire ;
- ❖ Renforcement de la sécurité alimentaire du pays, en s'appuyant sur la promotion d'un environnement incitatif et un renforcement technique.
- ❖ Augmentation des rendements, amélioration de la production en quantité et en qualité tenant compte de l'évolution économique, technologique et technique, de la situation sociale et des conditions environnementales.

2.5.1.5. Cahiers des charges (CDC):

C'est un document qui définit les règles d'usage d'une indication géographique (IG). Son élaboration constitue une étape très importante car il constitue la norme volontaire que les acteurs locaux doivent respecter pour être en droit d'utiliser l'IG (FAO, 2010). Exemple de CDC de la datte DAGLET NOUR DE TOLGUA .

Le CDC pourra comporter les éléments suivants :

- a) **Le demandeur** : L'IG est une **démarche volontaire et collective**, c'est-à-dire portée par un groupement de producteurs et/ou de transformateurs et/ou des vendeurs (acteurs de la filière, si elle existe), ou autres, le plus souvent regroupés en association. Il est donc indispensable de mettre en place une organisation collective (groupement) ;
- b) **le nom du produit** : La présence d'un nom géographique est obligatoire dans un nom d'IG. La demande porte sur le nom d'un produit agricole ou agro-alimentaire ou artisanal auquel est adjoint un nom géographique.
- c) **le type de produit** : Les types de produits sont à titre principal destinés à l'alimentation humaine, ils peuvent être aussi des produits agricoles non alimentaires, des produits industriels et artisanaux
 - produits végétaux et animaux ;
 - préparations de viandes, poissons, fruits et légumes...
 - boissons à base d'extraits de plantes ;
 - bières et autres boissons fermentées ;
 - vins et spiritueux ;
 - produits artisanaux.
- d) **La description du produit** : La description du produit doit comprendre les matières premières, le cas échéant, et les principales caractéristiques physiques (pH, forme, aspect...), chimiques (présence/absence d'additifs, de résidus,...), microbiologiques (utilisation de tel ou tel ferments, présence de germes...) et/ou organoleptiques (saveur, texture, couleur, profil sensoriel...) du produit ou de la denrée.

Une bonne description du produit, ainsi que ses différentes présentations (frais, surgelé, en conserve,...) permettent de mettre en avant ses caractéristiques et ses spécificités.

- e) **la définition de l'aire géographique de production (=délimitation)** : L'aire géographique désigne un territoire au sein duquel doit être réalisée l'élaboration du produit. Elle est définie par une liste d'entités administratives ou par des limites géographiques naturelles. La formalisation des critères de délimitation doit avoir été faite par le demandeur, de manière précise et objective.

La délimitation est l'action de circonscrire et de matérialiser une aire de production à l'intérieur de laquelle est produite l'IG.

- f) **la méthode d'obtention** : Cette partie constitue le **corps technique de la demande**. Il s'agit du cahier des charges d'obtention du produit. Elle doit porter sur l'ensemble des étapes concernées par la localisation du produit, incluant, si besoin, le conditionnement.

Ainsi, pour les productions animales : race, pratiques d'élevage : alimentation, passage à l'herbe, allaitement, ..., âge d'abattage, maturation, classement des carcasses, pH, ..., autres. Pour les productions végétales : variétés, date de semis et de récolte, délais récolte, mode de récolte, stockage, conditionnement, ...

Pour les productions transformées : description des matières premières, description du processus de fabrication, ...

- g) **le lien avec l'origine géographique** : C'est le point essentiel qui justifie le dépôt d'une demande au titre d'une IG. Il doit faire le lien entre le produit, ses spécificités ou particularités et le nom géographique demandé. Il s'articule autour de trois notions :

- **une qualité déterminée** : Il doit expliquer pourquoi la localisation entraîne une qualité différente, liée à l'origine géographique (sols, climat, ...). Celle-ci pourrait être mise en avant au travers :
 - de la couleur d'une viande due à l'alimentation locale caractéristique ;
 - d'une variété ou d'une race locale ;
 - d'un sol ou d'un climat particulier apportant au produit cultivé une forme ou un goût unique ;
 - l'affinage, le salage avec le sel de la zone (pour les produits transformés).
- **une notoriété** : Elle comporte le plus souvent trois parties : l'historique, la notoriété ancienne et actuelle :

La notoriété ancienne est apportée par le produit et son histoire depuis des dizaines, voire des centaines d'années :

La notoriété actuelle peut être représentée par une composante économique significative, locale, nationale ou internationale.
- **une caractéristique** : Il peut être fait référence à un savoir-faire spécifique, qui pourrait être valorisé en le comparant aux techniques usuelles :
 - mode d'élevage ;
 - techniques culturelles ;
 - processus de fabrication, etc.....

- h) **le contrôle** : Le produit sous IG doit provenir de la région délimitée et il doit être élaboré selon des règles retenues. De ce fait, il est nécessaire d'identifier les éléments permettant d'assurer une traçabilité du produit depuis l'amont jusqu'au produit fini. De plus, il est nécessaire de **mettre en place un système de contrôle pour s'assurer du respect du cahier des charges**. Les services de contrôle doivent offrir des garanties suffisantes d'objectivité et d'impartialité à l'égard de tous les opérateurs.

- i) **les éléments liés à l'étiquetage du produit sous IG** : L'étiquetage du produit sous IG doit faire apparaître l'identification du produit comme « indication géographique ». Celle-ci peut se manifester soit par l'apposition d'une expression comme par exemple : « café de *« nom géographique »* », indication géographique » soit par la création d'un logo ou signe spécifique

pour identifier les produits sous IG (exemple : logo IGP européen). L'étiquetage, la présentation et la publicité du produit sous IG ne doivent pas créer de confusion dans l'esprit du consommateur.

2.5.2. Acteurs économiques :

Les acteurs économiques participant au système de qualité des produits agricoles sont les producteurs agricoles, transformateurs, conditionneurs, etc. engagés dans la démarche de labellisation, soit collectivement ou individuellement.

2.5.2.1. Collectifs :

Cette démarche collective est représentée par des groupements de demandeurs et gestionnaires du signe. Où, plusieurs associations existent et activent dans le système de labellisation, sur l'ensemble de ces associations, cinq (05) ont introduit leurs dossiers de reconnaissance, dont déjà (02) labellisés :

- Association pour la valorisation et la protection de la dénomination « Datte Deglet Nour de Tolga » de la Wilaya de BISKRA;
- Association des figuiculteurs de la commune de Beni Maouche;
- Association de la wilaya de l'olive de Sig de mascara ;
- Coopérative Acbali Nath Ghobri ;
- Association Fromage de Bouhazza.

2.5.2.2. Individuels :

Engagement individuel des acteurs économiques

Les acteurs économiques volontaires pour élaborer un produit reconnu en IG ou en AO et bénéficier du signe doivent s'identifier auprès du groupement demandeur et s'engager à respecter le cahier des charges et à accepter les contrôles.

Pour chaque produit reconnu en IG ou AO, la liste des opérateurs identifiés est tenue à jour par le groupement gestionnaire. Elle sert de base à la mise en œuvre des contrôles.

Conclusion :

Une réelle volonté publique pour la valorisation des produits de terroir se manifeste à travers :

- La fourniture d'un cadre juridique et institutionnel permettant la reconnaissance, la réglementation et la protection des droits de propriété collective sur les IG ;
- L'organisation du système national de labellisation par : l'installation des institutions centrales (CNL, SCS, SP et les OC), en charge de la reconnaissance des signes distinctifs liées à l'origine des produits agricoles, et la mobilisation d'associations et/ou coopératives considérer comme groupement demandeur et gestionnaire du signe ;
- L'accompagnement de tous les acteurs de la démarche à travers le cercle de qualité liée à l'origine ;
- La création des conditions propices à un meilleur développement des produits d'origine, en favorisant leur impact positif sur les aspects économiques, sociaux et environnementaux ;
- La sensibilisation des producteurs et autres acteurs locaux, sur les caractéristiques et le potentiel des produits IG ;
- L'amélioration de l'information par rapport au concept IG ;
- La permission de la participation de l'ensemble des catégories d'acteurs locaux pour la définition du CDC ;
- L'adoption du logo national pour la catégorie des produits IG ;
- La construction de l'identité du produit par l'harmonisation des modes de production et des pratiques commerciales autour des réseaux d'acteurs et institution ;

CHAPITRE III

Analyse et interprétation des résultats

Introduction :

En explorant la littérature relatif à la stratégie de labellisation des produits de terroir sous SIQO, nous avons obtenus plusieurs résultats, que se soit positif ou négatif. Nous présenterons dans ce chapitre, d'abords l'aspect économique des produits de terroirs, et son importance vis-à-vis du marché international, le diagnostic stratégiques de la démarches de labellisation afin de voir son effet sur la valorisation du patrimoine matérielle.

3.1. Importance économique des produits sousSIQO:

On observe un mouvement significatif de développement des SIQO. Les indications géographiques progressent car elles répondent à une demande croissante de consommation d'être rassurés en matière de provenance, de qualité et d'authenticité. Elles reflètent et valorisent également une histoire, un patrimoine et un savoir-faire ancestral liés à un terroir donné. A la suite de « l'Arrangement de Lisbonne », certains pays ont institué des régulations publiques (organismes nationaux chargés de gérer la qualité, les procédures d'agrément, les mécanismes de contrôle...) qui visent à identifier, à protéger et à valoriser des produits liés aux territoires.

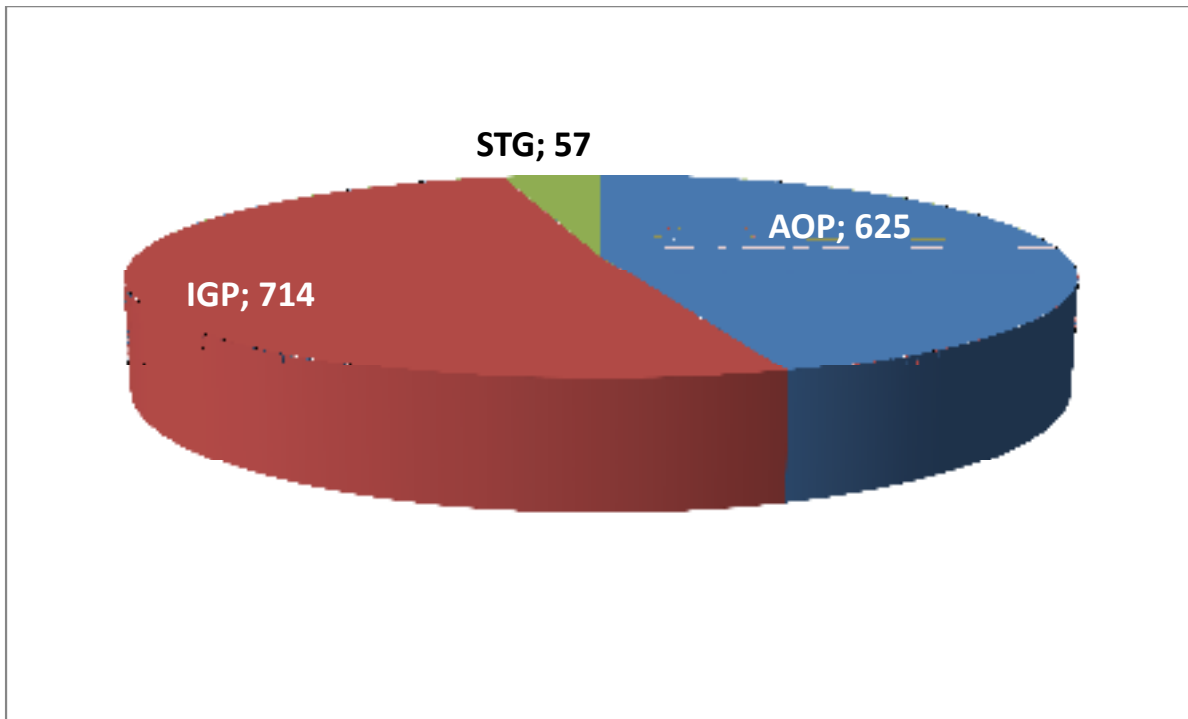
3.1.1. Au niveau mondial :

Les produits sous indication géographique ne sont plus l'apanage de la France, ni même de l'Europe. Ainsi, depuis 2007, 18 IGP et 8 AOP de pays tiers ont été enregistrées sur la base européenne des indications géographiques agroalimentaires. Ils concernent des pays développés (2 pour la Norvège), émergents (10 pour la Chine, 2 pour l'Inde et 1 pour le Brésil) et en développement (1 pour le Maroc, 4 pour la Thaïlande). Ils bénéficient à ce titre de la protection des 28 États-membres sur la totalité du territoire européen. En ce qui concerne le vin, le nombre total d'indications géographiques est de 440 (Afrique du Sud : 153, Australie : 78, Chili : 61, Suisse : 37). Un vin brésilien (Vale dos Vinhedos) et un vin américain (Napa Valley) bénéficient d'une AOP (**Journal officiel de la république française, 2018**).

3.1.2. Au niveau de l'Union Européen :

Différents règlements européens précisent les systèmes de qualité liés à l'origine. Ce sont l'appellation d'origine protégée (AOP) et l'indication géographique protégée (IGP) pour les vins et les produits agricoles et agroalimentaires, l'indication géographique (IG) pour les boissons spiritueuses et les produits vinicoles aromatisés et la spécialité traditionnelle garantie (STG) pour les produits agricoles et agroalimentaires. La mention « produit de montagne » est établie en tant que mention de qualité facultative. Le signe de qualité IGP est particulièrement dynamique avec 714 enregistrements au niveau européen ce qui lui permet d'occuper la première place en Europe en terme des signe de qualité, l'Italie et la France sont les deux premiers pays produisant des produit sous IGP, par rapport à AOP qui enregistre 625 produits agroalimentaires, vient ensuite le STG avec 57 enregistrements (**figure n° 7**). Les indications géographiques protégées occupent une place très importante avec 714 produits agroalimentaires sous IGP.

Pour la France, cinq nouveaux AOP et trois IGP ont été enregistrés en 2017 relevant des viandes, des fruits et légumes et du fromage.



Source : *Elaboré par l'auteur sur la base des statistiques de la commission européenne du 01/03/2018*

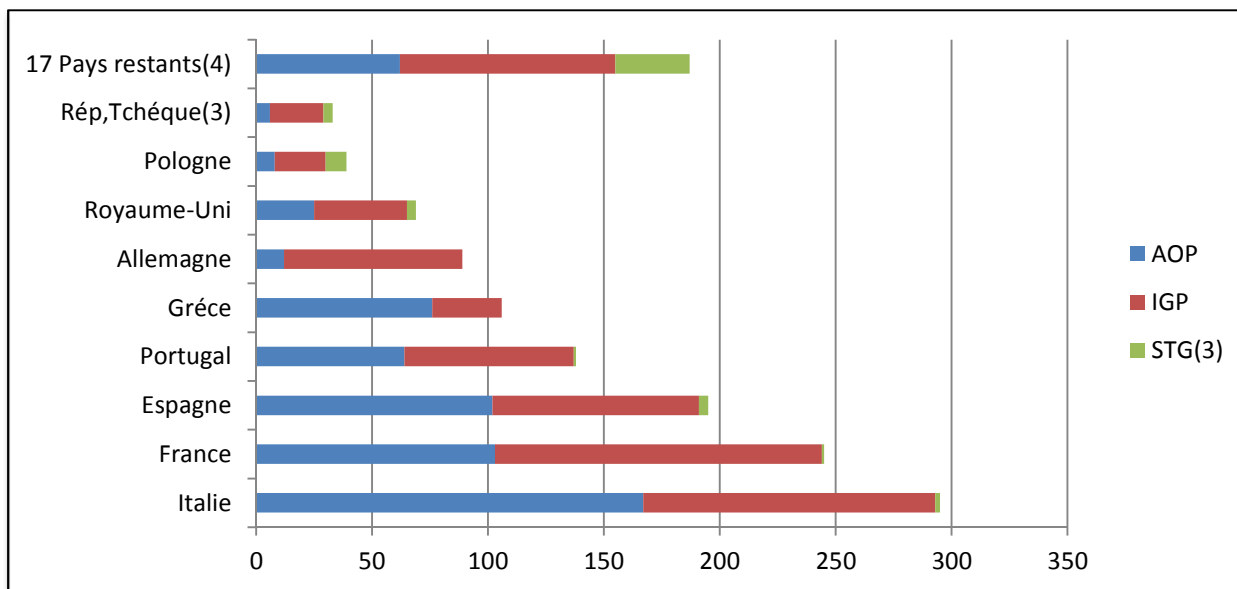
Figure N°07: Classement des SIQO à l'UE

Début 2018, environ 1400 produits agroalimentaires, hors vins et spiritueux, étaient enregistrés en Europe en AOP/IGP/STG par 26 pays de l'UE ; 21% sont Italiens, 18 % Français (**Figure n°8**).

Au cours des 3 dernières années (2015-2017), 109 nouvelles IGP ont vu le jour dont 9 pour la Croatie qui initie une politique de qualité en s'appuyant sur les signes officiels. L'AOP a été moins dynamique sur la période avec seulement 45 nouvelles reconnaissances.

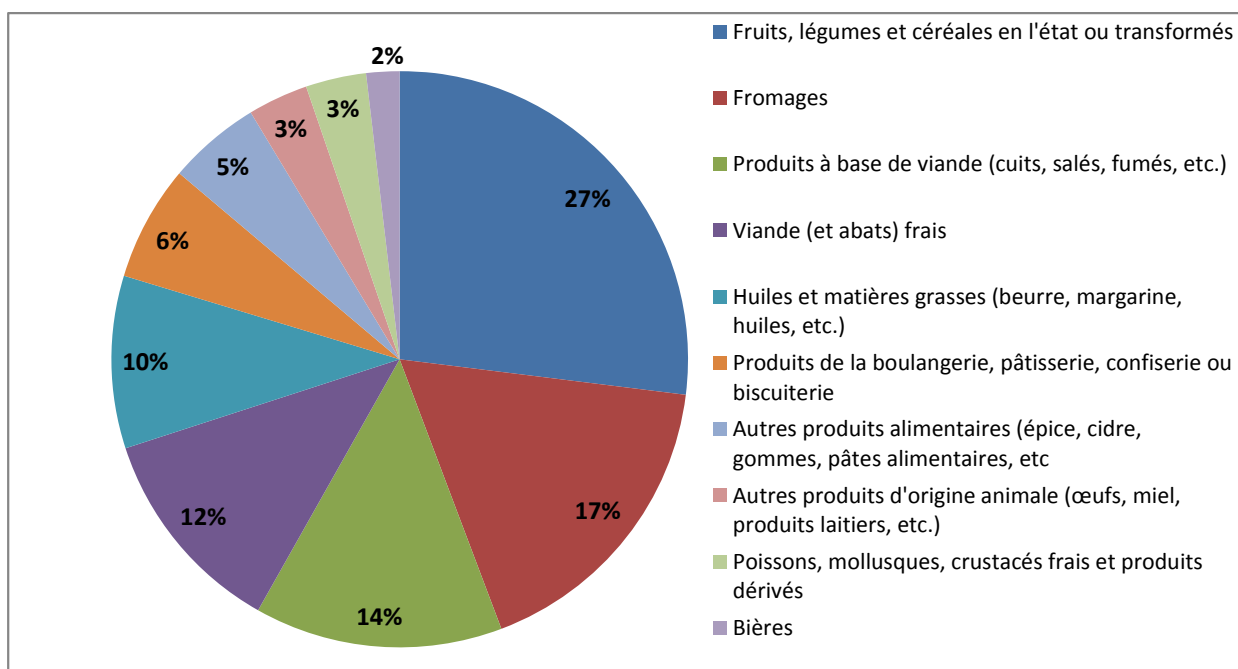
Concernant les vins, 1 763 vins AOP/IGP sont enregistrés par 21 pays européens auprès de la Commission européenne. L'Italie est le premier pays pour le nombre de vins répertoriés en AOP/IGP (603) devant la France (454), ces deux pays représentant 60 % du nombre total enregistré dans l'Union européenne.

27 % de ces SIQO européens concernent des fruits, légumes et céréales en l'état ou transformés, 17 % des fromages, 13 % des produits à base de viande (cuits, salés, fumés, etc.), 12 % de la viande fraîche et 10 % des huiles et matières grasses. La France est le premier pays pour le fromage et la viande fraîche (**Figure n° 9**).



Source : Etablie par l'auteur sur les données de la commission Européenne - Base DOOR – extraction au 23/01/2018

Figure N°08 : Nombre d'AOP/IGP/STG agroalimentaires enregistrés dans l'UE.



Source : Etablie par l'auteur sur les données de la Commission Européenne –graph Agri, 2018

Figure N°09 : Filières concernés par les SIQO enregistrés dans l'UE

¹(4) STG sont communs à la République tchèque et à la Slovaquie.

² Les 17 pays restants sont : Autriche, Belgique, Bulgarie, Chypre, Croatie, Danemark, Finlande, Hongrie, Irlande, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Pays-Bas, Roumanie, Slovaquie, Slovénie, Suède.

3.1.3. Cas de l'Algérie :

Les pays en développement sont souvent confrontés à des problèmes de valorisation de leurs produits agricoles qui se traduisent malheureusement par un fort exode rural des populations agricoles très pauvres. Les SIQO peuvent apporter des éléments de réponse en la matière. En assurant une meilleure rémunération de la production, et une dynamique économique dans les territoires. Les indications géographiques sont un outil collectif utile pour protéger et promouvoir des produits spécifiques, mais peuvent également être utilisées pour développer des systèmes économiques et alimentaires durables.

Le journal officiel de la république française dans son édition de 2018, explique que l'accompagnement de la mise en œuvre des procédures de reconnaissance et leurs financements font d'ailleurs l'objet de politiques de coopération internationale. Certains pays l'ont bien compris comme par exemple la Côte d'Ivoire pour le cacao, le Vietnam pour la noix de cajou et l'Algérie pour les dattes et la figue sèche.

En Algérie, les produits de terroir connaissent depuis quelques années un développement rapide, par la mise en place d'un dispositif réglementaire pour protéger et appuyer cette démarche. Cependant, il n'y a que certains produits qui bénéficient d'indications géographiques comme le vins (VAOG), les dattes et la figue sèche. Les autres produits, comme l'olive de Sig, l'huile d'olive Acbali Nath Ghobri, ou encore le fromage traditionnelle Bouhazza,.....etc., sont en cours de reconnaissance autant que produits de terroirs à cause de leurs spécificité et qualité.

3.1.3.1. Importance économique des produits à potentiel de valorisation :

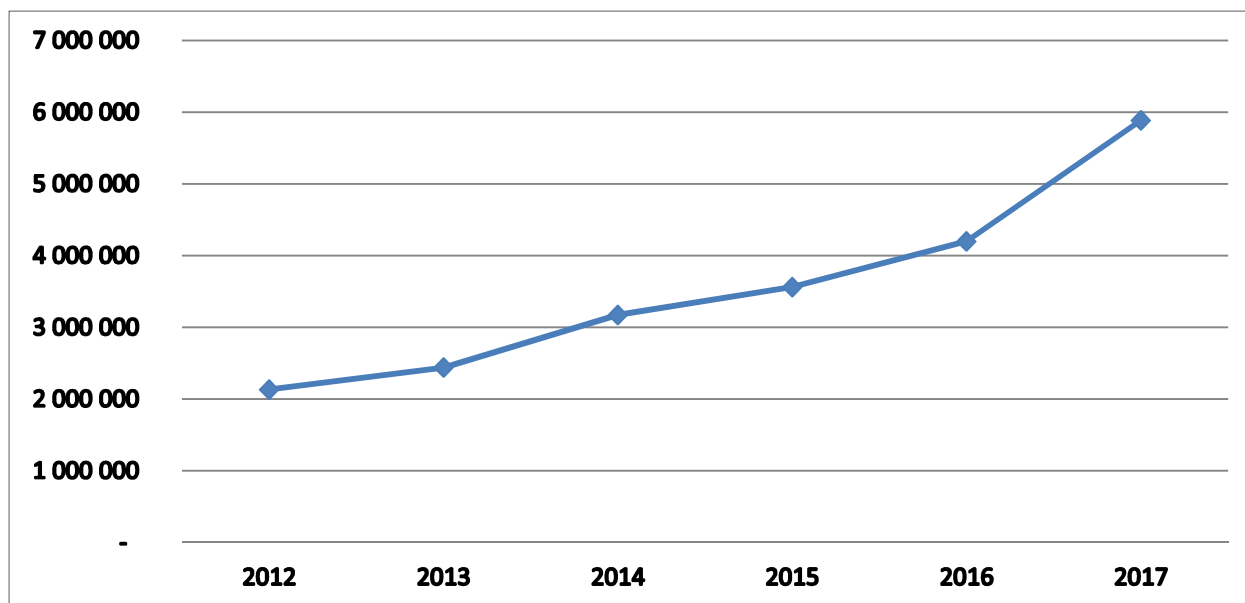
Tableau n°05 : Les Exportations des produits à potentiel de valorisation en Algérie (en Tonne).

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Dattes fraîches « DEGLET NOUR »	14 182	17 180	22 065	25 324	24 721	39 405
Figues : Sèches	0,01	0,04	-	32,00	2,00	34,00
Huile d'olive	48	56	32	41	47	32
Vins de raisins frais	421	211	269	209	228	260
Produits à potentiels de valorisation	14 651	17 447	22 365	25 606	24 999	39 731
Produits agricoles	1 683 784	1 803 122	2 811 159	3 186 967	3 813 906	3 068 705
Total Algérie	69 976 517	65 993 226	77 256 179	69 879 696	76 291 296	69 344 395

Source : MADRP, 2019.

Commentaire :

On peut avancer que suite aux efforts consentis par les pouvoirs publics, on constate une amélioration en terme de volume de produit à potentielle de valorisation, cette augmentation peut être expliquée par la prise de conscience des agriculteurs vis-à-vis de ces produits à hauts valeurs économiques, se traduisant par une nette augmentation de la facture des exportations hors hydrocarbure (**Figure 10**). Un chiffre d'affaire de presque **06 Milliards de DA** a été enregistré en 2017, marquant une augmentation de **40 %** par rapport à 2016.

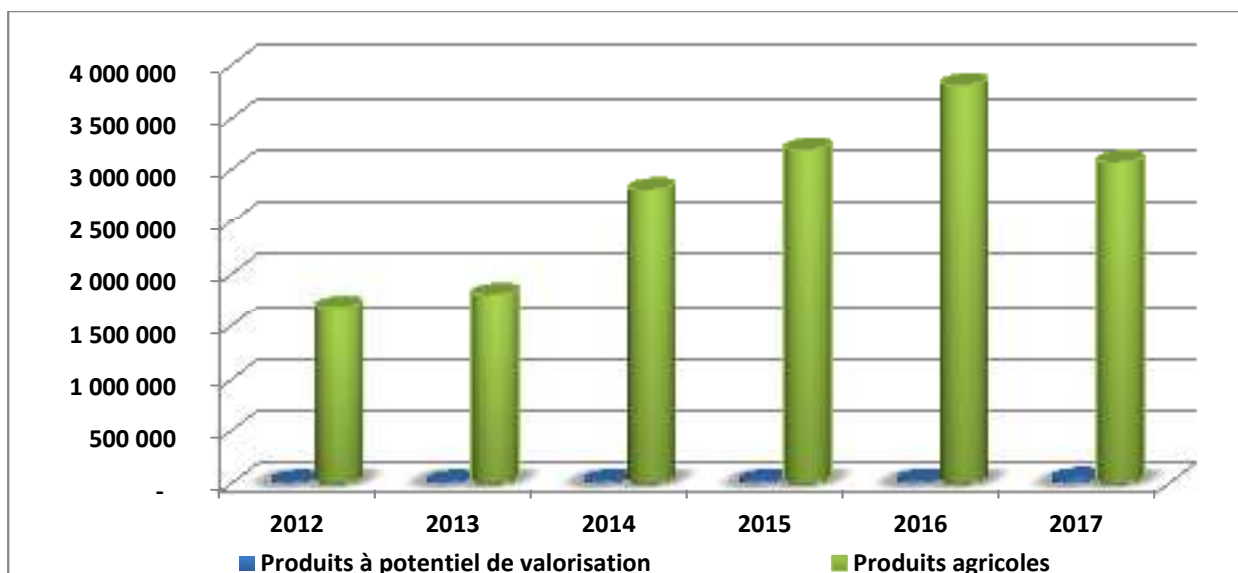


Source : élaboré par l'auteur à partir des statistiques du MADRP

Figure N° 10 : Evolution de l'exportation des produits à potentiel de valorisation (Millier de DA).

Cette augmentation en termes de chiffre d'affaire, s'accompagne automatiquement par une hausse des quantités de ces produits exportés au fil des années, pour atteindre son maximum en 2017, soit **39.731 tonne**. Cette hausse peut s'expliquer par l'élaboration des textes législatifs, des mesures relatives à l'exportation, des facilitations douanières, ainsi qu'aux avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures. Le FNRDA³, par exemple, institué par la loi de finances pour 2000, est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de dattes. L'effort fourni en ce sens aide à la valorisation de ce patrimoine, en permettant ainsi leurs promotions, leur savoir-faire locaux et leurs reconnaissances par leurs labellisations (par des signes de qualité et de protection). Néanmoins, comparé aux exportations agricoles totales (**Figure n° 11**), cela reste très faible, nous remarquons l'insignifiance des quantités des produits à potentiels de valorisation exportés par rapport au total des produits agricoles.

³Fonds National de Régulation et de Développement Agricole

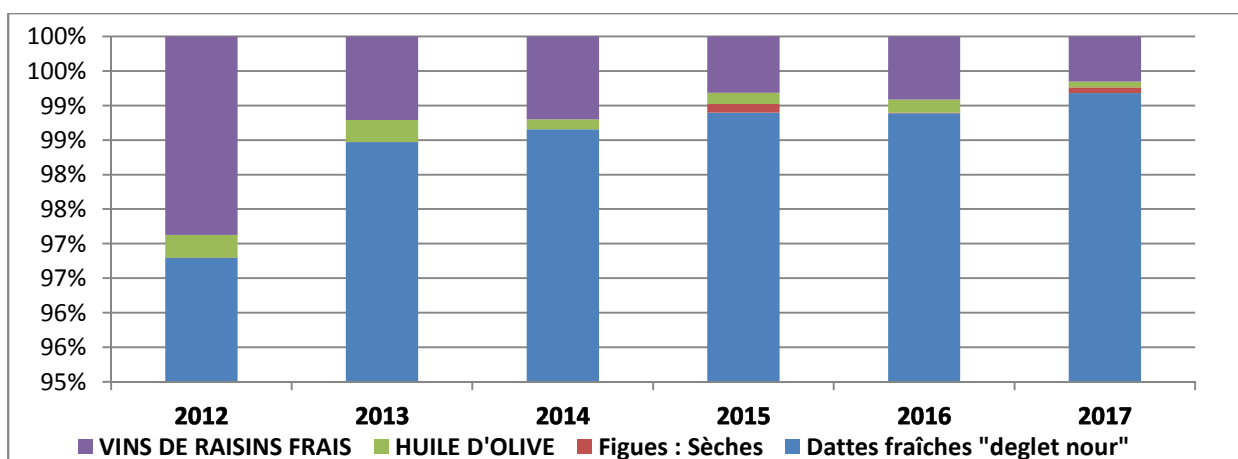


Source : élaboré par l'auteur à partir des statistiques du MADRP

Figure N° 11 : Exportation des produits à potentiel de valorisation par rapport à l'exportation agricole totale(en Tonne)

3.1.3.2. Cas des produits labellisés ou en cours de labellisation :

Les dattes et le vin sont les principaux produits à potentiels de valorisation exportés par l'Algérie. L'intensité des exportations a cependant eu tendance à faiblir pour le vin pour atteindre un taux de 14% en 2017, et à croître pour les dattes, en enregistrant une évolution de 59 % par rapport à l'année 2016. Celle de l'huile d'olive et des figes sèches sont presque nulle (Figure n °12). Ces résultats confirment ceux obtenu par (Hadjou et Cheriet, 2013) pour les filières viticoles et phoenicicole, par (Hadjou et al., 2013) pour la filière oléicole, et aussi par (Sfacene, 2018) pour la Figue Sèche de Beni Maouche.



Source : élaboré par l'auteur à partir des statistiques du MADRP

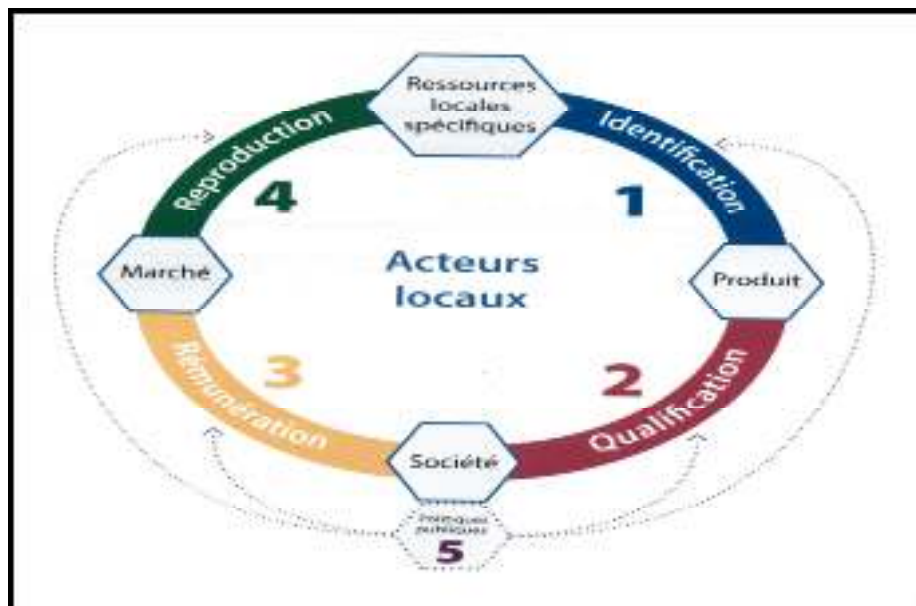
Figure N° 12 : Exportation des produits à potentiel de valorisation en Algérie (en Tonne)

On peut expliquer cette situation par l'instabilité chronique qui caractérise l'exportation de ces produits liée à une production qui est elle-même très fluctuante et qui dépend souvent des conditions climatiques. Ensuite, le manque de moyens logistiques tel que des espaces de stockages, des chambres froides, problème de transport et aussi on trouve une faible organisation des acteurs des filières des produits concernés, avec un soutien de l'Etat presque nulle, malgré un début d'effort ces dernières années.

3.2. Diagnostic stratégique de la démarche de labellisation :

La stratégie de valorisation du patrimoine matériel via la labellisation est mise en œuvre à travers une démarche IG et AO à l'échelle locale suppose différentes activités et conditions, ainsi qu'une méthodologie visant à soutenir les acteurs locaux dans leur gestion des activités du système IG et à optimiser son potentiel en matière de développement durable, cette méthodologie se résume dans le **cercle vertueux de qualité liée à l'origine (Figure 5)**, qui se compose de quatre (04) grandes étapes :

- Identification ;
- Qualification ;
- Rémunération ;
- Reproduction des ressources.

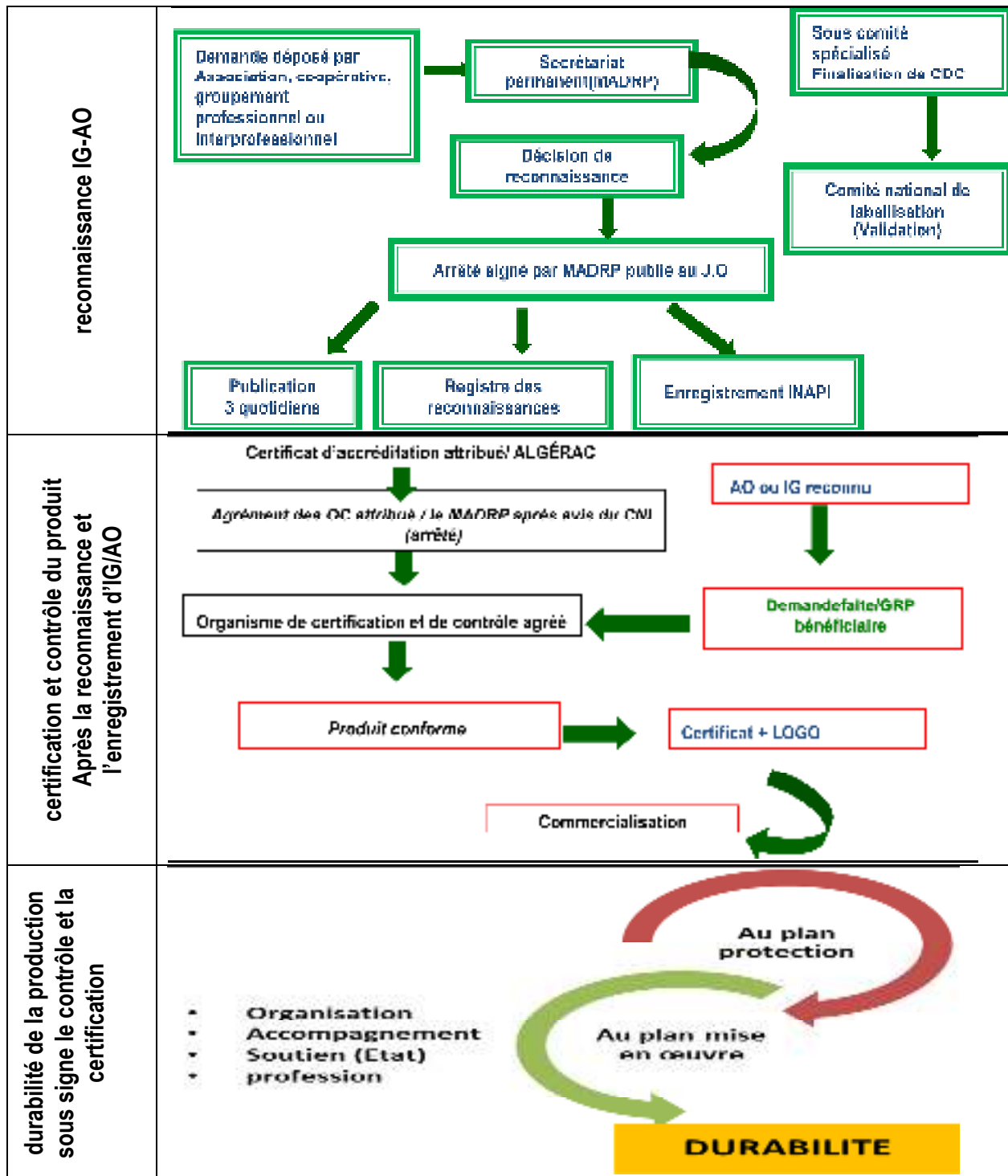


Source : FAO, 2010

Figure n° 05: le cercle vertueux de qualité liée à l'origine

Globalement, il existe trois logiques dans les stratégies de valorisation des produits de terroir : individuelles, collectives et territoriales, et enfin sectorielles- filières. (Ibert et al., 2005). En s'inspirant du modèle précédent (Figure n°05), l'Algérie a choisi de s'inscrire dans la même logique européenne de développement rural, en suivant une stratégie de développement territorial à action collective, qui tente de transformer des attributs tangibles et intangibles « latents » en ressources stratégiques pour le territoire.

La figure ci-dessous, représente un schéma regroupant et simplifiant tout le dispositif de reconnaissance des signes de qualité liée à l'origine en Algérie, ce schéma synthétise la démarche à entreprendre pour la valorisation des produits de terroirs, en se basant sur la législation en vigueur. Le processus démarre par une phase d'identification précise du produit de terroir, la reconnaissance IG-AO, la certification et le contrôle en vue d'assurer sa durabilité et le maintien de certaine qualité au fil du temps.



Source : Hemdani, 2018

Figure n° 13 : Schéma du dispositif de reconnaissance en IG-AO

3.2.1. La reconnaissance IG-AO :

Cette étape regroupe l'**identification** du produit de terroir, et sa **qualification** tout en définissant un cahier des charges contenant les critères et les exigences permettant d'atteindre cette qualité spécifique.

Le groupement demandeurs dépose officiellement la demande au niveau du SP, cette dernière demande à l'INAPI de vérifier la disponibilité du nom proposé vis-à-vis des marques commerciales enregistrées. Ensuite la demande de reconnaissance ainsi vérifiée positivement est transmise au CNL, qui désigne les Membres du SCS en vue d'examiner le dossier et d'élaborer et finaliser le cahier des charges conjointement avec le demandeur.

Le demandeur reçoit le rapport complet (transmis par le SP), on disposant d'un délai de **30 jours** pour donner son avis. En cas d'avis favorable, avec d'éventuelles réserves, ou d'absence d'avis, la procédure suit son cours : le président du CNL reçoit du SP le dossier finalisé (rapport et cahier des charges + synthèse établie par le SP). Il lance la procédure d'opposition. Pour cela, il assure la publication d'une annonce sur la demande de reconnaissance dans deux quotidiens nationaux (les frais sont à la charge du demandeur), Les déclarations d'opposition doivent être déposées auprès du SP dans un délai de **deux mois** précisé dans l'annonce.

Sur la base du dossier finalisé déjà transmis au président du comité et la synthèse du SP sur les conclusions de la procédure d'opposition, le CNL délibère et donne son avis (favorable ou défavorable), et le SP notifiée cet avis aux demandeurs dans un délai de **15 jours**.

Un arrêté ministériel de reconnaissance du signe de qualité est signé par le MADRP, et le SP procède :

- **A l'enregistrement de ce signe de qualité dans le registre de reconnaissance des signes de qualité du ministère** :

Le registre des reconnaissances du ministère de l'agriculture est un document qui retrace, pour chaque produit engagé dans un processus de reconnaissance en IG ou AO, la demande de reconnaissance, les éléments de procédure de la reconnaissance y compris le cahier des charges, les oppositions et recours, la validation du dossier de reconnaissance par le CNL et la décision de reconnaissance par arrêté du ministre de l'agriculture.

Ce registre comporte également les dénominations inscrites, les modifications éventuelles du cahier des charges et les organismes de certification chargés du contrôle du produit sous signe de qualité. La tenue du registre est assurée par le Secrétariat Permanent. Son contenu est public.

En pratique, ce registre n'est pas encore à la disposition du grand public.

- **A la transmission de l'arrêté à l'INAPI pour enregistrement** :

L'INAPI est un Etablissement public placé sous la tutelle du ministère chargé de la protection des droits de la propriété industrielle en Algérie, créée par l'Ordonnance 76-62 du 21/11/1973. Il a deux missions :

- Mission en faveur de l'Etat : qui est de mettre en œuvre la politique nationale de propriété industrielle ;
- Mission en faveur des opérateurs économiques et chercheurs dont : La protection de leurs propriétés industrielles en leur délivrant des titres de propriété, la facilitation de

l'accès à l'information technique et la promotion et le développement des capacités inventives et innovatrices.

Il faut signaler qu'à ce jour, au niveau du site de l'INAPI, il ya que l'enregistrement de l'arrêtée LOGO des IGAO, publier en 2016, ceux de la figue sèche de Beni Maouche et de la datte Daglet Nour de Tolgua, ne le sont pas encore, et ce malgré l'apposition de leur labels IG, aucun enregistrement auprès de l'INAPI n'a été effectué, cela est du à la lourdeur des procédures au niveau de l'INAPI, qui exige la présence du demandeur (les associations concernés), pour finaliser l'enregistrement de leur signe de qualité. Cela est dû, probablement à la méconnaissance de ces associations vis-à-vis de la démarche complète de labellisation et de leur part de participation, et à lanon concordance de ces procédures entre les différents acteurs institutionnelles.

- **A la publication** : pour un jour dans trois quotidiens de la presse nationale d'un avis de reconnaissance (les frais de publication sont à la charge du demandeur).

En pratique, Aucune information n'est disponible dans ce sens.

3.2.2. La certification et contrôle :

Cette étape assure les procédures pratiques de contrôle ainsi que les sanctions à appliquer en cas de non-respect, ou "manquement" d'un point du cahier des charges, elle correspond à la **rémunération** (attributs spécifiques de la qualité intrinsèque), préservation et promotion des ressources naturelles par la commercialisation. Elle assure également la **reproduction** du système dans le quel s'inscrit le produit de terroirs, et ce à long terme, garantissant ainsi sa durabilité.

Après la reconnaissance et l'enregistrement de l'IG/AO, vient la phase de contrôle qui peut se définir comme l'ensemble des procédures de vérification de la conformité au cahier des charges des caractéristiques et du processus de production d'un produit IG ou AO. Ces procédures sont décrites de manière détaillée dans le plan de contrôle. Le contrôle doit porter sur l'ensemble des spécifications du produit ou du processus de production exigées dans le cahier des charges. Chaque spécification doit être contrôlée avec une intensité et une précision corrélées à l'importance de cette spécification dans la détermination caractéristiques du produit. On peut notamment distinguer :

- L'autocontrôle : réalisé par les opérateurs économiques sur leur propre activité;
- Le contrôle interne : réalisé par le groupement bénéficiaire sur les opérateurs économiques utilisant le signe de qualité ;
- Le contrôle externe : réalisé par un organisme de certification, cette catégorie est la seule obligatoirement présente dans un plan général de contrôle⁴.

Le résultat positif du contrôle permet la certification⁵du produit.

La conformité des produits agricoles ou d'origine agricoles aux spécifications du cahier des charges d'une IG/AO est assurée par un seul OC (organismes privés de droit algérien), suivant un référentiel

⁴Tableau qui résume les principaux points à contrôler parmi les spécifications du cahier des charges, il identifie les points essentiels des spécifications du CDC sur lesquels le contrôle est essentiel, Il figure à la fin du CDC.

⁵Délivrance d'un certificat attestant que le produit et/ou le processus de production contrôlés sont conformes au cahier des charges. L'opérateur peut alors utiliser le signe de qualité IG ou AO pour les produits contrôlés, et notamment y apposer le logo national correspondant.

normatif internationale ISO/CEI 17065 «Évaluation de la conformité», définissant les exigences pour les organismes certifiant des produits, des procédés et des services.

L'OC dépose sa demande d'agrément accompagné d'un dossier au niveau de la CNL, qui après examen soumit au MADRP un projet de décision autorisant l'OC d'exercer les activités de contrôles et de certification pour une durée, maximum, d'une (1) année, en vue de l'obtention d'une accréditation auprès d'ALGERAC.

L'accréditation⁶ par ALGERAC des organismes de contrôle et de certification des IG et des AO est obligatoire, avant leur agrément⁷ par le ministre de l'agriculture, ce dernier sera prononcé par type de signe de qualité et par catégories de produit pour une durée de trois (3) ans renouvelable.

Sur le plan pratique, la Phase de certification et de contrôle est assuré à titre transitoire par les instituts techniques correspondant **Conformément à l'article 35 du décret exécutif n°13-260 du 7 juillet 2013**, fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole :

Article 35 : « A titre transitoire, les instituts techniques et centres spécialisés de l'agriculture sont chargés de la mission de certification ».

La concrétisation de cette phase sur le plan pratique est en cours de finalisation (En cours d'élaboration des textes correspondants)

ALGERAC : Organisme Algérien d'Accréditation, créé par le Décret exécutif n° 05-466 du 6 décembre 2005, c'est un établissement public à caractère industriel et commercial, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. ALGERAC est placé sous la tutelle du Ministère de l'Industrie et des Mines. ALGERAC a pour mission principale l'accréditation de tout organisme d'évaluation de la conformité. Dans ce contexte, l'organisme algérien d'accréditation est chargé notamment :

- De la mise en place d'un dispositif national d'accréditation répondant aux normes nationales et internationales pertinentes ;
- De parachever l'infrastructure nationale de la qualité ;
- D'évaluer les qualifications et compétences des organismes d'évaluation de la conformité (OEC) ;
- De délivrer les décisions d'accréditation.

⁶L'accréditation est la reconnaissance par un organisme tiers de la compétence d'un organisme dans un domaine donné

⁷ L'agrément par le ministère de l'agriculture des organismes de contrôle et de certification des IG et des AO est obligatoire. Outre les exigences normatives résultant de l'accréditation préalable de ces organismes par ALGERAC

3.2.3. La durabilité :

La durabilité, comme préciser dans le cercle vertueux de qualité liée à l'origine (**Figure n°05**), consiste à assurer que les ressources naturelles et humaines utilisées dans le système IG sont reproduites, c'est-à-dire améliorées et préservées, de manière à garantir la durabilité économique, socioculturel et environnementale, et ce tout au long du processus de labellisation. En pratique, plusieurs impacts négatifs observés peuvent influencer la durabilité de cette démarche, on peut énumérer les plus pertinents qui sont :

- L'existence d'acteurs extérieurs à la zone de production suffisamment puissants pour extraire des ressources locales et de la valeur ajoutée de cette zone de production, et ainsi porter atteinte au développement de l'IG, dans ce sens (**Hadjou et Cheriet, 2013**) ont témoigné l'existence d'un conflit autour de l'appellation Daglet Nour qui est réclamée par l'Algérie et la Tunisie ;
- Une organisation IG non équilibrée et l'impossibilité pour certains types d'acteurs de participer activement au processus de décision pourraient aggraver les relations sociales entre acteurs de la filière, ou potentiellement empêcher certains de bénéficier de la réputation du produit IG, cas de l'Olive de table de SIG, qui n'est pas encore labelliser à cause d'un problème interne de l'association ;
- Commercialisation difficile du produit, à cause du coût de sa production trop élevé, aux opportunités de marché et circuits de distribution insuffisantes. L'engagement dans un processus de labellisation, complexe et coûteux n'apporte dans ce sens que peu de valeur additionnelle, cas de l'huile d'olive de Beni Maouche (**Lamani, 2014**) ;
- La faiblesse des activités de normalisation, considéré comme caractéristique de qualité, conduit à l'absence de compétitivité et de concurrence entre produits, au faible intérêt accordé à la fonction qualité par les gestionnaires et, enfin, à la faiblesse voire l'inexistence du contrôle au niveau de la production (**Bahmed et al., 2005**) ;
- Volume de production insuffisant, (**Boudi et al., 2013**) ont confirmé que le coût unitaire de production d'un kilogramme d'huile d'olive est essentiellement déterminé par les rendements en olives. Pour cela, il faut maintenir et assurer un certain niveau de production, pour éviter que ça deviennent un produit de luxe (**Lamani, 2014**), et ce n'est pas l'objectif de cette stratégie. Le but de la labellisation c'est de récupérer la marge commerciale auprès des producteurs, valoriser un produit c'est attirer les clients au niveau local, augmenter le prix du produit ;
- Non rajeunissement par de nouvelles plantations, système de production traditionnelle, non amélioration de la production et mal organisation des filières. (**Benziouch et Cheriet, 2012**) ont concluent que la filière dattes en Algérie connaît de nombreuses difficultés liées à la fois aux conditions techniques et sociales de la production ;
- La complexité et la méconnaissance des procédures administratives nécessitent un accompagnement continu, que ce soit par l'état ou les associations, qui doivent assurer un rôle très prépondérant dans cette étape, car ce signe de qualité préserve leur vie, revenu, savoirs faire et régions. (**Grunert et al., 2001**) montrent dans leurs études que les labels ont été un échec à cause de la méconnaissance des consommateurs envers ces labels, ou de leur mauvaise interprétation, un suivi et un soutien en communication du label après son lancement est nécessaire dans ce cas de figure ;

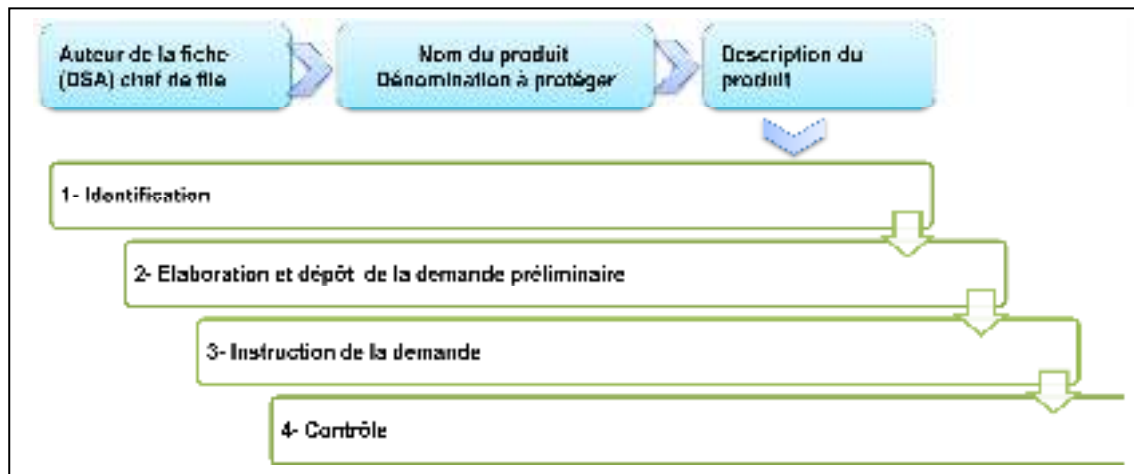
Cette étape assure le maintien du système de labellisation, elle dépend de la force de sa protection ainsi qu'a ces porteurs, qui sont les associations et/ou groupements à qui l'état à donner le bénéfice de ce signe de qualité. Si ces organisations ne fournissent aucun effort pour le maintenir, le protéger et l'améliorer d'avantage, il va automatiquement s'éteindre, et tous les efforts fournis jusqu'à présent ne valent rien. Même si, pour notre pays, l'état fourni un effort pour accompagner encore ces associations et groupements pour que ces signes de qualité prennent vraiment forme, cette accompagnement se manifeste dans la formation, la vulgarisation, et dès fois même par le soutien.

L'état doit garantir et prendre en charge tout ce qui entoure ce système de labellisation (aspect de certification et de gestion de signe), surtout dans ces conditions de la nouveauté de cette démarche, l'effort fourni par l'état ne doit pas s'arrêtée à la publication du signe et sa protection, elle doit continuer son travail jusqu'au jour où ces association pourrons volet de leurs propres ails, mais cette institution ca ne devrait pas être le Ministère, en principe c'est les professionnels, les organisations interprofessionnels, les chambres de l'agricultures, les institutions techniques...etc.

Enfin, cette politique ne peut réussir durablement que si le consommateur assure son succès en accordant de la valeur à ces signes de qualité. Au-delà, c'est bien de la crédibilité du granite apporté au consommateur par les SIQO qui sera la meilleure garantie. Il conviendra certainement de faire en sorte que la protection des produits soit assurée sans faille, tant par l'action directe des producteurs qui doivent faire respecter en leur sein cette règle commune qu'est le signe de qualité que vis-à-vis des acteurs du marché dont certains seront d'autant plus tentés par l'usurpation du signe que les produits labellisés rencontreront du succès. Les administrations algériennes devront se mobiliser sur ce sujet.

3.2.4. Le plan d'action au niveau local :

Le système de labellisation ainsi présenté reste théorique et très schématique, de ce fait, son adaptation à la réalité existante demeure une nécessité, surtout avec l'appui apporté par le projet de Jumelage IGAO. Les pouvoirs publics ont tracé une feuille de route simplifiée pour atteindre l'objectif fixé, en fournissant un cadre institutionnelle adéquat et un accompagnement surtout au début de la procédure, et ca est du à la méconnaissance de ce système et sa nouveauté par rapport aux acteurs locaux.



Source : Hemdani, 2018

Figure 14 : feuille de route simplifiée pour la reconnaissance de produit agricole en signe de qualité

L'identification de la réputation et des ressources spécifiques impliquées, ainsi que leur lien avec la qualité spécifique du produit, peuvent aussi nécessiter des études et des analyses scientifiques, que ce soit au niveau des ressources (analyse du sol, histoire du produit), ou du produit et de sa réputation (dégustation, enquêtes auprès des consommateurs, etc....). A ce stade, l'appui externe peut être implorant en termes d'apports techniques et scientifiques particuliers.

La théorie dit que les projets de valorisations sont des projets de construction sociale, mais à travers ce schéma on remarque que ces projets restent des projets institutionnels, ou la demande émane des pouvoirs publics (viennent d'en haut et pas d'en bas) : posant un **problème de gouvernance**, cette situation s'explique par la nouveauté de cette stratégies, et la méconnaissance des procédures y afférents, induisant ainsi une difficulté de mobilisation des producteurs ce qui oblige les pouvoirs publics et l'administration à prendre l'initiative. De ce fait, l'expérience acquise à travers la labellisation des deux projets pilote, permettra de bien comprendre la démarche en question, en assurant la durabilité de ce système par la labellisation d'autres produits potentiels.

3.3. Analyse SWOT de la démarche de la labellisation :

Cette méthode est définie selon la commission européenne comme étant : « *un outil d'analyse stratégique qui combine l'étude des forces et des faiblesses d'une organisation, d'un territoire, d'un secteur, etc. avec celle des atouts et des menaces de son environnement, afin d'aider à la définition d'une stratégie de développement.* », qui résume les conclusions essentielles de l'analyse de l'environnement et de la capacité stratégique de la labellisation. Ainsi, les décisions stratégiques sont prises par la suite, en vue de combler les faiblesses et contrer les menaces, exploiter les forces et les opportunités. À ce titre, l'analyse **SWOT** fait partie des outils qui contribuent à l'étude de la pertinence et de la cohérence d'une action future (à court ou à long terme, générale ou circonscrite).

(Yin, 1994) stipule que dans une étude de cas, les données peuvent provenir de six (06) sources: la documentation, l'entretien, les documents archives, l'observation directe, l'observation participative et les artefacts physiques (procédures techniques, outils ou instruments, œuvres d'arts.....etc.). Nous avons opté dans notre cas pour la documentation et archives ainsi que l'observation directe. Un choix qui peut réduire le risque de subjectivité rencontré dans le cas de la méthode de l'entretien, dans la mesure où les réponses peuvent être affecté par les perceptions individuelle des répondants.

Ainsi, la lecture que nous avons effectué à travers les deux premier chapitre, nous ont permis d'identifier les différentes variables internes et externes pouvant contribuer à l'explication de notre problématique:

➤ **Deux groupes de variables internes : forces et faiblesses.**

Les forces correspondent aux facteurs permettant la réussite de ce système de valorisation de patrimoines végétale par la labellisation, mieux que d'autres systèmes, alors que les faiblesses désignent les domaines où elle est susceptible d'afficher des difficultés par rapport à la concurrence.

➤ **Deux groupes de variables externes : opportunités et menaces.**

Les opportunités correspondent à des tendances favorables qui ouvrent de nouvelles perspectives de développement dont elle pourrait tirer profit, alors que les menaces désignent des problèmes posés par une transformation de l'environnement qui, en l'absence d'une réponse stratégique adaptée, peuvent détériorer la position de ce système de labellisation.

La confrontation entre ces deux résultats et les résultats des autres chapitres va pouvoir répondre à notre problématique, alimenter l'étape suivante de formulation des options stratégiques, pour qu'à la fin nous pourrions on peut définir le plan d'action correspondant.

Nous pouvons ainsi résumer le classement définitif des variables internes et externes comme suit (**Tableau n° 06**):

Tableau n° 06 : Classement des variables SWOT

	opportunité	Menace
Au niveau international (externe)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marché en pleine croissance pour les produits IG/AO (En plus des pays reconnus par ce système, on remarque émergence d'autre pays : Chine, Thaïlande, Norvège...) ; 2. Importance du chiffre d'affaires dégagés par les produits sous IG (en France : plus de 33 Milliards d'euros dégagé en 2017) ; 3. Reconnaissance des produits IG dans les accords ADPIC, « article n°22.1 » 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exportation faible ou presque nul (La part des exportations des IG, non encore déterminer) ; 2. Le régime de préférence européenne privilégie les produits labélisés d'origine des pays de l'Europe l'Est (Italie, France, Portugal. etc.....) ; 3. Les pays de l'Europe de l'Est arrivent à s'imposer sur le marché Européen (Avec 714 IGP, 625 AOP et 57 STG); 4. Absence d'enregistrement international en vertu du système de Lisbonne pour les produits algérien labélisé.
	Faiblesses	Forces
Au niveau national (interne)	<ol style="list-style-type: none"> 1- Rendement et qualité non amélioré, des circuits de distributions et l'organisation des filières ; 2- différentes activités doivent être implique et développées (production ; conditionnement, commercialisation) ; 3- Manque de soutien des acteurs locaux dans la gestion des activités du système IG ; 4- Problème au niveau organisationnel surtout les groupements producteurs qui sont les associations...etc. ; 5- Lenteur de démarche : durée minimum pour labéliser un produits est d'une(01) année ; 6- Centralisation des éléments de la procédure de la reconnaissance ; 7- La lourdeur des procédures au niveau de l'INAPI ; 8- Procédure d'opposition et publication sur les quotidiens couteuse ; 9- organisme d'accréditation non fonctionnel ; 10- Registre de reconnaissance inexistant ; 11- OC spécialisé non encore existant. 	<ol style="list-style-type: none"> 1- Produits présentant une forte valeur ajoutée ; 2- Accompagnement par des projets tel IGAO et les projets de coopération (jumelage, DEVICO, PAZA,...etc.) ; 3- Procédure de contrôle rigoureuse, intégrant plusieurs niveaux : autocontrôle, contrôle interne, contrôle externe ; 4- Méthodologie basée sur le cercle vertueux de la qualité ; 5- C'est une stratégie de développement territorial à action collective ; 6- CDC est prédéfini, conjointement avec le demandeur ; 7- Certification dépend des arrêtés ministériels ;

D'après ce classement, on peut procéder au **diagnostic de la démarche**, tout en insistant sur les points forts et profiter des opportunités, d'une part, et d'autre part surmonter les faiblesses pour prévenir les menaces. Quatre (04) options stratégiques fondamentales ressort :

- **Saisir les chances** : (offensive de l'expansion) qui consiste à utiliser les **forces** en interne pour profiter des **opportunités** de l'environnement :
 - Profiter de la forte valeur ajoutée de ce produit, pour se positionner sur le marché qui est en pleine croissance.
- **Relever les défis** : (défensive de l'expansion) qui s'axe sur l'amélioration et le développement en interne des **faiblesses** pour saisir les **opportunités** environnantes :
 - Améliorer la production, organiser les filières et renforcer les circuits de distributions, en vue d'atteindre un chiffre d'affaire important ;
 - Impliquer les différentes activités du processus (production, conditionnement et commercialisation), pour appuyer la reconnaissance des produits IG dans les accords ADPIC.
- **Une zone de danger** : (repositionnement ou la diversification) qui consiste à diminuer les **faiblesses** pour réduire la vulnérabilité de la stratégie face aux **menaces** extérieures :
 - Améliorer l'image du produit à l'extérieur pour garder un niveau stable d'exportation, malgré les fluctuations monétaires ;
 - Simplifier la démarches temporelle ou monétaires en vu de finaliser l'enregistrement au niveau international que se soit pour des deux produits déjà labéliser, ou pour les autre produits en cours ;
- **Une zone de conflit (concurrence)** : (défense) qui a pour objectifs d'utiliser aux mieux les **forces** et les atouts de la stratégie pour se protéger des différentes **menaces** de l'environnement :
 - Profiter des connaissances acquises à travers le projet de jumelage ainsi que les projets de coopérations, et exploiter le processus selon lequel la démarche a été réaliser « cercle vertueux de qualité liée à l'origine », pour pouvoir s'imposer sur le marché européen ;
 - Jouir des procédures de contrôles rigoureuses, intégrant plusieurs niveaux de contrôles, permettrons l'obtention de produits concurrentielle au niveau international ;

La matrice fait apparaitre une case faiblesse plus importantes que les trois (03) autres restantes, montrant ainsi que le problème major de la valorisation du patrimoine matériel à travers la labellisation réside dans les variables institutionnels et organisationnels (constituant cette case). De ce fait, la stratégie la plus adapté dans le cas de notre étude parmi les quatre (04) stratégies cité plus haut, sera « **repositionnement ou la diversification** », tout en corrigeant les faiblesses en internes pour se protéger des différents menaces présenter au niveau international.

Conclusion Générale

Conclusion Générale:

La labellisation est l'un des moyens de valorisation, de promotion et de protection de patrimoine matériel en général et des produits de terroirs en particulier. Ces produits issus des traditions et des valeurs patrimoniales relèvent de savoir-faire traditionnel propre aux régions d'où ils proviennent, sont le support d'un développement viable, localisé et ouvert sur le monde, qui s'inscrit dans une perspective de durabilité.

Dans cette perspective, l'Algérie accorde une importance particulière aux produits du terroir, qui s'est manifestée à travers la mise en place d'un système national de valorisation des produits agricoles ou d'origine agricole qui a donné lieu à la création de quatre signes de qualité (Appellation d'Origine, Label Agricole, Indication Géographique et Agriculture Biologique), à la rédaction des textes juridiques et l'élaboration des spécifications techniques des cahiers des charges ainsi que la labellisation de deux (02) produits pilotes (figues sèches de Beni Maouche et Dattes Deglet Nour de Tolga).

Les résultats de notre travail nous ont permis de confirmer nos hypothèses en effet :

1. Les efforts juridiques mobilisés dans le cadre de cette démarche, dont la loi d'orientation agricole (2008) et le décret de 2013, qui est considéré comme la naissance réelle de ce système, ainsi que les arrêtées d'application correspondants, ont permis de faire aboutir la valorisation et la **protection** de deux produits de terroirs à travers l'indication géographique (IG) ;
2. La démarche collective retenue pour la protection du patrimoine matériel, à travers la valorisation des produits de terroirs s'avèrent contraignante ; uniquement deux produits enregistrés sous IG par rapport à un potentiel de 87 produits recensés labellisable à travers le territoire national.

L'analyse SWAT nous a révélé que la stratégie de « **repositionnement ou la diversification** », peut être retenue afin de corriger les faiblesses internes d'ordre institutionnel et organisationnel, et se protéger des différentes menaces présentes au niveau international.

Le rôle des pouvoirs publics reste déterminant dans l'accompagnement, la coordination et la structuration des filières. Des efforts institutionnels doivent être encore mobilisés à travers notamment la création d'institutions spécialisées de normes pour faciliter la promotion et la commercialisation de ces produits en dehors des frontières nationales, et d'autre part, à développer ces régions sur le plan économique, social et environnemental afin de stabiliser la population locale.

Les limites institutionnelles et organisationnelles ainsi signalées, constituent autant de perspectives de recherche et permettent de tracer un véritable agenda autour de la labellisation des produits agricoles ou d'origine agricole en Algérie, dans une optique de protection du patrimoine matériel à travers la valorisation d'un produit de terroir.

Références bibliographiques

Références bibliographiques :

1. Abdellaoui H., 2012, «Développement récent et perspectives de l'agriculture biologique en Algérie», colloque international sur les produits de terroir, Université de Blida ;
2. Allaire G. 2009, « Diversité des Indications Géographiques et positionnement dans le nouveau régime de commerce international », Options Méditerranéennes, n°89. p.53-65 ;
3. Allaire G. 2013, «Produits de terroir : dimensions culturelles et attentes sociétales», Options Méditerranéennes, n°104. p.31-40 ;
4. Bahmed L. Djebabra M, Abibsi A. 2005, « Dispositif réglementaire et organisationnel relatif à l'encadrement de la qualité en Algérie: aspects importants pour les entreprises algériennes » ;
5. Benziouche S., Cheriet F., 2012, « Structure et contraintes de la filière dattes en Algérie », Revue New Medit, 11[4] : 49-57 ;
6. Birebent P., 2001. « La vigne en Algérie ». In afn collection, n°28, p.25-35;
7. Blondel J, Aronson J, Bodiou J-Y, Boeuf G., 2010. «The Mediterranean Region Biological Diversity in Space and Time». USA: Oxford University Press. 392 p;
8. Boudi, M., Chehat, F., Cheriet F., 2013, « Compétitivité de la filière huiles d'olives en Algérie: Cas de la wilaya de Béjaïa », Les Cahiers du CREAD, 105-106 : 89-112 ;
9. CEMAT, 2004, 13^{ème} conférence européenne des ministres responsables de l'aménagement du territoire, Ljubljana (Slovénie) 16-17 septembre 2003 ; éditions du conseil de l'Europe ; décembre 2004; p. 75 et p.76 ;
10. Cheriet F., 2017, « La valorisation des produits de terroir en Algérie : démarches en cours, contraintes institutionnelles et perspectives », Présenté au 2nd colloque international sur « la promotion des produits de terroir dans une logique de développement durable », LEREMOS, Université d'Agadir, 18-19/11/ 2016 ;
11. De Borteli et al, 2006, Patrimoine « matériel » et « immatériel » : la famille, facteur de stabilité et d'évolution des milieux naturels en pays de soule (Pyrénées- atlantiques) : archives-ouvertes.fr ;
12. DGD/MF, 2018, Statistique du commerce extérieur de l'Algérie ;
13. Di Méo G., 1995, « Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle », Espaces et Sociétés, n° 78, pp.15-34 ;
14. DPE/MC, 2017, « recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures » ;
15. Dubost D., 1990, « Mutation du système de production oasien en Algérie ». Ed CRSTRA. Alger ;

16. FAO, 2010, « Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables- territoires, produits et acteurs locaux : des liens de qualité » ;
17. GRAPHAGRI 2018, Agreste : la statistique, l'évaluation et la prospective agricole, section alimentation, p.113-116 ;
18. Grunert, K.G., Juhl, H.J., Poulsen, C.S., 2001, « Perception de la qualité en alimentaire et rôle des labels », Revue Française Du Marketing, n°183-184, 3-4, 181- 196 ;
19. Guide international des labels de commerce équitable, édition 2015, Toutes les clefs pour comprendre les garanties des labels de commerce équitable et leurs différences avec les labels de développement durable ;
20. Hadjou, L., Cheriet, F., 2013, « Contraintes institutionnelles et labellisation des produits algériens de terroir : Cas du vin et des dattes », Les Cahiers du CREAD, n°103 : 65-84 ;
21. Hadjou L., Lamani O., Cheriet F. (2013). « Labellisation des huiles d'olives algériennes: contraintes et opportunités du processus », New Medit, vol. 12, p. 35-46 ;
22. Hemdani, A., 2018,« Valorisation des produits du terroir par le système de labellisation », rencontre nationale sur la valorisation des produits agricoles par le système de labellisation, INRA ;
23. Ilbert H. coord, 2005,« Produits du terroir méditerranéen: conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance ». PTM: CEE et MG. CIHEAM-IAMM. Rapport final du Programme de Recherche Femise 2004-2005 (Research n°FEM22-35) ;
24. INAO : www.inao.gouv.fr;
25. Journal officiel de la république Française, 2018, « Les signes officiels de qualité et d'origine des produits alimentaires-SIQO- ». Les éditions des journaux officiels de Juin 2018-CESE 18 ;
26. Jumelage IGAO, rapport final, 2016, « Renforcement du dispositif de reconnaissance de la qualité des produits agricoles par les signes distinctifs liés à l'origine (IGAO) ;
27. Lamani, O., 2014, "Institutions et acteurs locaux dans la valorisation des produits de terroir. Quelle démarche locale de valorisation de l'huile d'olive de Beni-Maouche en Kabylie », Thèse de doctorat en Economie, Montpellier SupAgro-Ensa Alger, Montpellier, 338 p ;
28. Marchesnay, M., 2001, « Les PME de terroir : entre géo et clio stratégies », revue Entreprises et Histoire, 2[28] : 51-63 ;
29. MADRP, 2018, assises nationales de l'agriculture : anagriculture2018.dz ;
30. MADRP, 2016, « guide de demandeur IGAO » ;

31. Myers, N., Mittermeier, N. R. A., Mittermeier, C. G., Da Fonseca, G. A. B. & Kent, J. 2000, « Biodiversity hotspots for conservation priorities » – Nature 403: 853-859. <https://doi.org/10.1038/35002501>
32. Ollagnon H., 1989, « Une approche patrimoniale de la qualité du milieu naturel », in ; Mathieu N., Jollivet M. (dir.), Du rural à l'environnement : la question de la nature aujourd'hui, ARF, Paris, L'Harmattan, pp. 258-268 ;
33. Rapport de mission de formulation du PAZA (version finale), 2017, « Mission d'identification et de formulation d'un programme d'appui au secteur de l'agriculture, y compris dans la gestion de l'eau, l'agro-industrie et la pollution agricole (PAZA-Algérie) »;
34. Revue professionnelle algérienne, Le Monde des Dattes, N° 2, février 2014 ;
35. Rojal, F., 2011, « Introduction au Système de Lisbonne pour la protection des appellations d'origine », Atelier national de l'OMPI sur les indications géographiques et les produits agricoles ;
36. Sahli Z. et Mekersi, S., 2005, « Etude de cas sur les dispositifs institutionnels, les produits existants ou émergents au Maghreb et en Turquie : cas de l'Algérie ». In CIHEAM - IAMM., 2005. Produits du terroir méditerranéen conditions d'émergence, d'efficacité et modes de gouvernance, Montpellier, Supagro, 296 pages ;
37. Sahli, Z., 2009, « Produits de terroir et développement local en Algérie : cas des zones rurales de montagnes et de piémonts », Options méditerranéennes, série A, 89 : 305-338 ;
38. Sfacene, L., 2018. « L'exportation des produits de terroir : contraintes et perspectives. Cas de la figue sèche de Beni Maouche, Mémoire de master en science commerciale, Université A.MIRA-BEJAIA;
39. Trabelsi, S., 2016, « Développement local et valorisation du patrimoine culturel fragile : le rôle médiateur des O.N.G- Cas du Sud-tunisien- Sciences de l'information et de la communication », Thèse de doctorat, Université Côte d'Azur ;
40. UNESCO, 1972, Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel, Adoptée par la Conférence générale à sa dix-septième session Paris, 16 novembre 1972 ;
41. UNESCO, 2005, Terroirs & Cultures, Charte des terroirs. Eléments de référence ;
42. UNESCO, 2014, manuel méthodologique, indicateurs UNESCO de la culture pour le développement ;
43. UNESCO, 2018, une conférence internationale sur : « Protéger le patrimoine culturel par une gouvernance participative et inclusive pour la réalisation des objectifs du développement durable » à l'occasion de la célébration de la journée internationale des monuments et des sites du patrimoine culturel mondial. Paragraphe 38 de la Déclaration de Quito (2016) ;

44. Union Européenne, Appui à la diversification de l'économie - Secteurs agriculture, agroalimentaire et tourisme (DIVECO 1), dossier de presse du 23/03/2015 ;
45. Yahi N. et Benhouhou S., 2010, « Zones importantes pour les plantes en Méditerranée méridionale et orientale »: sites prioritaires pour la conservation (sous la direction de Radford, E.A., Catullo, G. et Montmollin, B. de).Algérie pages 27-30
46. Yin, R. K., 1994, Case Study Research Design and Methods: Applied Social Research and Methods Series. Second edn. ThousandOaks, CA: Sage Publications Inc.
 - Analyse de Djamel Belaid, le 4 août 2015, « Algérie : les produits de terroir », disponible sur le site : www.djamel-belaid.fr/terroirs/;
 - Algérie-UE : évaluation positive du programme DIVECO 1 : <https://www.algeriepatriotique.com/2015/03/24/algerie-ue-evaluation-positive-du-programme-diveco-1/>;
 - Encyclopédie universelle: <https://www.universalis.fr/dictionnaire/labellisation/>;
 - <https://www.creer-mon-business-plan.fr/actualites/les-outils-danalyse-strategique-de-lentreprise-matrice-swot.html>.

Résumé :

La labellisation est l'un des moyens de valorisation, de promotion et de protection de patrimoine matériel en général et des produits de terroirs en particulier. Les efforts juridiques mobilisés dans ce sens ainsi que la démarche collective retenue pour la protection de ce patrimoine s'avèrent insuffisante, et ce malgré la volonté des autorités publiques de réussir cette démarche, qui se manifeste à travers la mise en place du système national de valorisation des produits agricoles ou d'origines agricoles.

L'analyse SWOTT nous a révélé que la stratégie de « repositionnement ou la diversification » peut être retenue afin de corriger ces faiblesses internes qui sont d'ordre institutionnel et organisationnel, et se protéger des différentes menaces présentes au niveau international.

Abstract:

Labeling is one of the means of valorization, promotion and protection of material heritage in general and local products in particular. The legal efforts mobilized in this direction as well as the collective approach adopted for the protection of this heritage prove to be insufficient, and this in spite of the public authorities will towards this strategy which results in the establishment of the national valorization of agricultural products or agricultural origins.

The SWOTT analysis has revealed that the strategy of "repositioning or diversification" can be retained in order to correct these internal weaknesses which are of an institutional and organizational nature, and to protect themselves from the various threats present at the international level.

ملخص

التوسيم هي واحدة من وسائل تثمين وتعزيز وحماية التراث المادي بشكل عام والمنتجات المحلية بشكل خاص. الجهود القانونية التي تم حشدتها في هذا الاتجاه وكذلك النهج الجماعي المعتمد لحماية هذا التراث غير كافية، وهذا على الرغم من إرادة السلطات العامة لإنجاح هذه الإستراتيجية والذي يتجلى من خلال إنشاء النظام الوطني لتثمين المنتجات الزراعية أو ذات الأصول الزراعية.

كشف التحليل انه يمكن تطبيق إستراتيجية "إعادة التموضع أو التنويع" من أجل تصحيح نقاط الضعف الداخلية و التي هي ذات طابع المؤسسي والتنظيمي، وكذلك للحماية من مختلف التهديدات الموجودة على المستوى الدولي