

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU



FAKULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DE
SCIENCES DE GESTION



DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Economiques
Spécialité : Développement Local, Tourisme et Valorisation du Patrimoine

Thème

***Le processus de labellisation des produits de
terroir***

***Cas : Labellisation d'huile d'olive « Achbali
Nath Ghobri »***

Réalisé par :

M^{lle}. HOCINE Djamila

Dirigé par :

M.SAHALI Nouredine

Jury composé de :

Président: M. ABRIKA. Belaid : Professeur , à UMMTO

Rapporteur : M. SAHALI. Nouredine:Maître de conférences classe B àUMMTO

Examineur: M. ANICHE. Arezki :Maître assistant classe A, à UMMTO

Examineur: M. BABOU. Omar: Maître assistant classe A, à UMMTO

Invité : M. MOULLA. Aomar : Président de la coopérative « Achbali Nath Ghobri »

Année Universitaire 2019-2020

*« Les produits de terroir sont un levier extraordinaire
pour développer les régions marginalisées »*

SAHLI.Z.

REMERCIEMENTS

Ce travail de mémoire n'aurait pu s'accomplir sans la participation et l'aide de nombreuses gens à qui je tiens à exprimer ma plus profonde gratitude.

El hamdou li ALLAH le tout puissant de m'avoir donné la volonté et la santé pour mener à bien ce présent travail.

*Je remercie tout d'abord Monsieur **SAHALI Noureddine** d'avoir encadré et suivi de près mon travail. Je lui dois mon plus profond respect. Je m'incline devant son honnêteté, compétences et gentillesse. Ses précieux conseils avisés, sa disponibilité et sa compréhension m'ont permis d'avancer et de réaliser comme il se doit ce travail. Il m'a permis, tout au long de ce parcours, de travailler dans une ambiance conviviale, m'a apporté soutien moral et savoir. Je ne le remercierai jamais assez pour cela. Au même titre, j'exprime toute ma reconnaissance à Monsieur **ABRIKA Belaid**, le responsable de la spécialité pour l'attention qu'il a porté à ce mémoire, pour ses encouragements, sa constante disponibilité et son aide précieuse. Je suis sensible à l'honneur qu'il m'a fait en acceptant de relire ce manuscrit et de présider le Jury de Soutenance.*

*Ma sincère gratitude au président de la coopérative **M. Moulla Aomar**, pour sa disponibilité tout le long de mon travail. Une reconnaissance spéciale aux oléifacteurs en particulier **M. BOUKERSI Malek** et **M. AMAZIT Faycel** qui m'ont ouvert toutes les portes et m'ont facilité l'investigation sur le terrain avec tous les moyens à leur disposition.*

*J'exprime mes remerciements à ma chère amie **BEDDEK Lynda** pour son encouragement et pour son aide inconditionnelle tout au long de ce travail.*

*Je n'oublie pas mes amis avec qui j'ai passé d'excellents moments : Je pense à **Kahina, Numidia, Cherif, Halim, Rayane, Arezki** et à ma très chère **Nacéra** de m'avoir accompagné durant ces années d'étude. J'espère de tout cœur que nos chemins ne cesseront de se chevaucher.*

Un très grand merci à ma famille et à mes amis pour leur soutien sans faille.

HOCINE Djamila.

Liste des Abréviations

- AB : Agriculture Biologique ;
- AOP : Appellation d'Origine Protégé ;
- AOC : Appellation d'Origine Contrôlé ;
- ALGERAC : L'Organisme Algérien d'Accréditation ;
- BIO : Biologique ;
- CAPRA : Coopérative Agricole de Production de la Révolution Agraire ;
- CA : Chiffre d'Affaire ;
- CNRC : Centre National de Registre de Commerce ;
- CNL : Comité National de Labellisation
- DAS : Domaine Agricole Socialiste ;
- DTA : Direction de Tourisme et de l'Artisanat ;
- DSA : Direction des Service Agricole ;
- DA : Dinars ;
- EAC : Exploitation agricole collective ;
- EUR : Euro ;
- FAO : Food Agriculture Organization ;
- FNRA : Fonds National Révolution Agraire ;
- GMV : Groupement de Mise en Valeur ;
- Ha : hectare ;
- IG : Indication Géographique ;
- IGP : Indication Géographique Protégée ;
- IFOAM : International Federation of Organic Agriculture Movements ;
- INRA : Institut National de Recherche Agronomique ;
- INAO : Institut National de l'Origine et le Qualité ;
- INAPI : Institut National de la Normalisation et de la Propriété Industrielle ;
- IAA : Industrie Agro-Alimentaire ;

Liste des Abréviations

- IANOR : Institut Algérien de la Normalisation ;
- ITAFV : Institut Technologique de l'Arboriculture Fruitière et de la Vigne ;
- IP : Indication de Provenance ;
- Kg : Kilogramme ;
- LA : Label Agricole ;
- LR : Label Rouge ;
- L : Litre ;
- MADR : Ministère de l'Agriculture et de Développement Rural ;
- Mds : Milliard ;
- MIM : Ministère de l'Industrie et des Mines ;
- ONU : Organisations des Nations Unies ;
- OTC : Obstacles Techniques au Commerce ;
- OMC : Organisation Mondiale du Commerce ;
- ONDA : Office National des Droit d'Auteur ;
- PNDA : Plan Nationale Développement Agricole ;
- PNR : Plan National de Reboisement ;
- PNDAR : Plan National de Développement Agricole et Rural ;
- PPDRI : Plan de Proximité de Développement Rural Intégré ;
- PRAR : Politique du Renouveau Agricole et Rurale ;
- PIB : Produit Intérieur Brute ;
- Q : Quintaux ;
- RIAM : Réseau des Initiatives Agroécologiques au Maroc
- STG : Spécialité Traditionnel de Garantie ;
- SAU : Superficie Agricole Utile ;
- SAT : Surface Agricole Totale ;
- SIQO : Signe Identification Qualité Officiel ;
- SDOQ : Signe Distinctifs d'Origine et de la Qualité ;

Liste des Abréviations

- UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture ;
- UE : Union Européenne ;
- USA : Etats-Unis d'Amérique ;

Sommaire

Remerciements

Liste des Abréviations

Introduction Générale..... 01

Chapitre I- L’agriculture et territoire : Notions et concepts

Introduction 07

Section 1 - Notion de base de l’agriculture 08

Section 2 - La place de l’agriculture dans l’économie algérienne 15

Section 3 - Territoire et terroir 26

Section 4 – Produit de terroir 32

Conclusion..... 43

Chapitre II - Les produits de terroirs en Algérie et le processus de la valorisation de ces produits

INTRODUCTION 45

Section 01 - Les outils de la valorisation des produits de terroir 45

Section 02 - La labellisation des produits de terroir..... 56

Section 03 - Procédure de labellisation des produits agricoles ou d’origine agricole en Algérie 67

Conclusion..... 78

Chapitre III - Ancrage historique de l’olivier : une opportunité de labellisation

INTRODUCTION 80

Section 01 - Généralités sur l’olivier en Algérie 81

Section 02 - Le processus de production de l’huile d’olive et l’évolution de la filière oléicole depuis l’indépendance à ce jour 92

Section 03 -L’importance économique de l’huile d’olive..... 110

Conclusion 122

Sommaire

Chapitre IV -Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri

INTRODUCTION.....	124
Section 01 - Présentation de la région d'étude « Ath Ghobri »	125
Section 02 - Place de l'olivier dans le territoire Ath Ghobri	135
Section 03 -Présentation du cahier des charges de processus de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri	144
Section 04 - L'interprétation des résultats.....	155
Conclusion.....	165
CONCLUSION GENERALE	167

Bibliographie

Annexes

Introduction Générale

Le rôle de l'agriculture ne se limite pas à assurer la sécurité alimentaire d'une population mais il est également important dans la contribution au développement de l'économie d'un pays qui suscite, depuis longtemps, l'intérêt des économistes de développement, en général, et ceux de l'agriculture en particulier.

En Algérie, ce secteur a subi un ensemble de réformes depuis l'indépendance à nos jours et cela pour deux objectifs essentiels qui sont : développer la production agricole pour améliorer la sécurité alimentaire du pays et améliorer les conditions de vie et de travail en milieu rural.

Ces dernières années, nous assistons à l'émergence d'un nouveau modèle de développement qualifié de territorial, qui repose sur la valorisation des produits locaux de terroir comme alternative aux produits de masse. Ce modèle véhicule l'idée d'associer à l'acte de consommation, une dimension patrimoniale. En plus de la qualité de ces produits, c'est également l'attachement au territoire dans ses multiples facettes qui attire les consommateurs. Ce modèle s'est imposé dans les pays européens, grâce à une forte demande de qualité et d'authenticité par les consommateurs. Ces produits sont protégés par des labels qui confèrent une protection et une situation de rente, (HADJOU. L et CHERIET. F, 2013, p.65-84).

Le mot territoire est un concept qui a été utilisé par les géographes, d'abord, et par les économistes, ensuite. Le premier qui a utilisé ce mot est CLAUD RAFESTIN 1980 dans son ouvrage intitulé « Pour une géographie de pouvoir », en 1980. GHI DI MEO (1980) définit le territoire ainsi : « le territoire témoigne d'une appropriation à la fois économique, idéologique et politique de l'espace par des groupes qui se donnent une représentation particulière d'eux même, de leur histoire et de leur singularité ».

Les produits de terroir inspirent leur identité du territoire et sont directement liés à ses ressources spécifiques. D'après Food Agriculture Organization (FAO), (2010), pour différencier et identifier ces produits, on utilise des signes de qualité liés à l'origine (SQO) tels que les Appellations d'Origine (AO) ou les Indications Géographiques (IG). Leurs attributs spécifiques sont définis dans un cahier de charges avec des normes qui doivent être obligatoirement respectées grâce à un système de vérification ou de certification. Aujourd'hui, de nombreux pays mettent en place des réglementations permettant de reconnaître, protéger et valoriser les produits de qualité liés à l'origine. Les SQO sont définis dans le cadre de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), notamment depuis 1995, à travers les accords

Introduction Générale

sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Article 22.1 de l'accord sur les ADPIC). (FAO, 2010).

Les IG apparaissent comme un véritable outil à l'origine d'un nouveau modèle de développement répondant aux exigences de qualité, de traçabilité, de sûreté alimentaire et d'efficacité des politiques publiques de développement agricole et rural (Allaire, 2009). Cette valorisation et identification permettent de contribuer aussi à une rentabilité économique, durabilité sociale et environnementale, et ce, par la création de valeur, la préservation des ressources culturelles et naturelles locales ainsi que l'obtention d'un accès au marché de niche et au marché international. (Vande Candelaere et al, 2009).

L'Algérie est un pays vaste et riche avec une large diversité culturelle et un potentiel géographique important, ce qui justifie sa richesse en produits spécifiques de terroir, à l'instar des régions sud sahariennes et des zones rurales montagneuses.

À titre d'exemple, on retrouve l'olivier qui est un produit agricole de montagne. L'oléiculture, la culture de l'olivier, est une filière arboricole très répandue dans les régions montagneuses et représente un symbole d'attachement à la terre.

L'Algérie occupe une place importante parmi les pays producteurs d'huile d'olive qui constitue un produit de terroir typique. L'oléiculture est concentrée exclusivement au niveau de 6 principales wilayas : trois wilayas de la région du Centre, qui représentent plus de 50% de la surface oléicole nationale (Bejaia, Tizi Ouzou, Bouira) et trois de la région Est (Bourdj Bouarerdj, Sétif et Jijel) qui disposent de conditions climatiques assez particulières et d'un savoir-faire développé patiemment depuis des siècles. Quant au reste du verger oléicole, il est plutôt consacré à la production d'olive de table et se trouve essentiellement dans trois autres wilayas (Tlemcen, Mascara et Ghelizane).

La présente recherche se penchera sur la wilaya de Tizi-Ouzou et plus particulièrement sur l'étude du territoire Ath Ghobri considéré comme une zone particulière, réputée par sa richesse et la bonne qualité de son huile d'olive. Ce territoire dispose d'un potentiel oléicole qui pourrait constituer une véritable source de profit s'il était correctement exploité.

Dans ce contexte, nous nous interrogeons sur le potentiel de labellisation des produits Algériens, par le biais des IG, qui doivent faire face à plusieurs préoccupations et contraintes institutionnelles, territoriales et économiques qui entravent ce processus.

Notre travail de recherche sera axé sur l'étude du processus de labellisation, ce qui va nous permettre de comprendre le retard constaté et les obstacles rencontrés pour la concrétisation de cette opération.

Motivation

La motivation principale pour ce thème est d'établir une étude sur le processus de la labellisation de l'huile d'olive au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Notre enquête sur le terrain et nos différentes lectures se rattachant à cette thématique, nous ont permis de constater l'existence d'une forte motivation des producteurs afin de labelliser l'huile d'olive de Kabylie. Ce constat nous pousse à nous intéresser davantage à l'étude du processus de labellisation et de comprendre éventuellement les facteurs de blocage.

Problématique et hypothèses

L'économie Algérienne est marquée par son caractère mono-exportateur. Ainsi, la part des filières hors hydrocarbure est très faible dans la structure globale des exportations. Ce constat a incité les pouvoirs publics à mettre en place une démarche nationale en matière de promotion du développement économique. Cette démarche englobe, entre autres, la valorisation des ressources naturelles du pays. De ce fait, une importance est accordée aux territoires et aux produits de terroirs qu'ils recèlent. Il est important de signaler que la valorisation de ces produits se fait par la démarche de labellisation. Cependant, ce processus, en Algérie, est encore à l'état embryonnaire.

Les produits de terroir Algériens ne bénéficient d'aucune protection. Ces derniers ne peuvent, en plus, aucunement n'être différenciés par rapport aux autres produits, d'où l'absence d'une plus-value quelconque. Cela est valable, que ce soit sur le marché national ou le marché international. L'exemple de la datte est édifiant, au moment où l'Algérie est classée au septième (7) rang mondial en termes de production, celle-ci est exportée par les pays voisins en leur accordant un label propre à eux.

De même, l'huile d'olive Algérienne est exportée sous forme de vrac par les pays voisins ne bénéficiant d'aucune protection contre la contrefaçon.

Nous nous pencherons plus particulièrement sur l'étude des produits de terroir de la wilaya de Tizi-Ouzou réputée par sa richesse en huile d'olive. Nous allons nous intéresser au processus de labellisation de ce produit, sachant qu'un produit de terroir est le fruit de la diversité de son milieu naturel. Nous allons nous attarder sur les avantages qu'apporte ce processus de labellisation de l'huile d'olive et les obstacles qui ralentissent sa réalisation. De ce qui précède, nous allons formuler la question suivante : Comment est mené le processus de

Introduction Générale

labellisation de l'huile d'olive au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou ? Et quelles sont les véritables contraintes auxquelles il fait face ?

Pour traiter cette problématique, nous avons émis deux hypothèses :

Hypothèse 1 : Le retard constaté dans le domaine de labellisation de l'huile d'olive pourrait trouver son explication dans le manque d'intérêt accordé par les pouvoirs publics à l'égard de la labellisation des produits agricoles.

Hypothèse 2 : Le travail oléicole en Kabylie est caractérisé par la persistance des réflexes fondés sur une démarche traditionnelle. Cela pourrait se répercuter sur le non-respect des protocoles des différentes étapes de production consignées dans un cahier des charges préétabli par les règlements nationaux et internationaux (la méthode de cueillette, la trituration, le stockage, la mise en bouteille, l'étiquetage de traçabilité, etc.).

Structure du Travail

Nous avons structuré notre travail en 04 chapitres. Les deux premiers traiteront l'aspect théorique et les deux derniers seront consacrés au cas pratique. Évidemment, tout cela est précédé par une introduction générale et clôturé par une conclusion générale.

Dans le premier chapitre, nous allons nous focaliser sur la présentation d'un certain nombre de définitions et de concepts liés à l'agriculture. Aussi, nous allons évoquer le terroir, le territoire et ses dimensions.

Le second chapitre portera sur les produits de terroir de façon général et en Algérie particulièrement. Ainsi, nous allons nous pencher sur le processus de valorisation de ces produits, les instruments utilisés et enfin l'état des lieux de labellisation des produits en Algérie, au Maroc et en Tunisie.

Le troisième Chapitre, sera consacré à l'étude de l'olivier. En premier lieu, nous commencerons par une présentation générale de cet arbre occupant une place prépondérante dans la structure globale de l'arboriculture. Ensuite, nous allons procéder à l'analyse des différentes étapes de production de l'olive et enfin, nous terminerons par l'étude de l'étape de transformation de ce produit en huile.

Le quatrième chapitre sera consacré au cas pratique et aux résultats de notre investigation sur le terrain. En effet, nous allons présenter notre recherche de terrain pour comprendre les différentes étapes de processus de la labellisation de l'huile d'olive et les

Introduction Générale

difficultés rencontrées dans le processus de labellisation de ce produit. Notons que cela est précédé par la présentation de notre lieu d'étude, Ath Ghobri, qui concerne les communes appartenant à la daïra de Bouzeguene et celles d'Azazga.

Méthode de travail

Pour la réalisation de notre travail, nous avons dû passer par certains points importants :

A - Recherche documentaire

Les différents documents (livres, articles, thèses, revues, sites web...) nous permettront de comprendre et d'avoir des connaissances sur notre sujet. Ces supports nous permettront particulièrement d'élaborer la première partie du mémoire soit le premier et le second chapitre.

B - Enquête de terrain

La deuxième étape sera consacrée à une enquête de terrain via des interviews avec les producteurs, les agriculteurs et les acteurs locaux. Celle-ci va nous permettre de collecter des informations et des données sur l'huile d'olive dans la wilaya de Tizi-Ouzou, particulièrement dans les daïras d'Azazga et de Bouzeguene.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

INTRODUCTION

Le secteur agricole est l'un des secteurs de base de l'économie et du développement social de chaque pays. Il occupe un tiers des surfaces émergées, pastoralisme, cultures, pêche, et forêts emploient près de 43% de la population active mondiale et couvrent théoriquement les besoins alimentaires nécessaires aux 6,5 milliards d'habitants.

Le terroir est un terme qui, à travers le temps, a beaucoup évolué pour arriver aux définitions que nous lui connaissons aujourd'hui. Les produits de terroir sont issus d'une région donnée ayant ses spécificités géographiques, résultant d'une combinaison entre un savoir-faire humain et une culture encrée depuis des décennies. Ils sont dotés d'une réputation qui leurs confèrent leur typicité et le rôle qu'ils jouent aujourd'hui.

Ce présent chapitre constitue un cadre théorique pour notre travail. Il est organisé en trois sections. La première section portera sur l'agriculture à travers laquelle, nous allons essayer en premier lieu, de comprendre le concept de l'agriculture par la présentation de quelques définitions. En second lieu, notre objectif sera bien évidemment d'expliquer les notions de l'agriculture en répondant à des questions telles que: quelle est la place de ce secteur d'activité dans le monde ? la relation entre l'alimentation et l'agriculture ? Et pour finir, nous allons prendre le cas de l'Algérie pour bien expliquer ces notions.

La troisième section sera, quant à elle, axée sur le deuxième volet de notre recherche, à savoir, territoire et terroir à travers lesquelles nous allons essayer, en premier lieu, de comprendre le concept du territoire par la présentation de quelques définitions de ce dernier. En second lieu, notre objectif sera bien évidemment d'expliquer le concept du terroir, ce qui va nous permettre d'arriver à définir les produits du terroir dans le deuxième chapitre.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Section 01 : Notions de base de l'agriculture

L'agriculture revient au premier rang des priorités du monde. La satisfaction des besoins agricoles de la planète redevient un enjeu stratégique. L'opinion publique et les décideurs prennent conscience des risques de pénurie et accordent de nouveau une attention à la production agricole. Dans ce présent point nous allons définir quelque concept de base de notre travail.

I. Aperçu historique sur l'agriculture

L'activité agricole est l'une des premières activités humaines, elle a une place très importante que ce soit en économie ou en alimentation. Elle a été l'objet d'enjeux importants parce qu'il fallait assurer d'abord la sécurité alimentaire, ce qui nous permet de dire que cette activité est à la fois économique et sociale.

L'histoire de l'agriculture est celle de la domestication des plantes, des animaux, et du développement, par les êtres humains, ça demande des techniques nécessaires pour les cultiver ou les élever, avec la modification des écosystèmes cultivés afin d'être transformés en agroécosystèmes.

L'agriculture est apparue il y'a plus de dix mille ans, au Moyen-Orient, en Iran, en Mésopotamie ainsi qu'en Nouvelle-Guinée. Cela a débuté par une agriculture de subsistance, puis peu à peu, s'est créée une agriculture de production et de négoce, et malgré l'exode rural massif contemporain la population active agricole mondiale représente près de 43% de la population mondiale active.

Au 18^{ème} siècle de notre ère, l'agriculture est caractérisée par une production « minière ». A cette époque la capacité humaine est limitée à la production de sa nourriture, et pour cela elle utilise des ressources naturelles en accélérant des cycles du charbon (système de jachères, prédominance des céréales sur l'élevage en période de croissance). Cependant, à partir de 19^{ème} siècle, et surtout début du 20^{ème} siècle, les systèmes agricoles deviennent plus autonomes dans le sens où ils parviennent à une certaine durabilité. Le développement de l'élevage favorisé par les échanges commerciaux et le développement économique permettent de conduire des systèmes sans jachère.

Et après la deuxième guerre mondiale (1945), l'agriculture, en France par exemple, devient « industrielle », c.-à-d., on lui demande de produire en grande quantité de la nourriture bon marché pour une population qui devient de plus en plus citadine.

I.1. Définition de l'agriculture

L'agriculture vient du mot latin « *agricultura* », formé à partir de deux mots : « *ager* » qui signifie champ ou fond de terre et de « *cultura* » qui signifie culture, elle est formée sur le participe

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

passé « cultiver » c'est donc « la culture des champs ». Plus généralement, c'est l'ensemble des travaux qui transforment le milieu naturel dans l'intérêt de l'homme.

L'agriculture est l'ensemble des activités sur le milieu naturel. C'est un processus par lequel les êtres humains aménagent leurs écosystèmes et contrôlent le cycle biologique des espèces domestiquées, dans le but de produire des aliments et d'autres ressources utiles à leurs sociétés. C'est l'ensemble des savoirs, savoir-faire et activités ayant l'objet de culte des sols, développé par l'homme dans un milieu biologique et socioéconomique donné. Cette activité consiste en la culture des terres en vue de la production des végétaux utiles à l'homme et à l'élevage des animaux,

Du point de vue économique, l'agriculture représente une activité génératrice du revenu à partir de l'exploitation des terres, de leur culture et de l'élevage des animaux. À ce titre, elle contribue à la formation du revenu national et à la création de l'emploi. C'est un secteur d'activité doté du caractère spécifique pour l'économie d'un pays ; il répond à un besoin fondamental qui est l'alimentation.

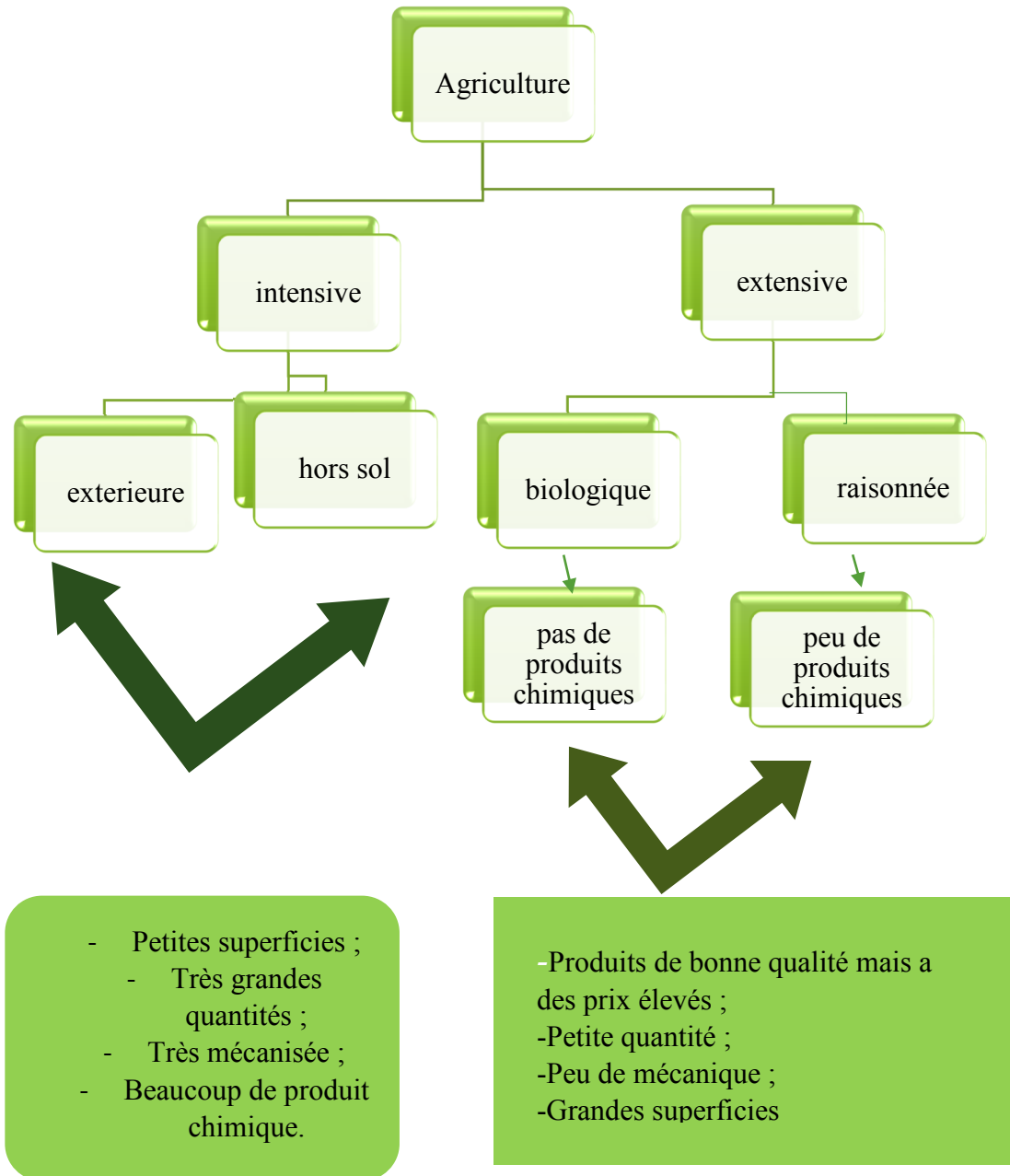
La croissance du secteur agricole est au moins deux fois plus efficace à réduire la pauvreté dans le monde que les autres secteurs.

I.2. Type d'agriculture

L'agriculture possède plusieurs types que nous allons présenter dans la figure suivante :

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Figure N° 01 : Les types d'agriculture



Source : Réalisé par nous-même.

Les deux types d'agricultures possèdent des avantages et des inconvénients. L'agriculture intensive se caractérise par un produit très bon marché dû à sa mauvaise qualité, vu l'utilisation de produits chimiques et beaucoup de mécaniques.

Pour le deuxième type qui est l'agriculture extensive, peu de moyens mécaniques et de produits chimiques sont utilisés dans l'agriculture raisonnée. Par contre, l'agriculture biologique n'utilise pas du tout de produits chimiques donnant lieu à des produits de haute qualité, bio, très bon

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

pour la santé mais à des prix très élevés. Dans notre étude nous nous approfondirons davantage dans ce dernier sous-type d'agriculture.

I.2.1. Définition de l'agriculture biologique (AB)

Selon l'IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) « l'agriculture biologique est un système de production qui maintient la santé des sols, des écosystèmes et des personnes. Elle s'appuie sur la biodiversité et sur des cycles adaptés aux conditions locales, plutôt que sur l'utilisation d'intrants ayant des effets néfastes. L'agriculture biologique allie la tradition, l'innovation et la science au bénéfice de l'environnement commun ».

Le règlement (CE) n° 834/2007 du conseil de UE, définit l'agriculture biologique comme « un système global de gestion agricole et de production alimentaire qui allie les meilleures pratiques en matière d'environnement et d'action pour le climat, un degré élevé de biodiversité, la préservation des ressources naturelles et l'application de normes élevées en matière de bien-être animal et des normes de production répondant à la demande exprimée par un nombre croissant de consommation des produits obtenus grâce à des substances et à des procédés naturels ».

L'agriculture biologique vise à créer une vie durable, assurer une alimentation pour une population croissante tout en prenant en considération la protection de l'environnement et créer une économie mondiale verte.

II. L'agriculture dans le monde

Ces dernières années, nous assistons au retour de cette activité. Ce retour a été déclenché par l'augmentation des prix agricoles sur les marchés internationaux, accélérée durant le premier trimestre 2008 jusqu'à provoquer des émeutes de la faim. On prend ou reprend conscience que les produits agricoles, comme d'autres matières premières et même s'ils sont renouvelables, n'échappent pas au risque de rareté, au moins temporairement.

Malgré le phénomène de l'urbanisation qui touche près de la moitié de la population dans le monde, l'agriculture reste une activité principale d'une large part de l'humanité. Près de 2.6 milliards de la population totale dépendent de l'agriculture, de la pêche, de la forêt ou de la chasse pour vivre. Cette part occupe près de 43% de la population active mondiale, ainsi, elle couvre théoriquement les besoins alimentaires nécessaires aux 6,5 milliards d'habitants. Pour l'emploi, ce secteur représente 45% de la population active mondiale.

Selon la FAO la population rurale est la population la plus touchée par la malnutrition. Elle estime que sur un total de 842 millions de personnes qui souffrent de la faim, plus de 2/3 (70%)

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

vivent dans des zones rurales et tirent leurs revenus et leurs principales ressources de subsistance de l'agriculture, et du développement rural. Les plus grandes victimes de faim se trouvent en Asie avec 515 millions, en Afrique avec 256.5 millions et en Amérique latine et dans les Caraïbes 39 millions (le rapport de l'ONU 2018).

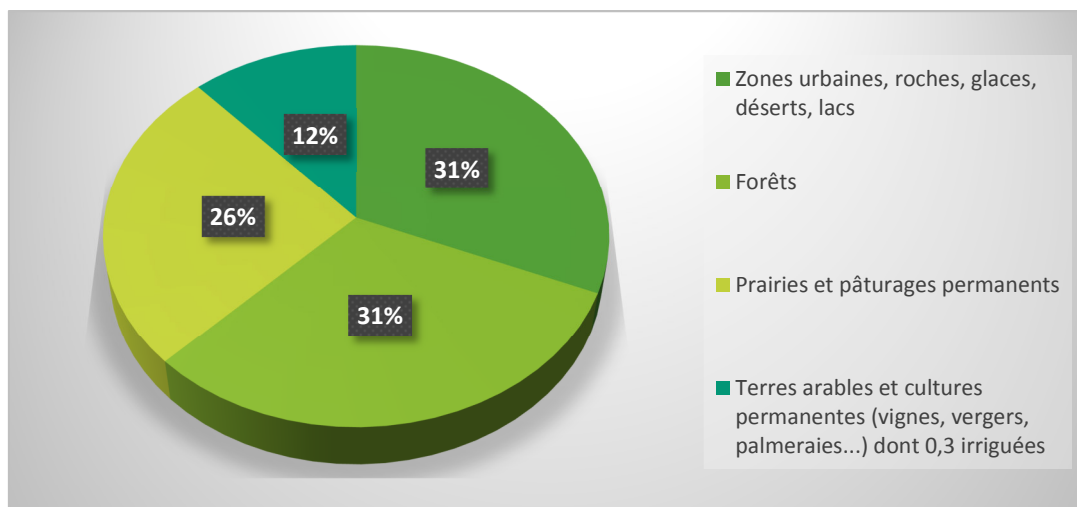
Le niveau de développement d'un pays est souvent lié au poids de la participation de l'agriculture dans son économie. Plus un pays est indépendant des autres pays pour assurer la nourriture de sa population autochtone, plus il s'approche du développement. Cette fonction est primordiale dans la vie de l'homme et ne peut disparaître car il aura toujours besoin de se nourrir.

Durant ces 40 dernières années, les terres cultivées ont très peu progressé. Entre 1980-2005, elles ont augmenté de 4.5%, soit dix fois moins que l'accroissement de la population mondiale durant la même période. Mais le rendement moyen végétal a doublé, ce qui a permis d'assurer la nourriture de la population.

II.1. Répartition des terres émergées dans le monde

La superficie totale mondiale de terres émergées est de 12.8 milliards ha. Le graphique suivant illustre la répartition des terres émergées :

Figure N°02 : Répartition des terres émergées.



Source : Réalisé par nous-mêmes, sur la base des données tirées du **FAO stat 2018**.

À partir de la figure, nous constatons que 31% des terres émergées sont des forêts, ce qui représente 4 milliards ha de la superficie totale des terres émergées. Le même pourcentage représente les autres terres, il est réparti en zones urbaines, roches, glaces, déserts, lacs. Le reste qui représente 38% sont des terres agricoles dont 26% sont des prairies et pâturages permanents, ce qui représente 3.3 milliards ha. Le 1.5 milliard ha restant représente 12% sont des terres arables (SAU non utilisée), et cultures permanentes (vignes, vergers, palmeraies...) dont 0,3 irriguées.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Il est à signaler que 40% de la production agricole viennent des 18% des terres cultivées qui sont irriguées, alors que la FAO estime qu'il faudra augmenter la production alimentaire de 70% d'ici 2050 pour assurer la sécurité alimentaire mondiale. L'expertise commandée en 2010 par le ministère de l'agriculture à Laurence Roudart (université libre de Bruxelles), estime les ressources disponibles suffisantes, sans recours à l'irrigation ni mise en culture de la forêt, pour garantir la sécurité alimentaire du globe. À condition toutefois d'adopter des politiques publiques appropriées de prix agricoles, d'accès à la terre et de recherche-développement orientées vers les besoins des paysans pauvres.

En 2008, la banque mondiale a consacré son rapport annuel à l'agriculture, alors que depuis 1982 elle n'a pas choisi ce thème comme sujet principal, ce qui est un signe important,

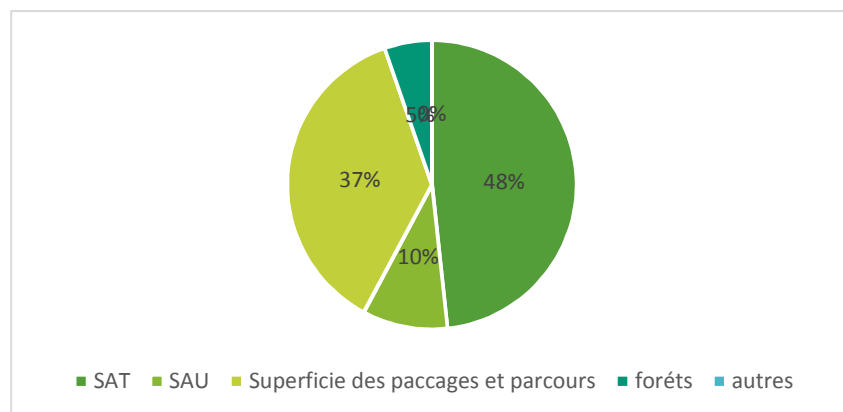
III. L'agriculture en Algérie

L'Algérie est un pays de la rive du bassin méditerranéen, à l'extrême nord du continent africain, c'est le plus vaste de ce continent. Elle se situe entre la Tunisie à l'est et le Maroc à l'ouest. C'est un pays sec qui appartient au triangle *aride- semi-aride*, quoique la majeure partie de son territoire soit désertique. Elle constitue l'une des régions du monde situées dans une zone de transition climatique, et qui, de ce fait, subit à la fois l'influence des zones humides et tempérées en hiver ainsi que l'influence du Désert.

III.1. Répartition de la terre en Algérie

L'Algérie est un immense pays avec une superficie de 238.2 millions ha, dont 42.4 Millions ha sont des terres agricoles ce qui représente 18% des territoires dont 8.4 millions ha sont une SAU, représentant 20% des SAT (Surface Agricole Totale). La superficie totale de l'Algérie est répartie comme suit :

Figure N°03 : Répartition des terres en Algérie.



Source : Réalisé par nous sur la base des données tirées de BENYOUCEF. B. (2016), Revue agricole « le rôle de l'agriculture dans le développement économique et sociale ».

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Selon cette figure, nous constatons que la SAU ne représente que 3.6 % de la superficie totale du pays 8.5 millions ha, 13.90% ce qui représente 32.9 millions hase sont des steppes et parcours, 2% sont des forêts. L'occupation de la SAU est répartie comme suit (MADR 2016) :

- ✓ Céréales 3322 000 ha ;
- ✓ Fruits à pépins et fruit a noyau : 263 000 ha ;
- ✓ Agrumes : 65 000 ha ;
- ✓ Maraichage : 330 000ha ;
- ✓ Pomme de terre ; 138 000 ha ;
- ✓ Vigne : 74 000 ha ;
- ✓ Légumes secs : 86 000 ha ;
- ✓ Figuiers : 47 000 ha ;
- ✓ Oliviers : 329 000 ha ;
- ✓ Palmier dattier : 160 000 ha ;
- ✓ Autres cultures : 407 000 ha ;
- ✓ Terre au repos (jachère) : 3 200 000 ha.

La jachère occupe annuellement 40% des SAU, (presque la même superficie que les céréales), le système de jachère a beaucoup fait régresser les zones tempérées à cause de l'intensification de l'agriculture. Dans les régions méditerranéennes, généralement dépourvues de grands potentiels hydriques, la jachère subsiste toujours et occupe annuellement de très grandes superficies, ce qui freine l'accroissement de la production agricole, notamment la production céréalière. La culture de ces superficies qui sont laissées en jachère peut permettre de doubler la production agricole. La réduction de cette pratique et son remplacement par d'autres cultures est devenue une constante dans tous les programmes de développement agricole.

Avant 2000, les plans et les programmes de développement agricoles n'ont pas réussi à diminuer ces superficies en jachère (Bessaoud, 1994,). Le PNDA en 2000 n'échappe pas à cette règle et même propose d'aider les agriculteurs pour qu'ils puissent cultiver ces terres en jachère.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

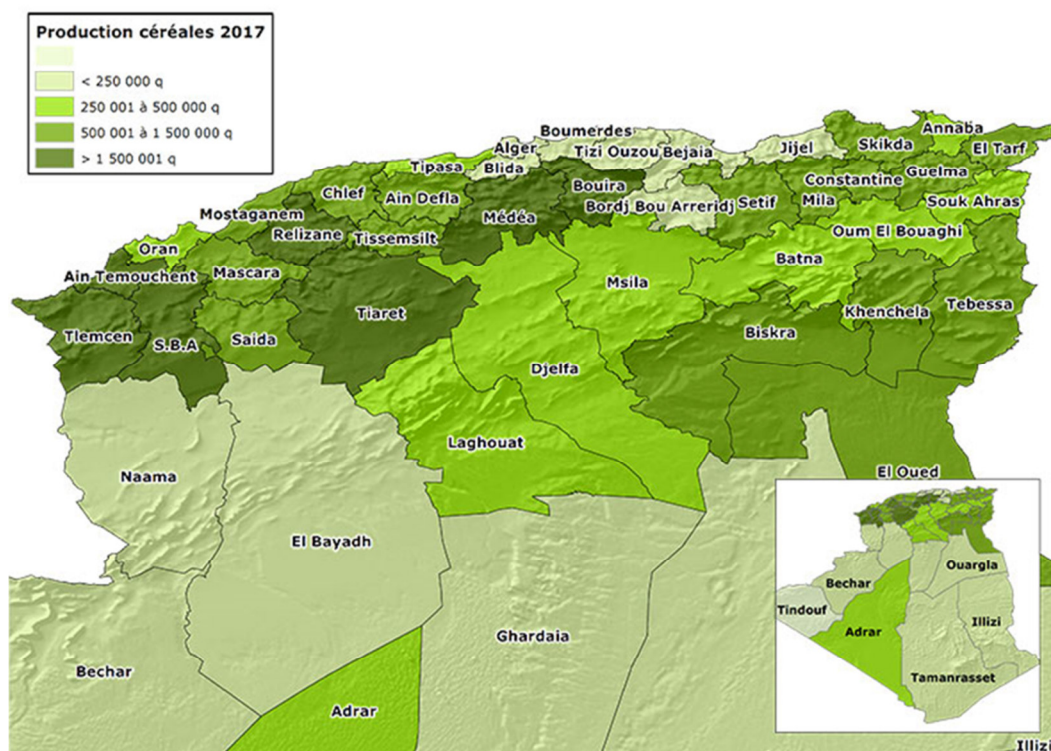
Section 02: La place de l'agriculture dans l'économie Algérienne

Dans cette section nous allons donner un aperçu sur la production agricole en Algérie et l'évolution de ce secteur depuis l'indépendance nos jours avec les différents plans mis en place en faveur de cette filière.

I. Production agricole en Algérie

La plupart des activités agricoles se situent dans les hauts plateaux. Les cultures dominantes sont annuelles, telles que les céréales, les fourrages, les légumineuses alimentaires, l'olivier et la pomme de terre. On prendra l'exemple des céréales qui occupent une place stratégique dans le système alimentaire du pays, et aussi la première place en matière des SAU. La carte suivante montre que la majorité de cette production se situe dans les hauts plateaux.

Figure N°04 : Carte de production des céréales en Algérie



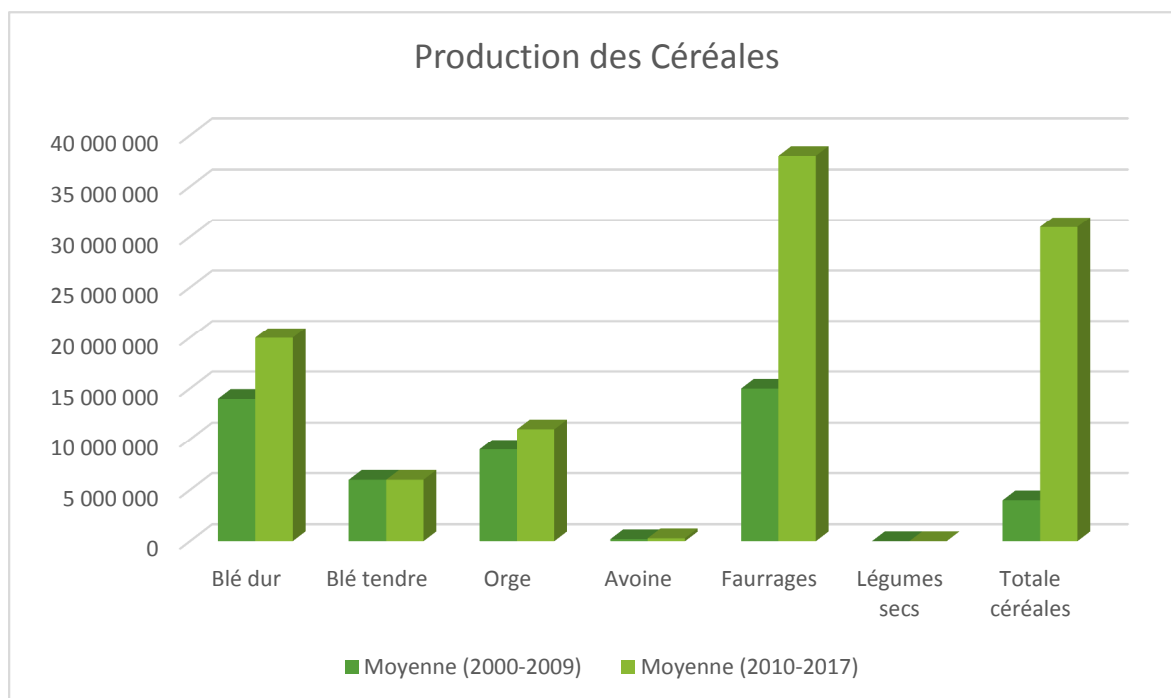
Source : Statistiques agricoles du MADR 2017.

Dans les deux périodes 2000-2009, 2010-2017, 40% de la SAU est occupée par cette production (dont 74% de cette sole céréalière est occupé par le blé dur et l'orge). Durant la période 2010-2017, cette superficie a évolué de 6% par rapport à la période précédente (2000-2009).

Le graphe qui suit montre l'évolution de cette production durant ces deux périodes :

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Figure N°05 : Présentation graphique de la comparaison de production céréalière entre les deux périodes 2000-2009/ 2010-2017



Source : Réalisé par nous-mêmes, sur la base des données de MADR 2017.

D'après cette figure, nous constatons que la production est constituée essentiellement du blé dur avec 51% et d'orge avec 29% de la production céréalière totale. La moyenne de production est estimée au cours de la période 2000-2009 à 32.6 Millions de quintaux et à 41.2 Millions de quintaux entre 2010-2017, ce qui signifie une augmentation de 26%.

L'arboriculture fruitière est très diversifiée en Algérie avec des espèces très importantes sur le plan économique et social. Les vergers arboricoles couvrent, au cours de la décennie 2000-2009, une superficie moyenne de 396 480 ha et a connu une augmentation de 47% durant la période 2010-2017. Elle est constituée, essentiellement, de l'olivier qui occupe 39% de la superficie arboricole durant la période 2000-2009 avec un accroissement de 58% durant la période 2010-2017. Nous nous focaliserons plus particulièrement sur cette espèce arboricole dans la suite du travail. Le figuier, la vigne et les agrumes (les orangers, les mandariniers, les citronniers, les pomelos) occupaient 8% de la superficie arboricole durant 2000-2009 puis 41% durant la période 2010-2017. Dans les régions steppiques et sahariennes, l'arboriculture concerne quasi exclusivement les palmiers-dattiers. Cette culture occupe une place importante dans l'agriculture algérienne au niveau des oasis avec une diversité de 940 cultivars (Ben khelifa et al. 1998), cité par l'INRAA, juin 2006).

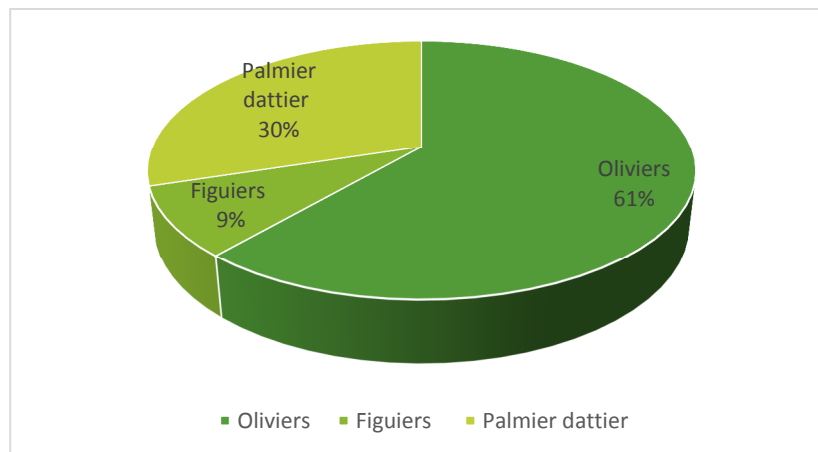
Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Il existe une centaine de variétés de dattes en Algérie. La variété de Deglet Nour est la plus privilégiée et se localise dans la zone du sud-Est (Ziban, Oued Souf, le M'Zab) où le milieu est favorable (faible humidité). Elle représente plus de 50% de leurs potentiels en palmier et 50% de production nationale.

La filière oléicole se concentre dans certaines Wilayas comme Bejaia, Tizi Ouzou et Bouira avec une production de 5515.770 quintaux durant la période 2010-2017 a enregistré une augmentation de +99% par rapport à la période 2000-2009 hl sur une superficie de 102 893 ha, soit 1% de la production nationale. Durant la campagne 2009-2010, la production oléicole algérienne était de 50 000 tonnes d'huile, soit 1,7% de la production mondiale (Tunisie 8%, Maroc 3%) (Conseil Oléicole International, Novembre 2009).

L'olivier fera l'objet de notre troisième chapitre et de notre cas pratique qui va porter sur ce secteur dans la wilaya de Tizi-Ouzou. La figure suivante illustre le classement de trois arbres fruitiers en Algérie :

Figure N°06 : Le classement de trois arbres fruitiers en Algérie.



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données précédentes du MADR 2017.

Dans tous les pays à vocations agricoles, l'intervention de l'État dans ce secteur est purement nécessaire pour le développement de ce dernier. L'intervention de l'État Algérien durant les années 1960 jusqu'à la deuxième moitié des années 1980 a abouti à des résultats modestes en matière de production agricole et d'eau ayant pour effet une augmentation considérable de la dépendance alimentaire. Comme tous les pays en développement, le rôle de l'État algérien est d'assurer la sécurité alimentaire de son pays de façon permanente, favoriser l'accroissement de la productivité de toutes les terres disponibles (terres labourables, forêts et parcours), préserver la fertilité des terres à long terme (lutter contre la désertification et l'érosion). (BEDRANI S, 2014).

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Le secteur agricole en Algérie a subi d'énormes restructurations et de réformes, notamment, à travers les lois sur la restructuration du secteur agricole d'État, la réforme des prix, les subventions agricoles et l'encouragement des organisations professionnelles à se regrouper par filière et par zone de production. Mais malgré toutes ces réformes, la production agricole reste en deçà des potentialités humaines et naturelles locales.

Selon (BESSAOUD O, 2012), une présentation de l'agriculture algérienne n'est pas chose facile tant sont fortes les idées reçues. Avec un peu plus de 42 millions d'habitants, l'Algérie figure aujourd'hui parmi les premiers importateurs des produits alimentaires et agricoles : les huiles alimentaires, le lait, le sucre, les céréales...Or que les exportations sont limitées au vin qui est un produit non consommé par la population locale. Cette dépendance alimentaire peut être expliquée, d'une part, par les orientations industrialistes « les industries industrialisantes » mises en œuvre dans les années 1970, et les réformes agraires « autogestion » et « les révolutions agraires », conduites au lendemain de l'indépendance de juillet 1962 et d'autre part, par la non exploitation des richesses agricoles, les faibles performances techniques et, en définitive, la crise profonde réelle du secteur agricole.

La dépendance alimentaire de l'Algérie n'est pas un fait nouveau car ce pays ne nourrit plus sa population depuis plus d'un demi-siècle, et ce ne sont pas les performances d'un secteur colonial dit « moderne » pendant la période française qui en sont la cause. L'agriculture coloniale n'assurait que le minimum vital pour la majorité de la population. (BESSAOUD O,2012).

L'agriculture Algérienne a connu au cours de son histoire des restructurations et des déstructurations continuelles donnant lieu à des modes d'organisation nouveaux, des processus de production et des niveaux de rendements variables. Elle est un facteur important de l'économie de l'Algérie indépendamment de toute transformation conjoncturelle d'ordre économique. C'est un secteur qui a été, depuis toujours, une source de nourriture de la plus grande partie de la population notamment dans les zones rurales où l'agriculture est non seulement source de nourriture mais est également une occupation, une tradition, un loisir pour les vieux villageois et parfois même un refuge pour les personnes ayant vécu dans les zones urbaines.

I.1. Le rôle de l'agriculture dans l'économie nationale

On peut considérer qu'un pays est à vocation agricole si la part de l'agriculture est importante dans la formation du PIB. Plus un pays dispose de meilleures conditions et de moyens adéquats pour la pratique de l'agriculture, plus sa part dans le P.I.B est significative. Si on prend l'exemple du Qatar et du Koweït avec 0,1et 0,3% seulement car ils ne disposent pas de moyens adéquats pour une meilleure pratique de l'agriculture.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Après l'indépendance (1962), de l'Algérie, plus de 20% du PIB est tiré de l'agriculture. Ce secteur englobait plus de 55% de la population active. Les exportations des produits agricoles représentaient plus de 33% du totale des exportations.

Selon MELLOR (2000), rares sont les pays où la croissance de l'activité économique n'a pas été précédée ou accompagnée par une croissance de l'économie agricole et rurale. Et comme chaque pays qui peuple notre planète, le secteur de l'agriculture en Algérie occupe une fonction très importante qui est l'alimentation de pays. Il est considéré parmi l'un des piliers de base du développement économique et social en participant à la croissance économique du pays notamment durant les trois dernières décennies.

Depuis l'indépendance, nous constatons un effondrement chronique du secteur agricole dans l'économie algérienne, alors qu'il a été considéré comme secteur moteur de l'économie, de part de sa valeur ajoutée de 2.1 milliards de DA. Il a occupé, depuis cette période, la troisième place après les services et les hydrocarbures en contribuant à hauteur de 12.3% de la valeur ajoutée dans le PIB en 2016 avec une augmentation de 1.2% par rapport à 1999. En 2018, ce secteur a réalisé une valeur productive de plus de 3200 milliards de DA.

Ces dernières années, le secteur agricole a vu sa production chuter de 30%, et ce, malgré les politiques et les réformes publiques qui sont investies dans le domaine pour l'améliorer. L'importation massive des produits agricoles financée grâce à la rente pétrolière a causé le remplacement des produits agricoles locaux par des produits importés, ce qui défavorise la production locale. Les décideurs algériens doivent prendre en compte la chute des prix des hydrocarbures sur le marché international et encourager le retour aux investissements dans le secteur agricole pour satisfaire la demande locale et assurer une autosuffisance alimentaire. Il faut constater que 80% de la consommation réelle du pays est importé.

II. Les politiques agricoles en Algérie après l'indépendance 1962-2000

Avant la colonisation française, les terres agricoles algériennes avaient une structure fondée sur la loi musulmane et qui ne permet pas le marchandage des terres. Avec l'arrivée des colons, ces derniers ont essayé d'apporter des lois et des structures afin de réaliser l'appropriation des terres agricoles. Ce sont les terres avec des productions modernes qui appartiennent aux colonisateurs qui ont bénéficié des investissements. Les autres terres sont restées défavorisées.

Le secteur traditionnel appartenant aux algériens n'a bénéficié d'aucun encouragement des colons et se sont les terres de mauvaise qualité qui appartient à ce secteur. Durant cette période, l'agriculture algérienne est caractérisée par une agriculture dualiste, dont le seul objectif est de

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

satisfaire les besoins de la France ce qui a aidé à l'apparition de nouvelles cultures telles que le vin et les agrumes.

Après 1954, il y a eu des mesures en faveur de ce secteur traditionnel par exemple, le plan de Constantine qui a été lancé en 1958. Après l'indépendance, on peut résumer le passage de l'agriculture en trois grandes étapes :

II.1 Première période : de 1962 à 1980

Au lendemain de l'indépendance, la priorité a été accordé au « secteur autogéré » par l'État, qui sont des exploitations les plus riches du pays, désormais collectivement autogérés par les ex-ouvriers agricoles qui avaient spontanément palier à leurs abondons. Cette initiative été à la fois économique : vu l'importance économique que ce secteur constituait, et sociale : à l'égard des ex-employés des colons et leurs familles.

Durant la période 1967-1978, l'Algérie a développé une stratégie industrielle qui a été accompagnée par des réformes agraires qui visaient explicitement la modernisation du secteur agricole et rurale. Il faut signaler que la part d'investissement réservée au secteur agricole durant cette période d'industrialisation était supérieure par rapport à celle qui sera réservée durant les années 80, années où le processus est stoppé.

Il faut noter que, durant cette période d'industrialisation, la production agricole était importante (5% en moyenne annuelle). Les zones rurales ont bénéficié des programmes d'équipements socio-collectifs importants (écoles, électricité, centre de santé...). (BESSAOU D,2012). Les principales étapes du secteur ajustées durant cette période sont :

- 1962-1963 : phase d'étatisation du secteur agricole dont le groupement des fermes coloniales en domaines autogérés.
- 1966-1967 : création des coopératives agricoles d'anciens moudjahidines.
- 1967-1969 : premier plan d'industrialisation qui est mené jusqu'aux années 70 :
 - Création d'emplois dans les zones rurales où 65% des personnes actifs n'ont pas d'emplois,
 - Diminution de la pression démographique sur la terre,
 - Amélioration du rendement,
 - Fourniture des facteurs de productivité et absorption de l'excédent de la population agricole.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

- 1970-1973 : L'avènement de la révolution agraire. Durant cette période, l'investissement globale du pays atteint 10 milliards de DA en 1967, 34 milliards de DA en 1973 et enfin, le remembrement des domaines autogérés en 1975.

La révolution agraire est venue confirmer l'orientation socialiste appliquée au secteur agricole et cela été par :

- La nationalisation des grandes propriétés privées appartenant aux algériens et des terres non-exploitées ;
- L'adoption d'un mode de gestion collectif imposée aux exploitants bénéficiaires des redistributions ;
- L'organisation étatique des circuits d'approvisionnement en intrants,
- La transformation et la commercialisation de la production.

Cette époque a été également marquée par la création d'un ensemble d'entreprises agroalimentaires, des cultures sous serre, des nouvelles institutions de recherche, d'information et de vulgarisation agricole, des complexes avicoles et laitiers ont été créés, en plus de la mise en place des tissus technico-administratifs qui forment l'environnement de l'agriculture algérienne actuelle, le développement d'infrastructures et d'équipements de base en milieu rurale.

Le financement durant cette période été essentiellement public sous forme de subvention et cela dépend de la recette pétrolière. Les résultats de cette nouvelle économie agricole étatique n'ont pas eu des résultats positifs, la demande locale augment et cela à engendrer une augmentation des importations alimentaires et les factures deviennent de plus en plus lourdes et difficile à supporter.

II.2. Deuxième période : de 1980 à 2000

La mise en place d'un programme de restructuration des terres agricoles en 1981 n'a pas pu résoudre les problèmes de l'agriculture liés au financement de l'activité, de l'exploitation ainsi que la structure foncière, etc.

Pour faire face aux différents problèmes rencontrés durant cette période (stagnation de la production agricole, difficultés de la gestion des exploitations autogérés, ainsi que leurs déficit chronique), l'augmentation de la consommation d'énergie qui est passé de 400 000 T en 1980 à 606 000 T en 1986, un ensemble de programmes ont été mis en place : les premières expériences de libéralisation de marché, suivi par l'émergence des DAS (Domaine Agricole Socialiste), transformé en EAC (Exploitation agricole collectifs) et en EAC (Exploitation agricole collectifs) par la suite, (BESSAOU D, 2012, p. 93).

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

La restitution des terres nationalisées dans le cadre de la révolution agraire à leurs anciens propriétaires (loi d'orientation foncière de 1990), et la réorganisation des systèmes de la coopérative de la révolution agraire.

La deuxième période de la décennie de 1980 (85-90) a concédé avec le « Contre choc pétrolier ». Les recettes pétrolières de l'Algérie ont diminué vu que les exportations représentaient 90% du montant total. Le secteur agricole est le premier secteur qui a été touché par les réformes de cette période. Cette phase représente la période de la dénationalisation des terres agricoles et la privatisation des terres du FNRA.

Suite à la crise pétrolière et financière que le pays a connu, un ensemble de mesures d'ajustements structurelles orientées vers l'économie de marché qui s'en est suivie ont été adoptées, ce qui a entraîné la création des : chambre d'agriculture, crédit mutuel agricole, mais qui a été suivi par le démantèlement de certaines entreprises publiques de valorisation et de transformation des produits agricole, par conséquent, une chute des investissements agricoles, et abandon quasi généralisé des subventions sur les intrants. L'insécurité alimentaire qui s'est installée a aggravé la situation des agriculteurs notamment les plus démunis entre eux, obligeant les pouvoirs publics à les soutenir et adopter de nouvelles régulations.

En 1992, une large consultation nationale qui regroupe les différents acteurs du secteur agricole, experts et universitaires, a été organisée suite aux effets et aux chocs introduits par les politiques et les réformes successives engagée pendant la décennie précédente, dans le but de réaliser un diagnostic sans complaisance de l'état de l'agriculture au terme des 30 années d'indépendance et proposer une nouvelle approche de développement de l'économie agricole. La consultation a d'abord réaffirmée la place centrale que devaient conserver la sécurité alimentaire, et la nécessité de maintenir la priorité absolue accordée à l'accroissement de la production agricole pour réduire la dépendance du pays des importations pour assurer l'alimentation. Cette stratégie relacée au profit de la production agricole souligne, et pour la première fois, la nécessité de recentrer le rôle de l'administration de l'agriculture sur ses missions régaliennes de réglementation, régulation, contrôle et appuis aux opérateurs de terrain économiques. En outre elle insiste sur la nécessité de la décentralisation et la déconcentration des responsabilités et les moyens, et encourager les acteurs de terrain pour participer, identifier et mettre en œuvre les opérations qui leurs étaient destinées.

La première tentative de redressement consiste à restructurer les unités de production : le domaine autogéré, le secteur de la révolution agraire et les coopératives d'anciens moudjahidines.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

À cela s'ajoute, dans le cadre de l'extension de la superficie agricole, la promulgation de la loi sur l'appropriation des terres de mise en valeur, notamment au Sud et aux hauts plateaux.

II.3. Troisième période après les années 2000

Cette période est marquée par un ensemble de plans tels que : le PNDA et le PNDAR.

II.3.1. Le Plan National de Développement Agricole PNDA

À partir des années 1999-2000, et le retour de l'état au financement de l'économie, qui correspond aux rétablissements des finances publiques, un nouveau plan de développement agricole qui touche à plusieurs activités dans ce secteur a été mis en place, qui est le PNDA (Plan National de Développement Agricole). Les soutiens de ce plan sont principalement orientés vers l'investissement aux seins des exploitations agricoles, dans le but d'améliorer rapidement la contribution de la productivité agricole dans l'alimentation nationale. Ces efforts budgétaires ont également permis d'augmenter les importations des équipements agricoles qui ont satisfait pleinement les besoins du secteur.

Ce plan est composé d'un ensemble de programmes qui peuvent être considérés comme un ensemble de solutions qui répondent aux problèmes qui freinent le développement de ce secteur et réalisent un développement durable. Le Fond National de Régulation de Développement Agricole (FNRDA) prend en charge le financement de ce plan, (SAHALI N, 2016).

II.3.1.1. Les objectifs du Plan National de Développement Agricole (PNDA)

Le PNDA converge principalement vers la restructuration du territoire agricole et le développement qualitatif et quantitatif de la production. Cette nouvelle stratégie repose sur le principe central suivant : « tout acte agricole inscrit et devant être exécuté dans le cadre du PNDA doit être économiquement viable, socialement acceptable et écologiquement durable », le PNDA vise en priorité :

- L'amélioration du niveau de la sécurité alimentaire ;
- L'augmentation de la capacité de production agricole pour satisfaire la demande nationale et réaliser une autosuffisance alimentaire et une meilleure couverture de consommation ;
- L'utilisation rationnelle des ressources naturelles rares telles que l'eau et les sols et la maîtrise des contraintes naturelles (le climat) ;
- La meilleure utilisation des capacités de production ;
- Le développement des capacités de production agricoles et de multiplication des intrants agricoles et du matériel de reproduction ;

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

- Le reboisement économique et utile des montagnes pouvant également lutter contre la désertification ;
- La création d'emplois et l'amélioration du bien-être de l'agriculteur ;
- L'extension des SAU, par voie de concession ;
- L'adaptation des systèmes d'exploitation des sols dans les régions arides et semi-arides ou soumises à l'aridité (celles qui sont réservées aux céréales malgré son inadaptation ou laissées en jachère constituant une véritable menace de dégradation) au profit des activités adaptées telles que l'élevage, l'arboriculture...etc. ;
- Le relancement de l'investissement agricole.

II.3.1.2. Les programmes mis en place pour réaliser les objectifs du PNDA

Dans le but de la réalisation de ces objectifs, le PNDA a prévu un ensemble de programmes, dont les prioritaires sont les suivants :

1- Programme d'adaptation des systèmes de production (reconversion) : Ce programme vise à accompagner financièrement l'agriculteur à travers le soutien des activités à revenu immédiat et à gérer la sécheresse qui est devenue une contrainte en incitant l'agriculteur à adopter une démarche agro-climatique de chaque terroir.

2- Programme de développement par filière : Il vise à :

- Réaliser des équipements de stockage notamment des chambres froides ;
- Développer la production laitière ;
- Acquérir du matériel agricole pour la majorité des filières de production ;
- Moderniser les exploitations par l'introduction de matériels de production spécialisés, de stockage, de conditionnement telles que pour les huileries... ;

3- Le plan national de reboisement PNR :

- La restauration des zones forestières menacées ;
- L'amélioration des taux de reboisement au Nord du pays. L'objectif recherché est de passer de 11% à 14%.

4- Le Programme de Mise en Concession et de Dynamisation au Développement de l'Agriculture Saharienne : Ce programme prévoit la réalisation d'un certain nombre d'actions qui sont :

- L'introduction de nouveaux matériels d'irrigation ;
- La réfection des réseaux d'irrigation ;

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

- La réhabilitation du Hoggar avec ses puits traditionnels ;
- Le rajeunissement de la palmeraie.

Ce plan a eu des résultats positifs, il été marqué par un processus d'intensification de la production agricole, extension de la superficie cultivée (vignoble, fourrage, vergers et maraichage), ce qui a permis la réalisation d'un taux de croissance supérieure à celui du reste de l'économie et une stabilité relative des importations agricoles.

II.3.2. Plan National de Développement Agricole et Rural (PNDAR)

En 2002, le PNDA a été élargi pour intégrer l'appuis au monde rural et est devenu le Plan National de Développement Agricole et Rural(PNDAR), un ensemble d'objectifs ont été définis : la consolidation de la contribution à la sécurité alimentaire, la valorisation de toutes ressources disponibles, la protection de l'environnement. Ce programme a également inclus l'objectif de l'amélioration des services agricoles dans les zones rurales ainsi que l'amélioration de la situation de la population rurale et la diminution de la pauvreté. Ces initiatives ont été conçue(s) pour être en cohérence avec le développement durable. Elles devaient donc être économiquement rentables, socialement acceptables et durables du côté de l'environnement.

Dans ce cadre, des Plans de Proximité de Développement Rural Intégré(PPDRI) ont été mis en place. Ils ont intégré outre les questions agricoles, des thématiques de santé, d'éducation et de développement des infrastructures. Ainsi que la densification des vergers qui a eu les résultats suivants :

- La réalisation des nouvelles plantations est étendue à l'ensemble du territoire national et a donné lieu à la plantation de 122 000 ha (densité variante de 100 à 204 plants /ha) ;
- À partir de 2005, le MADR a lancé un nouveau programme de développement de l'oléiculture en intensif (400 plants / ha), qui a permis la réalisation de 13 410 ha à travers 15 wilayas des régions steppiques et sahariennes.

En 2008, un plan de Proximité de Développement Rural Intégré (PPDRI) a été réaménagé pour définir une nouvelle politique de Renouveau Agricole et Rural avec la promulgation d'une loi d'orientation agricole affichant des objectifs ambitieux.

La politique de rationalisation de la consommation des eaux tracée depuis 2010 a donné des résultats positifs. Les superficies agricoles dotées d'équipement d'irrigation sont passées de 75.000ha en 2000 à 518.000 ha en 2014 et celles irriguées de 350.000ha en 2000 à 1.100.000 ha en 2014.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Et enfin le Plan Quinquennal 2015-2019 : le gouvernement a annoncé son dernier programme agricole, « le plan Quinquennal 2015-2019 », qui s'appuie sur la Politique de Renouveau Agricole et Rural (PRAR) du pays. Le programme jouera un rôle pilote pour le développement du secteur jusqu'à la fin 2019 et supervisera des changements ambitieux tels que l'introduction de techniques de pointe en matière d'irrigation. Cette politique résolue visant l'accroissement de l'utilisation d'engrais. L'État s'emploiera également à développer la production nationale de produits de base tels que la pomme de terre et le lait.

Section 03 : Notion et concept du territoire et terroir

Le terme « territoire » est polysémique : sa définition dépend de l'angle d'approche et des disciplines de l'époque mais quel que soit le concept, un territoire implique l'existence de frontières ou de limites. Sa grandeur peut être une opportunité pour un état, ce qui peut lui permettre de bénéficier des sols et d'autres pleins de richesses.

I. Le concept « territoire »

Éthologiquement le mot territoire vient du latin « *territorium* », ce mot est apparu en France au 14^{ème} siècle mais on ne commence à l'utiliser qu'au début du 17^{ème} siècle. Selon le géographe Claude Raffestin « le territoire est un espace transformé par le travail humain et sur lequel s'exerce des relations du pouvoir dont l'objectif et le contrôle ».

D'après (Pierre George) et (Fernard Verger) « le territoire est un espace géographique qualifié par une appartenance juridique (territoire national), une particularité naturelle (territoire montagneux), ou culturelle (territoire linguistique).

Il existe trois types de territoires, Territoire terrestre, Territoire maritime, Territoire aérien.

Le territoire est défini non par ses limites géographiques mais par ses auteurs et ses ressources qui font de lui sa spécificité. Le mot territoire recouvre trois dimensions qui sont différentes et complémentaires en même temps : *Une dimension identitaire, une dimension matérielle et une dimension organisationnelle*

À partir de ces définitions diverses proposer par différents acteurs et organismes, le territoire peut donc se caractériser comme un système productif et culturel localisé :

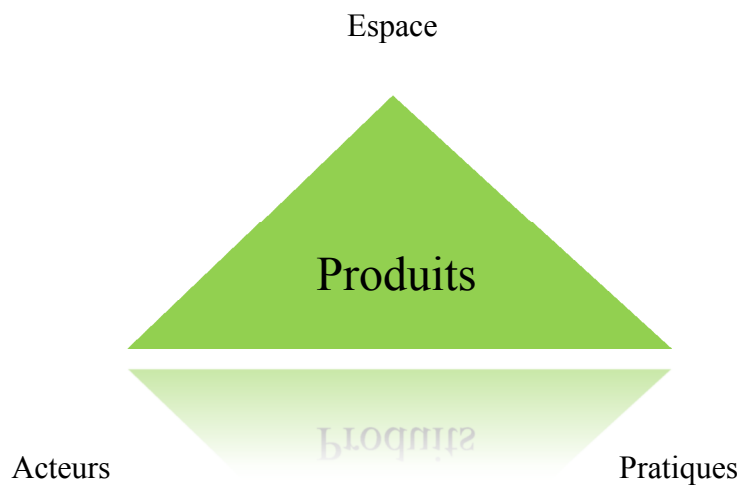
- Productif : parce que ce sont d'abord un ou plusieurs produits ou services typiques qui portent l'identité d'un terroir.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

- Culturel : car les produits sont les fruits de la valorisation des ressources territoriales qui fondent l'appropriation du sentiment d'appartenance. Cette valorisation nourrit le souci collectif de renouvellement des ressources.
- Localisé : car il est délimité dans l'espace et concerne avant tout la participation des acteurs des lieux de production, qu'ils soient producteurs ou non, à l'élaboration des produits qui exploitent des ressources naturelles locales, des savoirs et des savoir-faire construits socialement et localement.

Aujourd'hui, le territoire est au cœur des préoccupations des scientifiques, des politiques et également des acteurs économiques. Le territoire « local » apparaît alors non comme un espace figé, mais plutôt comme une construction évolutive impliquant des dynamiques qui conditionnent la pérennisation ou la disparition des relations de proximité entre acteurs et leurs évolutions dans le temps, (Torre, 1993 in Sahli Z., 2005).

Figure N° 07 : Le territoire privilégiant l'entrée par le produit, expression de l'activité humaine dans l'espace local et le temps long ;



Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données tiré de l'article le terroir un concept pour l'action dans le développement des territoires. <https://planeteterroirs.org> consulté le 27/12/2019 à 21 :18

II. Le passage du territoire au terroir

Si le mot terroir est connu de tous, son usage en France reste cependant confronté à certaines difficultés (Prévost et Lallemand) : ce mot n'a pas d'équivalent dans les autres langues, en particulier anglo-saxonnes et se confond souvent avec le mot territoire (BERTRAND, 1975 ; CARTIER, 2004 ; BÉRAD, 2011).

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Les mots « terroir » et « territoire » portent des significations différentes malgré leur même origine étymologique. Le terroir est par définition, une région naturelle avec des caractéristiques homogènes telles que sa spécialisation en élevage ou en agriculture. Le territoire est, quant à lui, un ensemble de terroirs présentant une grande variété et diversification de ressources.

III. Définition du terroir

Le mot « terroir » est un mot français qui est extrêmement difficile, voire même impossible, à traduire dans des langues étrangères. Pour internationaliser cette charte et permettre le dialogue sur une base commune, il paraît donc indispensable d'apporter une définition claire à ce mot.

Le terme terroir est utilisé dans diverses acceptions. Certains lui préfèrent le terme de finage. Néanmoins, la notion de terroir, utilisé dans les études sur le système agraire en Afrique, exprime mieux la complexité des liens qui unissent les communautés rurales africaines à leur espace. D'après Sautter et Pélissier (1964), le terroir est une « portion de territoire appropriée, aménagée et utilisée par le groupe qui y réside et en tire ses moyens d'existence ».

Au sens agronomique, le mot terroir est défini comme : « un ensemble de terres d'une région, considérées du point de vue de leurs aptitudes et fournissent un ou plusieurs produits caractéristiques » (Dictionnaire de français Larousse 2013).

En géographie : « province, campagne considérée comme le refuge d'habitudes, de goûts typiquement ruraux ou régionaux » (Dictionnaire de français Larousse 2013).

Selon l'Unesco : « *un terroir est un espace géographique délimité, défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels 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, INAO, UNESCO, 2005).

Selon HINNEWINKEL (2007) cité par CHERIET L : le terroir est « *le résultat d'une combinaison biologique, sociale et historique, qui suppose un processus de patrimonialisation qui associe la biodiversité agraire, les pratiques, les techniques, les savoirs, les réseaux sociaux et institutionnels, autour de production locale d'un aliment identitaire* ». Il est aussi considéré comme un système complexe de gouvernance du territoire : le terroir est un système géographique complexe : un milieu original sinon exceptionnel ; un enracinement dans un milieu (identification, patrimonialisation) ; la valorisation d'une rente ; et un espace de projet collectif », (CHERIET F, 2017, p.3).

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

C'est aussi « un système au sein duquel s'établissent des interactions complexes entre un ensemble de facteurs humains (techniques, usages collectifs...), une production agricole et un milieu physique (territoire). Le terroir est valorisé par un produit auquel il confère une originalité (typicité) », (BERARD L et MARCHENAY P, 2004, p.17).

Selon la FAO : « *le terroir représente les interactions multiples, au sein d'un espace géographique défini, entre les acteurs locaux et leur environnement au fil du temps, ayant généré des savoirs propres et engendrant une qualité spécifique liée à l'origine. Cette qualité spécifique, présente à la fois une dimension objectivable (notamment au travers des caractéristiques organoleptiques, la saveur, texture, forme) et une dimension subjective, et symbolique (par exemple les valeurs identitaires, l'authenticité, etc.)* ».

Pour mieux comprendre le concept de terroir, plusieurs définitions ont été avancées par les chercheurs de ce domaine. Néanmoins, la définition la plus claire est celle proposée par les chercheurs de l'INRA et l'INAO, « *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'interaction entre le milieu naturel et les facteurs humains. Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et permettent une connaissance 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* ».

Le mot terroir désigne la terre exploitée par les hommes sur une période longue, d'une partie des potentialités d'un espace naturel ou d'agroécosystème. Ce qui fait que sa définition dépend étroitement des caractères de la civilisation qui occupe les terres.

IV. Les dimensions du terroir

On peut distinguer trois dimensions : physique, humaine et temporelle.

IV.1 Dimension Physique

La dimension physique selon (BARJOLLE et al.1998), constitue la première forme de lien entre le produit et le terroir. Le lien du produit à un espace spécifique qui détermine la spécificité du produit est les conditions naturelles (sol, climat, eaux...). Les travaux scientifiques selon l'approche physique prouvent que la qualité sensorielle est directement influencée par les conditions physiques du milieu de production. Pourtant, les liens au terroir ne se limitent pas qu'à la dimension géographique, mais encore par d'autres dimensions.

IV.2 Dimension Humaine

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Ce sont les hommes qui sont le fondement de la construction du terroir, par une prise de conscience collective d'une identité partagée et ancrée par les acteurs économiques et sociaux. C'est le phénomène de base d'un terroir. Cette dynamique s'inscrit dans la durée et trouve généralement ses racines dans le patrimoine historique local. Le terroir est un espace de lien social, un espace dynamique en évolution, et non une réserve, (CHERIET F, 2017, p.11).

IV.3 Dimension Temporelle

Concernant la dimension temporelle, l'histoire d'un village, d'une vallée, ou d'une région est inspirée de leurs passé et légende, C'est pourquoi nous nous attacherons aux histoires (y compris sociales) et aux mythes qui entourent le terroir, en sachant qu'ils peuvent s'inspirer de faits historiques.

Le produit peut s'attacher à un terroir en se référant à une histoire ancienne, une culture ou une tradition, à une anecdote ou à un mythe. De ce fait, la région qui a fait naître un produit dans le passé, continue à le produire dans les années suivantes, ce qui permet la transmission du savoir-faire aux générations futures et la valorisation des traditions anciennes de ce terroir. (ABDELAOUI. I, 2016, p.12).

Le terroir représente également une expression communautaire d'une volonté d'acteurs de garantir la durabilité des ressources naturelles et la reproductibilité de la communauté par la légitimité des origines et l'expérience du temps historique. Cette volonté se traduit par l'intégration du terroir à diverses échelles spatiales et temporelles. Sur le plan spatial et organisationnel, la déclinaison du terroir à toutes les échelles de la production, de la parcelle de culture au territoire, en intégrant progressivement les dimensions écologique, technologique, économique, sociale et culturelle, permet de mobiliser l'ensemble des acteurs de la communauté. Sur le plan temporel, le court terme, avec l'intégration des innovations et l'adaptation des règles de gestion aux contraintes et opportunités extérieures, le moyen terme, avec le pilotage d'une trajectoire de développement permettant de protéger la valeur patrimoniale et le long terme, avec la transmission du patrimoine d'une génération à la suivante, sont imbriqués dans les modalités de gouvernance du terroir, telles qu'elles se déclinent, du point de vue éthique, dans les comportements individuels et collectifs.

V. Caractéristiques du terroir

Selon l'UNESCO, les terroirs sont plus souvent porteurs de cultures alimentaires fortement identitaires. Ils contribuent au renforcement de la sécurité alimentaire du peuple, leurs échanges mutuels et à leurs développements durables par les liens étroits entre les produits de terroir et le savoir traditionnel et les cultures alimentaires locales.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Le terroir est un espace géographique vivant et rénovant, s'appuyant sur des milieux physiques, biologiques et humains spécifiques ainsi que sur des savoirs, savoir-faire et qualification des hommes. Ce sont des lieux de créativité et des outils de mise en œuvre du développement durable. (UNESCO).

Vu l'importance du concept, un ensemble de formations se sont mobilisées pour que les acteurs locaux ou les futurs professionnels le fassent intervenir dans des projets de développement local. Le terroir constitue un lieu d'une forte production symbolique de la part des acteurs locaux, il constitue un bon terrain d'étude pour comprendre la mise en tension des savoirs produits par la recherche (concepts scientifiques) et des savoirs produits par les acteurs (les savoirs profanes), dans l'émergence, l'affirmation et l'évolution dynamique des systèmes d'action, inscrits dans une réalité spatiale et temporelle (historique).

VI. Liens au terroir

Le lien au terroir est représenté par un ensemble de caractéristiques uniques d'un produit qui sont liées à son origine qui lui confère sa qualité et sa réputation spécifique sur le marché. Donc, ce lien au terroir représente une relation dynamique entre la qualité, le goût, la production, la texture du produit et son milieu géographique dans ses dimensions qui sont à la fois humaine et physique.

Le lien devra être fait entre le produit, ses spécificités et ses particularités d'une part et le nom géographique demandé d'autre part. Il s'agira donc d'expliquer comment la qualité spécifique, la réputation ou autre, sont liées au territoire de production qui regroupe les ressources tangibles et intangibles, en représentant les critères de la délimitation de terroir.

Il n'y a pas un type de lien au terroir, mais de multiples modes d'encrage d'un produit dans sa région. Le lien au terroir doit, par conséquent, être pensé et raisonné en fonction du produit que l'on prend en considération et en fonction du lieu d'où il est issu. Il faut se rappeler qu'un produit n'est jamais figé, mais qu'il évolue. Ses caractéristiques changent et avec elles le lien au terroir. Le lien au terroir est non seulement multiforme, mais il est aussi mouvant. (YOSRI S, p.25)

Montrer un lien au terroir revient à expliquer les caractéristiques typiques d'un produit en fonction de diverses raisons relevant d'une zone géographique déterminée. Ces raisons qui peuvent à la fois se croiser et se compléter peuvent être : historiques, environnementales, culturelles, humaines et techniques. Cette explication montre bien qu'il ne faut pas nécessairement chercher un lien agronomique et physique à un support pédoclimatique. Il ne faut pas vouloir à tous prix démontrer un « effet terroir ». Ce ne sont pas seulement, ou pas forcément, des liens physiques, que le produit doit avoir avec son air de production, il doit y avoir également une histoire qui s'est

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

construite et qui a pris histoire dans un espace donné. Donc, ce lien au terroir peut être historique, socio-économique, physique et culturel, (BARJOLLE et al. 1998, p.09).

Le lien au terroir est un élément déterminant pour le droit à la protection des appellations d'origine. Identifier les éléments qui fondent ce lien devrait permettre d'éviter des dérives de production afin que le produit AOC et IGP conserve sa typicité. Donc cela permet au consommateur d'apprécier et au producteur de ne pas délocaliser et garantir son savoir-faire. (BARJOLLE et al., 1998, p.09).

La notion de terroir aujourd'hui n'est donc plus, comme il y a un siècle, un concept fédérateur pour les géographes, même s'il constitue toujours pour la discipline un « bel objet géographique » (Delfosse et Lefort, 2011). Les géographes qui l'utilisent le plus volontiers lui donnent un sens plus précis que dans les années 1920 : « combinaison entre milieu local de production et savoir-faire qui contribuerait à la qualité spécifique d'un produit, en particulier d'un aliment » (LEVY ET LUSSAULT, 2003). L'introduction du facteur humain dans la notion de terroir conduit nécessairement à des représentations marquées par des connotations culturelles, mais aussi éthiques. Dans ces conditions, la notion ne peut plus être la propriété exclusive des ruralistes ou des géographes agricoles, même si, par sa capacité à penser les fonctionnalités d'un espace défini par des frontières, le géographe doit rester un des acteurs majeurs de son approfondissement.

Section 04 : Produit de Terroir

En France, en Espagne, en Suisse et un peu partout en Europe, un produit de terroir est un signe de fierté, symbole d'un terroir confirmé, d'une nette identité et d'un savoir-faire irréprochable. Un produit de terroir est un identifiant fort pour les régions.

Un ensemble de travaux de recherches effectués pour arriver à une définition précise du concept et, suite à sa difficulté, un ensemble de tentatives de définitions ont été avancées par plusieurs chercheurs jusqu'aujourd'hui, on en retient quelques-unes :

La notion de « produits de terroir » est souvent associée à celle des « marchés locaux » qui désigne des places de marché ou de circuits d'échanges dont la portée est locale de par les participants, mais ne s'y réduit pas. Les produits de terroir peuvent être associés à ces différents circuits et les marchés locaux en représentent les points de vente. (ALLAIREG, décembre 2010).

Après avoir défini le concept du terroir dans la section précédente, nous allons dans ce qui suit mettre l'accent sur les éléments de définition des produits de terroir.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

I. Définition des produits de terroir

Un ensemble de disciplines se sont intéressées aux produits de terroir durant les deux dernières décennies. Des sociologues, des ethnologues, des économistes et des agronomes ont cherché à clarifier l'effet d'un terroir sur la typicité des produits. (Fort et Rastoin, 2005).

L'association entre le terroir et le produit est le résultat d'un processus complexe de construction dans le temps et dans l'espace (BÉRARD et MARCHENAY, 1995; 2000) ou le lieu, autrement dit, l'origine du terroir est considérée comme signale de qualité (BUREAU et VALCESCHINI, 2003).

Cependant la FAO définit les produits de terroirs comme : « un ensemble 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 spécifique »

Selon RICARD (1994) « les produits de terroir se caractérisent par une réelle originalité liée au milieu local comprenant les caractères physiques du terroir et des contraintes de fabrication importantes. Le produit est spécifique de l'aire géographique dont il est originaire et il apparaît impossible aux intervenants d'autres régions de fabriquer exactement le même produit ».

D'autre part, selon LAGRANGE ET TROGNON, 1995, « les produits de terroir, Regroupent tout produit alimentaire transformé ou non, portant un signe de qualité ou non, ayant un lien avec le terroir tangible ou non, déclinant une identité géographique ou non, étant récent ou ancien, qui bénéficient auprès des consommateurs, de par sa dénomination et la communication qui soutient sa commercialisation, d'une image terroir »(RASTOIN, 2013).

BÉRARD et MARCHENAY, 2000, définissent les produits de terroir comme « les produits de terroir croisent l'espace, le temps et reposent sur des savoirs et des pratiques partagés, ils se situent en un lieu et ont une histoire. En d'autres termes, ces produits s'inscrivent de façon plus ou moins marquée dans une culture ».

Les produits de terroir présentent des caractéristiques uniques liées à leur origine, qui leurs confèrent leurs qualités spécifiques et leur réputation sur le marché qui dépendent de leur terroir, et qui correspondent à une demande du consommateur ; cela suppose de bien identifier ses caractéristiques mais aussi sa demande et le type de marchés pertinents à viser.

Malgré la diversité des définitions des produits de terroir, deux dimensions fortes sont omniprésentes : une *dimension spatiale* liée à une origine ; une *dimension temporelle* et historique dans les pratiques de production (recette, tour de main...).

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Selon BÉRARD et MARCHENAY, (2004), les produits de terroir sont des produits créés à l'échelle locale pour une interaction étroite entre le producteur et le consommateur. Ils incorporent une identité forte liée à l'histoire d'une communauté locale, ses traditions qui se traduisent par des savoir-faire et leurs usages.

Selon Charter et Al ; un produit de terroir implique un bien lié à l'origine (CHARTER& SPIELMANN, 2014), qui est produit dans les limites environnementales et culturelles spécifiques imposées par les attentes implicites de ceux qui sont impliqués dans l'industrie ou par des réglementations codifiées.

Une autre définition est apparue en 2013 par le conseil des appellations réservées et termes valorisants.

LACHANCE 2015 définit les produits de terroir comme étant les produits qui proviennent-ou- dont les principales composantes proviennent d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire. Ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire ainsi que du savoir et du savoir-faire traditionnel ou émergeant de ses habitants.

I.1 Définition des produits de terroir selon le consommateur

Nous avons pris connaissance de ce qu'est un produit de terroir. Nous allons à présent nous focaliser sur sa perception par les consommateurs grâce à une étude de (DUQUESNE, BODSON et LEBAILLY 2006). Cette dernière a été menée sur un échantillon homogène de 398 personnes supposées avoir un intérêt pour les produits agricoles locaux, comportant comme critères principales, l'âge, le sexe, la situation familiale, la profession et le niveau d'éducation.

L'enquête canadienne révèle que sur l'ensemble, les réponses des consommateurs ne permettent pas de se prononcer sur une définition commune. Les citations varient en fonction des individus interrogés, (homme, femme, jeune...). La question principale de l'enquête est la suivante : « qu'évoque pour vous un produit de terroir ? ».

Les critères à forte redondance sont regroupés en trois catégories distinctives :

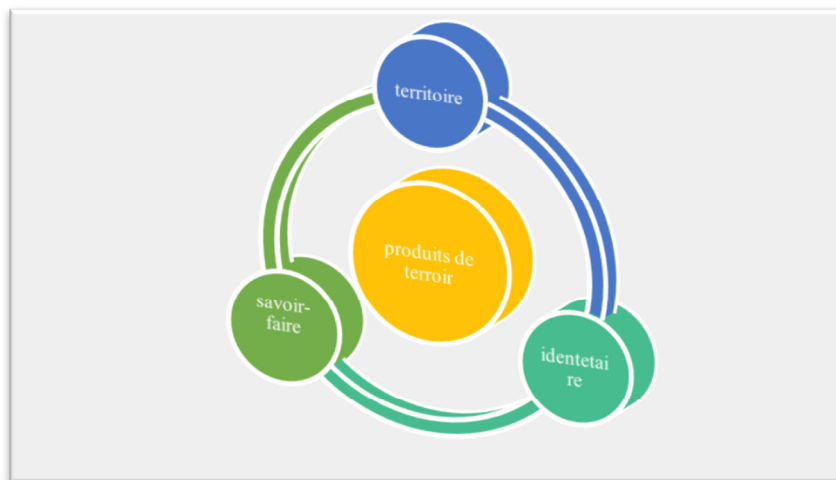
- **Mode de production** : les personnes interrogées assimilent aux produits de terroir un savoir-faire, une origine. Ils savent que c'est une alternative aux produits standards, aussi ils y accordent une confiance en termes de sécurité alimentaire pour ces produits.
- **Le consommateur** : la consommation des produits de terroir renvoie au plaisir et au coût de ces produits.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

- **Le produit** : Ce sont : le critère de qualité, la qualité sensorielle, le nom du produit, le critère de qualité sanitaire et également la notion de nostalgie qui sont évoqués.

Selon Charter et Al. (2017), les produits de terroir proviennent d'un seul endroit ayant des caractéristiques conférées en vertu de cet espace géographique particulier et ces caractéristiques uniques et non reproductibles (Splimann & Gélinas-Chebat, 2012).

Figure N°08 : Présentation des produits de terroir :



Source : Lachance, 2015.

D'après (BÉRARD et MARCHENAY, 2004), un produit de terroir est défini par rapport à son origine selon trois dimensions essentielles :

- L'origine de la matière première ;
- L'origine de la recette ;
- L'origine du producteur.

Un produit de terroir peut satisfaire une ou toutes ces conditions. (DOMINIQUE KREZIAK p.05)

II. Les caractéristiques des produits de terroir

Les produits de terroir comportent plusieurs caractéristiques dont on peut citer :

II.1. Qualité

La qualité d'un produit peut être définie par rapport à sa spécificité d'un point de vue nutritionnel, gustatif, visuel, symbolique ou par rapport à son mode de production. Le produit présente une qualité spécifique liée à l'origine géographique (sol, climat...) qui le différencie du produit standard sur le même marché, que ce soit au niveau local, national ou international (AMSALLEM et EDITH, 2009).

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Cette différenciation sur le marché provient de la typicité du produit qui présente un aspect important. Elle signifie en effet que la qualité du produit n'est pas seulement spécifique, mais aussi unique de par la manière dont s'articulent les facteurs de production humains et naturels liés au territoire. Ces produits ne peuvent donc être reproduits ailleurs. La typicité se mesure en fonction du degré de spécificité et de l'ancrage dans les ressources locales (Vandecandelaere et al., 2009).

Un produit originaire d'un lieu possède des caractéristiques particulières liées à cette provenance géographique. Celles-ci sont typiques de ce produit : arôme, texture, goût, couleur ou encore forme.

II.2. Réputation

Le concept de réputation, qu'elle soit locale, nationale ou internationale, se réfère à une opinion positive à propos d'un produit ; Opinion qui peut se former au fil du temps auprès des consommateurs. Ces notions sont fondamentales lors de la définition d'une IG et elles doivent bien mettre en avant le lien entre le produit et la zone géographique. C'est la synthèse de l'histoire du produit, de sa réputation et des conditions particulières de production liées à sa localisation, qui en fait un produit unique, différent et inimitable (AMSALLEM et EDITH, 2009).

II.3. Histoire

Il s'agit de la durée de l'ancrage du produit dans un terroir. La durée ne se décrète pas, elle a un sens associé à l'histoire locale d'un produit, elle peut être très variable. Cette dimension prend place dans la justification des appellations d'origine (BARJOLLE et al., 1998). Le facteur temps joue un rôle très important dans l'attachement du produit à son aire de production. « L'histoire se substitue au sol pour justifier une origine localisée » (BARJOLLE et al., 1998).

II.4. Savoir-faire collectif

Le savoir-faire est une construction humaine à base d'accumulation d'expériences et de connaissances, transmises de génération en génération, et enracinées dans un contexte particulier. Il se présente comme une ressource stratégique, à un moment où les paradigmes de la production en grande série standardisée font problèmes (SASSU, 2001).

D'après (BARJOLLE et al 1998), le savoir –faire est un élément essentiel pour comprendre le lien d'un produit à son origine géographique et historique et à son terroir. Ces savoirs spécifiques répondent à des exigences culturelles et naturelles. Le savoir-faire correspond aux : différentes méthodes, connaissances traditionnelles, pratiques, recettes et aux techniques de fabrication du

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

produit. Il est localisé et est issu de la culture du terroir de production. L'existence d'un savoir-faire local collectif révèle une originalité du produit, lui confère une typicité et aboutit à sa réputation.

Selon BÉRARD et MARCHENAY, (2006), pour qu'un produit de terroir soit reconnu comme tel, il doit satisfaire trois paramètres importants qui sont :

- **Espace** : le produit doit être localisé dans un territoire lui permettant de se distinguer des autres produits d'ailleurs. Souvent, les noms des produits de terroir sont empruntés à ceux des lieux de leur origine (culture, production) à l'exemple du comté (fromage français AOC/AOP transformé principalement en Franche-Comté) ;
- **Temps** : c'est en grande partie l'histoire du produit. Les modes de production et les savoir-faire donnent ainsi au produit de terroir une renommée et une place privilégiée ;
- **Savoirs partagés** : la culture est un vecteur important car, même maîtrisée les pratiques venant d'ailleurs ne permet pas de donner à court terme le caractère de terroir à un produit. Le partage du savoir renvoie à une dimension collective.

Il y a une multitude de produits agricoles et artisanaux. Parmi ceux qu'on qualifie de produits de terroir, on trouve :

- **Produits de la terre (agricoles)** : L'huile d'olive, les figues sèches, les dattes, la figue de barbarie...
- **Tous les produits de la ruche** : Miel, pollen, gelée royale, la cire.
- **Les produits artisanaux** : Poterie, vannerie, bijouterie, tenues traditionnelles...

III. Les produits de terroir, outils de développement local

La nouvelle initiative locale qui repose sur la valorisation des ressources locales et la création de développement d'activités locales, a conduit à l'émergence d'une dynamique de développement local authentique qui a eu du mal à se construire dans les régions sud-méditerranéenne comme l'Algérie. (SAHLI Z, 2009 p 309).

La participation et l'engagement des acteurs locaux (agriculteurs, entrepreneurs, porteurs de projets d'entreprises, membres de groupes communautaires de base, institutions élues, cadres de l'administration locale...) a été parfois assez lente et les choix stratégiques se sont souvent opérés en dehors de la logique d'un développement rural local et/ou endogène.

Les structures de développement qui sont faibles et peu performantes, les incohérences de l'environnement institutionnel (national), ainsi que les difficultés rencontrées par les acteurs qui opèrent sur ses zones pour mettre en place des stratégies de sortie de crise, sont évidemment traduit

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

par une réduction des efforts en matière de valorisation et de promotion des ressources locales, parmi lesquels les ressources naturelles et les produits agricoles de terroir. (SAHLI Z, 2009).

Ces produits de terroir font l'événement ces dernières années, parce que ce sont des produits qui sont liés au terroir et qui dit terroir dit : terre, localité, caractéristiques géographiques, techniques, climatiques, écologiques et sociale. Ces produits suscitent également de l'intérêt par le fait de leur valorisation des ressources naturelles, avec des méthodes nouvelles, tout en gardant l'aspect traditionnel, c'est-à-dire le savoir-faire ancien. Il faut dire que ces produits sont un véritable levier pour le développement des régions marginalisées, notamment de l'économie nationale.

Les produits de terroir sont un moyen d'essayer d'implémenter la dynamique de développement au niveau local. Ils constituent une réponse aux enjeux d'un développement durable et équilibré des territoires. Ils permettent également le développement local et rural des zones difficiles (steppes, zones désertiques, montagnes).

Mais pour avoir des produits de terroir, il est impératif de procéder à une meilleure organisation qui met en avant le savoir-faire de ces artisans et artisanes pour mener à bien cette valorisation.

Il faut donner une dynamique nouvelle à cette activité en rassemblant les acteurs de l'agriculture biologique et valoriser leurs efforts. Il s'agit également d'encourager les jeunes ainsi que la femme rurale à aller vers cette activité et leur apporter une assistance.

Vu la position géographique importante de l'Algérie, sa superficie, ainsi que d'autres caractéristiques telles que son histoire, l'Algérie dispose d'une richesse considérable en matière de produits de terroir qui peuvent être un outil de développement local et durable.

1V. Potentialités de l'Algérie en produits de terroir

Dans ce point, nous allons citer quelques produits de terroir que possède l'Algérie :

IV.1. Pour les produits agricoles

Les produits de terroir dans les filières agricoles « émergentes » pouvant constituer pour l'avenir (notamment des régions montagnardes) des modèles de promotion de produits « spécifiques », ayant une qualité, une origine et une réputation « spécifiques ». Parmi les produits « spécifiques », on note essentiellement les produits végétaux typiquement méditerranéens comme : le vin de cépage, les raisins de table, l'olive de bouche et l'huile d'olive, les fruits et légumes (tomate, pomme de terre de primeur et d'extra-primeur ; abricot, pomme, grenade, figue sèche...).

IV.2. Pour les produits forestiers

Dans ce type de produits on peut citer :

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

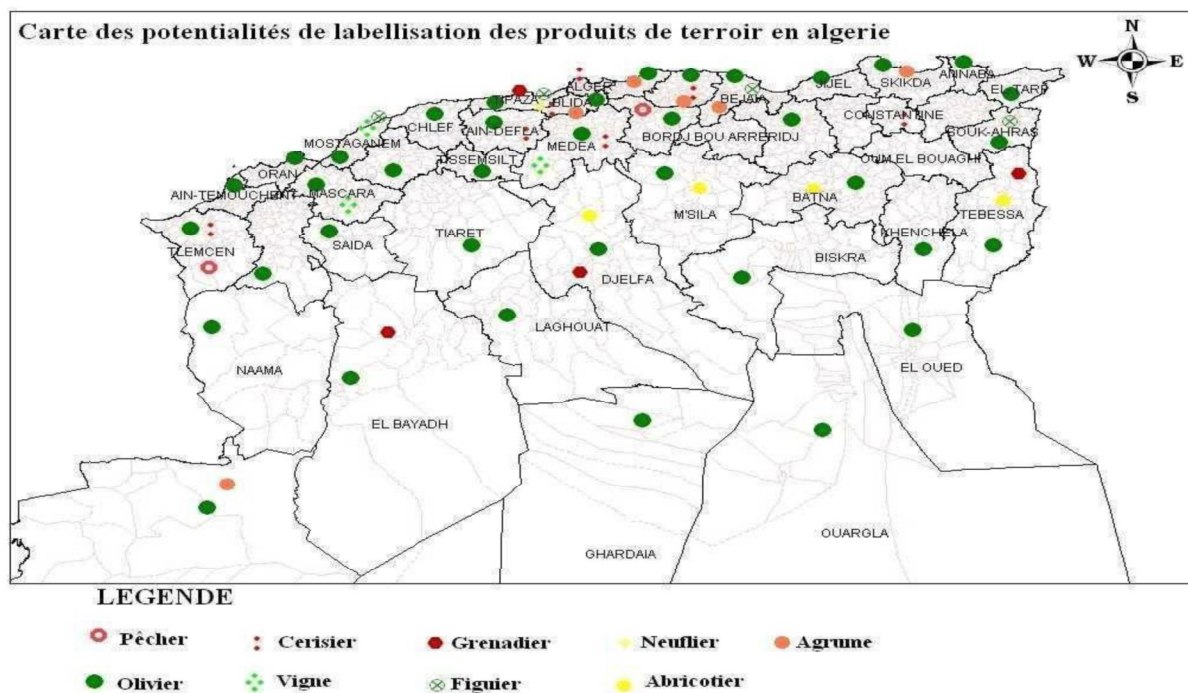
- Plantes aromatiques et médicinales qui sont des produits de cueillette (thym, coriandre, jasmin, orange amère, géranium, sauge bleue, câpre, menthe, lavande sauvage ...).
- Le bois : la production de liège...etc.

IV.3. Pour produits artisanaux

L'Algérie dispose d'une variété et d'une richesse en produits artisanaux qui diffèrent d'une wilaya à une autre et qui représentent un critère identitaire de chaque région dont on peut citer :

- La bijouterie traditionnelle ;
- La poterie ;
- Le travail du bois et ébénisterie ;
- La vannerie ;
- Habits et broderie traditionnels ;
- L'art culinaire (Couscous, Gâteaux traditionnels...) ;
- La tamiserie et carderie ;
- Le tissage et habit traditionnel qui sont spécifique à chaque région comme : la robe kabyle de Bouzeguen, Azazga, Ouadhias..., Kachabia, Djellabas et burnous en poils de chameaux et en laine d'ovin ;

Figure N° 09 : Carte de potentialité de l'Algérie en produits de terroir :



Source : Hemdani, 2015.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

D'après cette carte, nous constatons que le produit le plus répandu sur le territoire nord algérien est l'olivier. Ce dernier est suivi par les agrumes et les figues puis d'autres produits comme : la grenade, la cerise, le raisin...etc.

IV.4. Pour les produits agro-alimentaires

Les IAA en Algérie ont connues leur essor dans les années 70 avec les programmes publics de développement visant la création de sociétés nationales et touchant une des plus importantes filières qui est la filière céréalière et d'autres comme : le lait, les eaux et boissons suivies par celles du sucre, des corps gras, des conserves, des viandes, etc.

Ont émergé également des produits fortement appréciés par les consommateurs citadins comme l'huile d'olive, les figues sèches de Kabylie, le miel de montagne « multiflore », le pain « metloû » (galette maison), la « rechta » (pâtes traditionnelles des régions de Constantine et d'Alger faites à la main), le son et les germes de blé, le « hermes » ou « fermés » (abricot séché), le « klila » (fromage de brebis), la figue de barbarie, tomate, pomme de terre...Le système agro-alimentaire a connu ces dernières années des réformes et des changements organisationnels notamment dans le secteur agricole, et différentes restructurations du secteur de la transformation et de la distribution des produits agricoles et agroalimentaires. Ce dernier connaît actuellement des changements grâce à la refonte complète des lois et des instruments juridiques et institutionnels (contrôle de la qualité et répression des fraudes, politiques de prix, négociations internationales diverses, mis en place d'instruments de valorisation et de promotion des filières et des produits à haute valeur ajoutée, introduction de nouveaux dispositifs visant les marchés agricoles et la qualité des produits...).

Durant les années 90, les pouvoirs publics ont intervenu, soit au titre de la concession ou à celui de la prise en charge dans le cadre de projets intégrés et également pour répondre à un certain nombre de besoins de production et d'emplois en milieux forestiers et montagneux.

VI. Les produits de terroir dans la Wilaya de Tizi-Ouzou

Comme on l'a déjà cité dans le point précédent, l'Algérie possède un potentiel important en matière de produit de terroir qui peut une alternative peut être et un avantage pour le développement en cas d'une bonne exploitation (Kebaili, 2014). Nous nous focalisons sur le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou, qui est l'objet de notre étude, dans lequel on va citer les produits de terroir les plus importants que ce dernier possède.

Pour bien cerner quelque produit et afin d'identifier ce potentiel nous allons opter pour une recherche bibliographique et documentaire, ainsi qu'une enquête sur terrain et faire des entretiens auprès des acteurs locaux : agriculteurs, artisans, DTA, DSA.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

D'après notre recherche on peut classer les produits de terroir comme suis, mais nous allons nous intéressons beaucoup plus sur les produits agricoles :

VI.1. Produits du terroir forestier à Tizi-Ouzou

Les forêts et maquis occupent une superficie de 75% de la superficie totale de la wilaya. Les forêts n'ont pas seulement une source de l'air de l'oxygène pure et une protection du sol contre l'érosion elles sont aussi une source de produits et de richesse naturelle dont une diversité biologique floristique et faunistique est très importante qui a de plusieurs usages et fonction, cela dépend de la volonté des acteurs locaux et politiques publics.

- **Le liège** : ce produit est disponible en quantité appréciable, on l'utilise dans l'industrie, fabrication des bouchons. Il est exporté sous la forme semi-fini. Il occupe une superficie de 23100 Ha, on le trouve dans les régions suivantes : Mizrana, Azazga, Bouzeguène, Zekri, Beni Ghobri, Draa El Mizan, Tizi Ghniff et Sidi Ali Bounab.
- **L'arbousier (Sisnou)** : On le retrouve presque sur l'ensemble du territoire de la wilaya.
- **Les champignons** : c'est des produits agricoles néanmoins sa culture est très limitée, mais dans nos forêts on le trouve pousser en état de nature.
- **L'oléastre** : il est très commun à Tizi-Ouzou, on le retrouve dans les forêts et les maquis, il est doté de plusieurs propriétés thérapeutiques.
- **Les plantes médicinales et aromatiques** : les forêts de Tizi-Ouzou sont riches en matière de ces plantes, leur utilisation est d'origine ancienne. Cependant ces plantes ont une valeur économique et un atout spécifique pour la région. Les conservations des forêts ont recensé plus de 341 plantes.

V.2. Les produits du terroir artisanaux

L'artisanat trouve une place importante à Tizi-Ouzou car il est l'origine d'un métier ou d'un loisir pour plusieurs personnes, il couvre une variété importante de produits qui présente des valeurs et pratiques ancrées localement. On peut qualifier les produits suivants comme produits du terroir artisanaux : Les produits de la poterie, le costume traditionnel kabyle, les bijoux kabyles, les produits de la vannerie, les produits de tissages ; la tamiserie et le travail de bois.

V.3. Les produits agricoles du terroir

L'agriculture à Tizi-Ouzou est une agriculture de subsistance vivrière c'est-à-dire polyculture associée à l'élevage habituellement destinée à la consommation familiale.

Nous allons citer un ensemble de produits agricoles qu'on a qualifié de terroir par le fait de leur abondance ainsi que les savoirs faire locaux liés à ces produits.

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

- **L'olive** : ce produit fait l'objet de notre thème qu'on va développer avec détails dans la partie suivante de notre travail, c'est un produit à grand désir de consommation. L'olive et ses produits dérivés principalement l'huile d'olive, un produit important de la région, il occupe une superficie très importante soit 11.40% de la superficie totale de la wilaya de Tizi-Ouzou (DSA)¹. L'huile d'olive on le produit principalement dans les communes suivantes : Maatkas (Souk El Thenine), Azazga (Ifigha, Bouzeguene, yakuren), Bougni (Bounouh, Mechetras, Assi Youcef), Draa El Mizan.
- **La figue** : ce type d'arbre on le trouve dans toutes les communes de Tizi-Ouzou c'est un aliment essentiel pour la société kabyle pendant des siècles ses sortes noires, vertes ou violettes. Sa commercialisation se fait à l'intérieur du pays.
- **La figue de barbarie** : c'est un produit plus marquant dans le panorama géographique kabyle, cette espèce d'arbre est parfaitement convenable pour les zones arides et semi arides. Les champs de figuiers de barbarie sont présents dans le cadre des propriétés privées surtout à l'état sauvage poussant de façon spontanée.
- **Le miel** : la wilaya Tizi-Ouzou est classée parmi les premières régions productrices de miel du pays. C'est une substance sucrée fabriquée par les abeilles à l'aide du nectar des fleurs.
- **Les cerises** : On le trouve dans la commune de Larbaa-Nath-Irathen, Ain El Hammam. La grande partie de la production est commercialisée en tant que fruit frais, sa transformation très limitée.

On peut ajouter à cette liste quelque produit telle que : l'artichaut, les fèves...

Les principales contraintes pour ces différents produits cités sont l'absence d'entretien l'ancienneté des techniques de culture et de production, ajoutant à cela le manque de stratégie pour des nouvelles plantations et exploitations.

Face à toutes ces potentialités dont jouit la wilaya de Tizi-Ouzou, les possibilités de développement sont présentes, notamment pour le secteur tertiaire (tourisme). Il suffit uniquement de faire revitaliser ces différentes activités, pour encourager les porteurs de projets à les choisir. Une valorisation qui permettra de créer de l'emploi et générer des revenus. Pour ce faire, les autorités locales commencent à donner plus de considération à ces différents métiers et ceci s'illustre avec l'organisation du salon national de l'artisanat à Tizi-Ouzou chaque année.

¹ Direction des services agricoles ;

Chapitre I : L'agriculture Et Territoire : Notions Et Concepts

Conclusion

En guise de conclusion de cette synthèse bibliographique, nous mettons en exergue le rôle important que l'agriculture joue dans le développement économique qui suscite l'engouement des économistes de développement, particulièrement, ceux de l'agriculture. En Algérie, depuis l'indépendance et vu la place importante que ce secteur occupe dans le développement local, un ensemble de plans, de réformes, de stratégies et de programmes ont été adoptés dans le but de promouvoir ce secteur pour préserver les ressources et richesses naturelles que le pays possède et assurer une autosuffisance alimentaire. Grâce à ces politiques mises en place, l'agriculture a réussi à avoir une place importante dans l'économie nationale. L'amélioration du monde rural était parmi leurs objectifs. La mise en place du programme (PNDAR) a réussi à impliquer les acteurs locaux dans sa mise en œuvre. Ces différentes initiatives ont été conçues dans le but de réaliser un développement. Les résultats même modestes de ces différentes démarches permettent de garder espoir et de relever plus de défis et surtout croire que le secteur agricole peut-être un moteur vecteur d'un développement croissant et durable de l'Algérie de demain.

Ce chapitre a également mis l'accent sur le terroir qui est un lieu géographique délimité, le résultat d'une combinaison biologique, sociale et culturelle, une étendue de terrains caractérisés par des aptitudes agricoles spécifiques dues au climat local et à la nature du sol. Le savoir-faire de l'homme peut aussi être transféré au terroir le transformant en milieu culturel et productif de différentes richesses spécifiques qui peuvent contribuer au développement local.

Le produit de terroir représente une synthèse de l'histoire qui inclut les savoir-faire locaux et les conditions particulières de production liées à sa localisation, ce qui fait de lui un produit unique, différent et inimitable avec une réputation spécifique sur le marché. Ce produit joue un rôle important sur le plan économique et social. C'est une ressource territoriale spécifique qui présente plus d'atouts et de chances pour les territoires à travers la création des richesses et d'emplois à partir d'acteurs exclusivement locaux par définition du développement local. C'est un patrimoine hérité qui peut être un moyen de tirer des profits d'où l'intérêt de les valoriser et les préserver.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

INTRODUCTION

Le contexte Algérien est caractérisé par une économie mono-exportatrice. Les filières hors hydrocarbure sont très faibles en exportation ce qui a incité les pouvoirs publics à tracer une démarche nationale en matière de promotion du développement économique, qui vise la valorisation des ressources naturelles du pays et redonne une importance à ces territoires ainsi qu'aux produits de terroirs. Il est important de signaler que la valorisation de ces produits se réalise par le fait de leur donner un label or le processus de labellisation, en Algérie, est encore à ses débuts.

Malgré le nombre important des produits agricoles de terroir en Algérie, ces derniers ne bénéficient d'aucune protection ni de nom commercial qui va permettre à l'Algérie de les exporter et de réaliser des bénéfices pour contribuer au développement local.

Durant les années 1990, avec la crise de la vache folle, qui est une crise sanitaire et ensuite socio-économique, ainsi qu'avec les différentes crises qui ont succédé cette crise (la grippe porcine, la grippe aviaire), le consommateur est devenu plus inquiet et plus exigeant en matière de qualité et de respect des normes d'hygiène, d'où un ensemble de démarche ont été mis en place qui permet à la fois de procurer une certaine assurance en ce qui concerne les produits pour le consommateur et aussi leur valorisation. Dans ce présent chapitre nous allons mettre l'accent sur la valorisation des produits de terroir, les signes distinctifs de la qualité, et ensuite réaliser une étude sur le processus de labellisation des produits de terroirs avec quelques exemples.

Section 01 : Les outils de la valorisation des produits de terroir

À la fin du XIXème siècle, suite à la destruction quasi totale du vignoble par le phylloxéra en France, et notamment, avec le développement des échanges commerciaux, les pouvoirs publics décidèrent d'intervenir, en particulier dans le secteur viticole. C'est en France qu'est née la première législation qui a protégé l'usage d'un nom géographique pour identifier des produits dont la spécificité est liée à un territoire et un savoir-faire.

L'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (2012), définit le concept de valorisation comme suit: « *la valorisation recouvre un sens général et un autre précis. Le sens général correspond à l'ensemble des mécanismes permettant de créer, renforcer, révéler ou faire connaître la valeur d'un produit ou service. La dimension la plus restrictive correspond au processus permettant de constituer une valeur d'échange pour le produit, par un processus d'inclusion des valeurs monétaire et symbolique* »

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

I. Comment valoriser les produits de terroir

Les produits de terroir, comme on l'a déjà cité précédemment, sont fortement liés au terroir et ils se caractérisent par une adaptation aux attentes sociales, une innovation qui respecte l'identité du produit, et une résilience aux changements avec le respect de l'authenticité et des traditions (Allaire 2013 P.03).

La valorisation des produits de terroir participe à :

- la protection des producteurs contre la fraude ;
- les falsifications et usurpation d'identité-image d'un produit ou d'un territoire ;
- la défense (à tort ou à raison) d'un modèle artisanal et alternatif de production et de consommation ;
- la valorisation des zones marginalisées, protection du patrimoine et réponse aux attentes des consommateurs ;
- l'accès au marché international.

Certains labels sont un véritable outil de protection de la propriété intellectuelle, permettant d'assurer la transmission et la protection des savoirs et des pratiques tacites ou de techniques explicites. De même, la valorisation répond à des attentes sociétales fortes des consommateurs qui font des associations entre produits de terroir, d'une part, et qualité, proximité, artisanat, tradition et confiance, d'autre part (Allaire, 2013 P03).

Après avoir expliqué dans le précédent point « pourquoi valoriser les produits de terroir ? » nous allons passer à la question qui suit : « comment valoriser ces produits de terroir ? ».

Dans le prochain point, nous allons essayer de répondre à cette question et citer les instruments utilisés pour valoriser ces produits.

Il existe plusieurs outils et alternatives pour valoriser les produits de terroir :

- l'utilisation de marques commerciales privées ou collectives avec des références territoriales,
- la création d'une marque institutionnelle régionale ou locale (l'exemple de la marque Sud de France en région Languedoc Roussillon),
- la labellisation avec l'établissement de cahiers de charges donnant lieu à des labels publics, des labels privés individuels ou collectifs, ce qui va faire l'objet de notre prochain chapitre,
- la contractualisation avec les distributeurs locaux ou nationaux pour la création de gamme de terroir (Saveurs de nos régions, Reflets de France, etc.),

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

- le développement de circuits de distribution alternatifs (courts, directs, de proximité) avec un renvoi explicite à un terroir donné.

Ces démarches sont souvent non exclusives et se combinent avec des stratégies de promotion de l'origine géographique (pays, région ou localité) et des territoires.

II. Les instruments de valorisation des produits de terroir

Les modes officiels de valorisation des produits agricoles et alimentaires tels que prévus par le code rural et de la pêche maritime, comprennent trois catégories bien distinctes :

- les signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) ;
- les certificats de conformité des produits (CCP) ;
- les mentions de valorisation.

II.1. Les signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO)

L'usage d'instruments économiques comme les signes de qualité et d'origine constituent un des vecteurs des démarches permettant la gouvernance des produits de terroir, il existe cinq SIQO :

II.1.1. Les Appellations d'Origine Contrôlé : AOC

Les AOC sont le premier signe de qualité créé en France et qui a été limité au vin et aux eaux de vie. Ils ont été créés par la loi du 01/08/1905 qui vise à lutter contre la fraude en tout genre et rassurer les consommateurs, notamment, suite au ravage provoqué par le phylloxéra dans le vignoble français à la fin du 19ème siècle. Durant cette dernière période, des vins frelatés inondent le marché Français, il a été donc nécessaire de définir légalement les produits et de préciser leur origine et de définir également les régions qui vont en être bénéficiaires.

En 1906, une manifestation importante, organisée par la Société des Viticulteurs de France, par laquelle des représentants des grandes régions viticoles Françaises ont présenté les caractéristiques de leurs produits.

On entend par AOC : « la dénomination géographique 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 exclusivement ou essentiellement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains. ». Le label français AOC a véritablement vu le jour en 1935.

La loi du 2 juillet 1990 permet à l'ensemble des produits agricoles et alimentaires de bénéficier de l'AOC (à l'exception des appellations d'origine vins délimités de qualité supérieure – AOVDQS)

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

Figure N°10: Logo officiel d'identification Appellation d'Origine Contrôlé : AOC (CE, 2006).



Source : AIT KADI ET BRULHLT 2010.

II.1.2 Les Appellations d'Origine Protégé : AOP

L'AOP est un label européen équivalent de l'AOC (AOC label français), créé le 14 juillet 1962, il protège le nom du produit dans toute l'Union européenne, dont toutes les étapes de leurs productions sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique, qui donne ses caractéristiques au produit.

Les règles d'élaboration d'une AOP sont inscrites dans un cahier des charges et font l'objet de procédures de contrôle, mises en œuvre par un organisme indépendant agréé par l'INAO.

La déclinaison française de l'AOP est l'AOC. Elle protège le produit sur le territoire français. Elle constitue une étape vers l'obtention du label européen AOP. À noter que le logo AOC ne peut plus figurer sur les produits qui ont été enregistrés comme AOP

Figure N° 11 : Logo officiel d'identification Les Appellations d'Origine Protégé : AOP (CE, 2006).



Source : AIT KADI ET BRULHLT 2010.

Dans l'AOP, deux éléments sont considérés comme étant nécessaire : en premier lieu les facteurs naturels qui désignent le milieu géographique (climat, sol...), et les caractéristiques du produit (chimique...). Et en second lieu, les facteurs humains, c.-à-d. le savoir et le savoir-faire.

II.1.3 Label rouge : LR

Le label rouge est un signe de qualité français créé en 1960 dans la loi de 05 juillet. Il obtient son officialisation par le décret du 13 janvier 1965. C'est un signe de qualité supérieure. Il garantit les produits qui ont un niveau de qualité de production ou de fabrication supérieure, dont les conditions lui sont particulières par rapport aux autres produits courants similaires.

Ce label s'applique sur une gamme de produits tels que : les volailles, les viandes, la charcuterie, les produits laitiers, les produits de la mer et les fruits et légumes. Le premier Label

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

Rouge alimentaire a été élaboré pour le poulet des Landes. L'année suivante, c'est un autre type de produit, l'ail rose de Lautrec, qui bénéficie de cette reconnaissance.

Figure N° 12 : Logo officiel d'identification du Label rouge : LR (CE, 2006).



Source : AIT KADI ET BRULHLT 2010.

Les produits sous Label Rouge sont contrôlés réglementairement pour assurer qu'ils respectent les règles de production établis dans leurs cahiers des charges. Ils font également l'objet d'un ensemble d'analyses sensorielles et de tests organoleptiques réguliers pour confirmer qu'ils disposent d'un niveau de qualité supérieure par rapport aux produits standards.

Pour mieux comprendre, nous allons prendre l'exemple du cahier de charges du poulet Label Rouge, qui impose de respecter les trois conditions suivantes :

- élevage en plein air ;
- alimentation qui doit être 100% végétale, et 75% des minéraux et vitamines doivent être des céréales ;
- la troisième condition dépend du cahier de charges. Il en existe deux : dans le premier, le poulet doit
- Être élevé au minimum 81 jours, dans le second, au moins 84 jours.

Un produit Label Rouge ne peut bénéficier d'une AOP mais il peut, cependant, a une IGP ou STG, AB (que nous allons définir par la suite).

II.1.4. L'Agriculture Biologique : AB

AB, signe accordé aux produits dont la production, la transformation et la commercialisation répondent à des règles très strictes menées par un cahier de charges homologué par arrêté ministériel. Cet ensemble de conditions est conforme au cahier de charges d'agriculture biologique. Il consiste à prôner la production biologique, prohibant les produits chimiques de synthèse et assurant la protection de l'environnement et le respect de bien-être de l'animal et les conditions d'élevage particulière en réduisant l'utilisation des médicaments vétérinaires. L'agriculture biologique vise à préserver, avant tout, l'environnement et à prendre en considération les préférences de certains consommateurs. Le produit Agriculture Biologique ne peut être considéré comme supérieur en termes de qualité.

Figure N° 13 : Logo officiel d'identification de L'Agriculture Biologique : AB (CE, 2006).



Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

Source : AIT KADI ET BRULHLT 2010.

Les deux logos ci-dessus, l'un est facultatif, c'est un logo national AB, et l'autre est obligatoire, celui de l'euro feuille. Ces deux logos permettent d'identifier le produit issu du mode de production biologique.

Acheter un produit avec ce logo permet au consommateur d'être certain qu'au moins 95% des ingrédients ont été produits selon le mode biologique.

II.2.5. Spécialité Traditionnelle Garantie : STG

C'est un type de label qui s'applique uniquement sur les produits alimentaires. Ces produits se caractérisent par la spécificité de leur composition, leur méthode de fabrication ou de transformation qui sont fondées sur une tradition, qui leur donne un aspect unique. La STG se définit par deux éléments distincts et pourtant très liés qui sont : la spécificité et l'aspect traditionnel

La Spécialité traditionnelle garantie relève d'un usage, d'un savoir-faire, d'une pratique ancienne, typique, particulière, nationale, régionale ou locale mais qui peut être réalisée en dehors du pays ou de la région de provenance ou de fabrication du produit.

Parmi les produits STG en Europe on trouve : la « pizza napolitaine », la « mozzarella di bufala Campana », le « jambon serrano », la « moule de bouchot ».

Figure N° 14 : Logo officiel d'identification de Spécialité Traditionnelle Garantie : STG (CE, 2006).



Source : AIT KADI ET BRULHLT 2010.

II.2.6. Indication Géographique Protégée : (IGP)

Indication Géographique Protégée (IGP), est un signe européen créé en 1992 qui protège le nom du produit dans toute l'Union européenne. Ce signe est délivré aux produits dont les caractéristiques sont liées au lieu géographique dans lequel se déroule au moins sa production, sa transformation ou son élaboration selon des conditions bien déterminées. Le produit doit être originaire de cette région, du lieu ou du pays mentionné. Il doit posséder une qualité déterminée, une réputation ou une autre caractéristique attribuée au lieu d'origine.

Figure N° 15 : Logo officiel d'identification des Indication Géographique Protégée (IGP), (CE, 2006).



Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

Source : AIT KADI ET BRULHLT 2010.

Si nous comparons la définition des AOC à celle des IGP, on remarque que les deux partagent des caractéristiques communes (types de produit, dénomination géographique, lieu d'origine dans la région et ils assurent la protection d'une relation à un lieu) mais il existe des différences fondamentales entre eux (les IGP et AOP).

Tableau suivant nous montre les principaux points de différence entre une AOP et IGP :

Tableau N°01 : Comparaison entre les IGP et AOP.

IGP Appellation d'Origine Protégée	AOP Indication Géographique Protégée
La production , la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.	La production , et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.
La qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains.	La qualité déterminée, la réputation ou les caractéristiques peuvent être attribuées à cette origine géographique.
Nom d'une aire géographique, lieu déterminé , une région , qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire.	Originaire d'un lieu déterminé, d'une région , ou d'un pays .

Source : (AIT KADI ET BRULHELT, 2010.)

Les étapes de production des produits AOP, doivent avoir lieu dans la zone géographique définie, contrairement aux produits IGP, seule l'une des étapes devrait se dérouler dans la région géographique définie.

II.2. Certificat de conformité de produit (CCP)

Le certificat de Conformité de Produit (CCP), a été créé par la loi du 30 décembre 1988 et mise en application par le décret du 25 septembre 1990. Avec la mise en œuvre de la loi d'orientation agricole, la Certification de Conformité des Produits est devenue depuis le 01 janvier 2007, une démarche à part entière : la démarche de Certification de Conformité des Produits (CCP). Cette démarche peut être individuelle ou émaner d'un groupement de professionnelles.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

Figure N° 16 : Logo officiel d'identification de Certificat de conformité de produit (CCP)



Source : AIT KADI ET BRULHLT 2010.

La CCP est un mode de valorisation des denrées alimentaires et des produits agricoles non alimentaires et non transformés distincts des signes d'identification de la qualité et de l'origine. Le certificat est délivré aux produits qui disposent d'un cahier de charges contrôlé par un organisme certificateur tiers, et qui répondent à des exigences en matière de règles de production, transformation et de conditionnement ainsi qu'à des recommandations relatives à la présentation des caractéristiques certifiées (au minimum deux) à destination du consommateur.

Selon l'OMC (Organisation Mondiale de Commerce), l'indication géographique sert à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire, d'un membre de l'OMC, d'une localité ou d'une région de ce territoire. Dans le cas où une qualité, sa réputation, ou autres caractéristiques de ce produit peut être attribué essentiellement de cette origine géographique.

Les indications géographiques remontent aux arrangements de Lisbonne appellations, d'origine, à la convention de Paris et à l'arrangement de Madrid indications de provenance, mais elles se sont véritablement généralisées après l'adoption de l'Accord de l'OMC sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC). (HADJOU.L, CHERIET.F 2013).

II.3. Les mentions de la valorisation

Les mentions de la valorisation permettent de valoriser des produits agroalimentaires en mettant en exergue un qualitatif spécifique du produit sur l'étiquetage, dont l'usage est volontaire. Ces mentions de valorisation qui sont définies par la réglementation, qui répondent à des exigences spécifiques, sont les suivantes :

II.3.1. Produit de Montagne ou Montagne

Ce type de valorisation est réservé aux produits pour lesquels l'ensemble des étapes d'élaboration est effectué en zone de montagne. La matière première et l'alimentation des animaux devraient provenir de la même zone de montagne.

II.3.2. Fermier, Produit à la Ferme ou Produit de la Ferme

Ces noms ne sont pas définis de manière générale mais par catégories de produits (par exemple pour la volaille et les fromages), et ce, pour tenir compte de leurs spécificités.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

II.3.3. Produits Pays

Ce type est réservé aux produits dont toutes les opérations de production au de conditionnement sont réalisées dans un département d'outre-mer.

II.3.4. Issu d'une Exploitation de Haute Valeur Environnementale

Ce type est réservé aux produits, transformés ou non, issus d'exploitations ayant le plus haut niveau du dispositif de certification environnementale des exploitations agricoles, la Haute Valeur Environnementale (HVE).

Ces différents signes de valorisation, que ce soit au niveau national ou européen, visent à :

- offrir aux consommateurs une vision globale et claire de l'ensemble du dispositif français et européen de reconnaissance officielle de la qualité des produits agricoles et alimentaires ;
- permettre aux producteurs et acteurs économiques de mieux valoriser leurs produits ;
- renforcer le développement des secteurs agricoles et alimentaires et accroître la qualité des produits par une segmentation claire du marché ;
- les SQO sont des signes distinctifs. C'est un outil de différenciation des produits d'origine des autres produits sur le marché, ce qui va permettre une meilleure valorisation économique ainsi qu'une augmentation des prix de vente et même un accès aux marchés de niche ;
- les SQO permettent d'identifier les produits de qualité qui sont le fruit d'une interaction entre le produit, le territoire dont il est issu et les acteurs locaux (agriculteurs, artisans, consommateurs, producteurs...), ce qui représente le terroir.

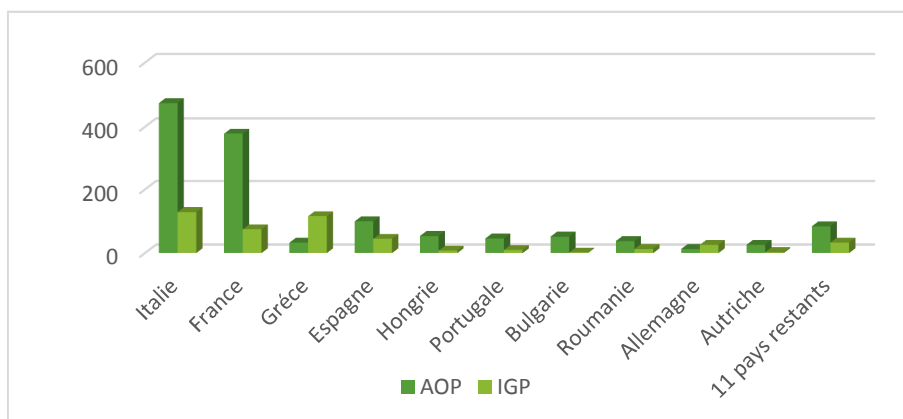
Ces signes d'identification de la qualité et de l'origine SIQO sont répartis comme suit en Europe:

Environ 1400 produits agroalimentaires, hors vins et spiritueux, étaient enregistrés, en début de 2018, en AOP/IGP/STG dans 26 pays de l'UE ; 21% sont italiens, 18 % français...

Dans le graphe suivant, nous allons montrer le nombre des AOP et IGP enregistré dans l'UE le 01/03/2018.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie à Le Processus De Leur Valorisation

Figure N° 17: Nombre de vins en AOP et IGP enregistrés dans l'UE.

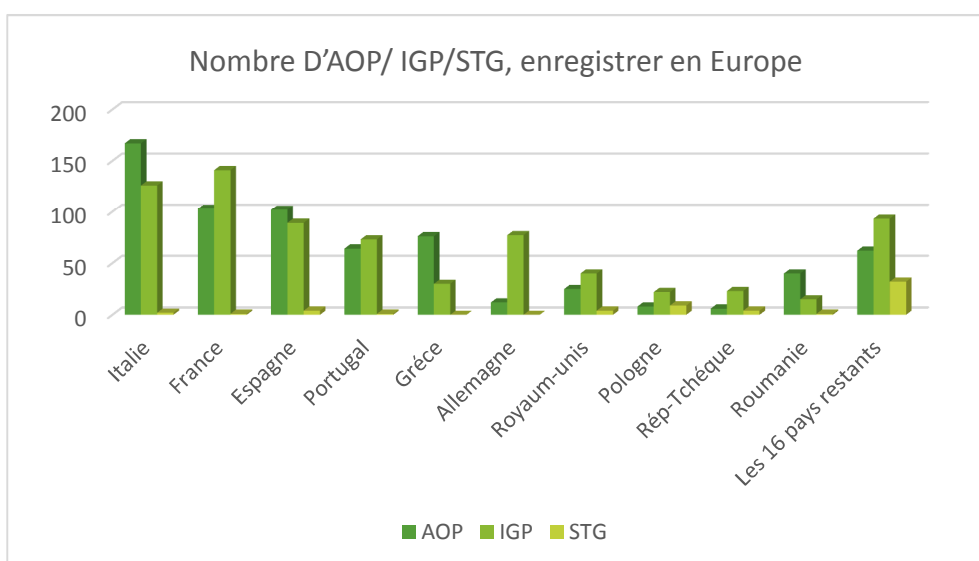


Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données de la Commission européenne 2018.

Les 11 pays restants sont : la Slovaquie, la Slovénie, la Croatie, la République tchèque, les Pays-Bas, Chypre, la Belgique, le Danemark, Malte, le Royaume-Uni, le Luxembourg.

Le graphe suivant nous montre le nombre des AOP/IGP/STG, par pays en UE

Figure N°18 : Nombre D'AOP/ IGP/STG, enregistrer en Europe :



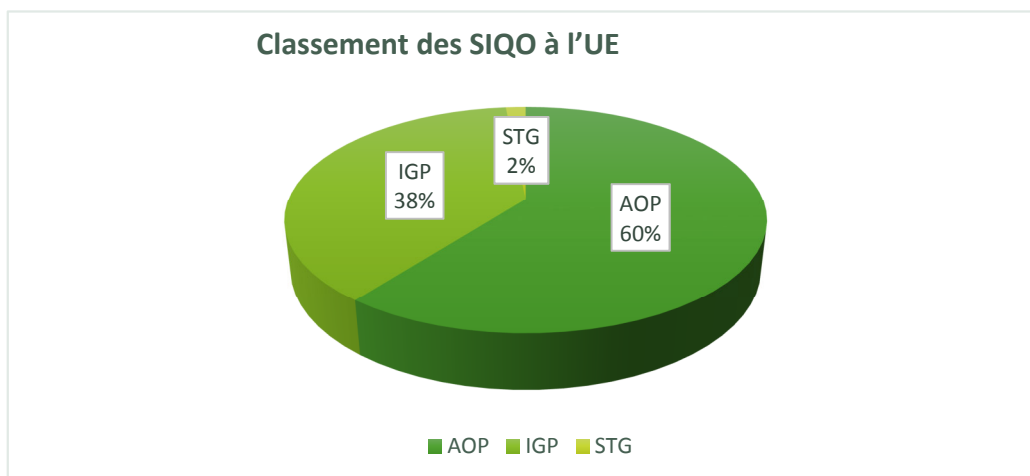
Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'article de Jean-Louis Joseph et Dominique Marmier, 2018. (Les 16 pays restants sont : Autriche, Belgique, Chypre, Croatie, Danemark, Finlande, Hongrie, Irlande, Lettonie, Luxembourg, Pays-Bas, Slovaquie, Slovénie, Suède, Lituanie, Roumanie).

Le graphe nous montre que l'Italie est le premier pays qui enregistre des AOP et IGP, suivi par la France et l'Espagne. On constate que le signe de qualité et d'origine le plus fréquent dans ces pays de l'UE c'est l'AOP puis l'IGP en second place et enfin le STG qui est rarement utilisé.

Le graphe suivant montre le classement des SIQO en Europe :

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie à Le Processus De Leur Valorisation

Figure N°19 : Classement des SIQO à l'UE.



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de la Commission européenne 2018.

NB : 4 STG sont communs à la République tchèque et à la Slovaquie.

Au niveau mondial, les SIQO ne cessent de se développer et de progresser, car ils répondent aux exigences des consommateurs et leur permettent d'être rassurés en matière de provenance et d'authenticité.

En 2018, 263 AOC et AOP (74.8% des vins commercialisés) viticoles ont été enregistrées, 17 AOC sont des boissons spiritueuses et 04 AOP/AOC sont des cidres et poirés, ce qui a abouti à réaliser un CA de 2.4 milliards d'euro. Pour l'agro-alimentaire 100 AOP, dont 50 AOP sont des produits laitiers, ont été enregistrés, avec un chiffre d'affaire de 1.8 milliards d'euro ce qui signifie une augmentation de plus de 17.9% par rapport à 2017. 434 LR ont été enregistrés dont 213 sont des volailles, 13 œufs, 55 viandes, 48 charcuteries. Ce qui a abouti à réaliser un CA de 1.5 milliards d'euro.

Pour l'AB, 41 623 producteurs, 16 651 transformateurs, 7 114 distributeurs, 545 importateurs, 4% de la production alimentaire commercialisée. Un CA de 5 milliards d'euro et une évolution de 14.4% par rapport à 2017.

III. Les signes de qualité en Algérie

Il est entendu par Système de Qualité des Produits Agricoles ou d'Origine Agricole, leur reconnaissance par les signes distinctifs suivants : (régis par le décret exécutif n° 13-260 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013 fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole). À partir du décret, les définitions suivantes sont extraites

III.1. L'Appellation d'Origine (AO)

C'est une dénomination géographique d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité, la réputation ou les autres caractéristiques sont dus

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

exclusivement ou essentiellement au milieu géographique comprenant des facteurs humains et des facteurs naturels et dont la production, la transformation et la préparation ont lieu dans l'aire géographique délimitée en conformité avec un cahier de charges d'appellation d'origine.

III.2. L'Indication Géographique (IG)

C'est une dénomination servant à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire, d'une région ou d'une localité lors qu'une qualité, une réputation ou toute autre caractéristique déterminée dudit produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique et que la production ou la transformation et/ou la préparation a lieu dans l'aire géographique ainsi délimitée en conformité avec un cahier de charges d'indication géographique.

III.3. L'Agriculture Biologique (AB) (défini précédemment).

III.4. Les labels agricoles de qualité

C'est un signe d'identification matérialisé par un logo qui atteste que le produit possède des qualités et des caractéristiques spécifiques préalablement fixées par un cahier des charges de Label Agricole. Dans la troisième section nous allons bien expliquer la procédure de la labellisation des produits agricoles ou d'origine agricole en Algérie.

Section 02 : La labellisation des produits de terroir

Avant d'entamer cette section nous allons essayer de donner une définition de label, sur lequel nous allons travailler. Et aussi faire un petit rappel sur les chiffres d'affaire réalisés par les produits sous labels en Europe pour enfin parler de ces derniers dans les pays Maghrébins.

I. Définition du label

C'est un signe distinctif, qui permet d'avoir une reconnaissance nationale et/ou internationale. Un outil de valorisation d'un produit par rapport à un autre en mettant en avant ses spécificités, ce qui permet au consommateur de le reconnaître. Le label donne au produit une valeur territoriale, une dimension patrimoniale et culturelle, il octroie au produit une forte notoriété.

Selon le dictionnaire de Larousse, le label possède quatre significations : « mot d'origine anglaise, il signifie étiquette. D'une part étiquette ou marque créée par un syndicat professionnel ou un organisme parapublic apposée sur un produit destiné à la vente, pour en certifier l'origine, la qualité et les conditions de fabrication en conformité avec des normes préétablies, et aussi il désigne un Signe, marque sous lesquels se présente quelqu'un, quelque chose : Candidat qui se présente sous le label écologique. D'autre part, en informatique il signifie étiquette. Et au final, pour une société éditrice de disques il est considéré comme une marque déposée par cette société.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

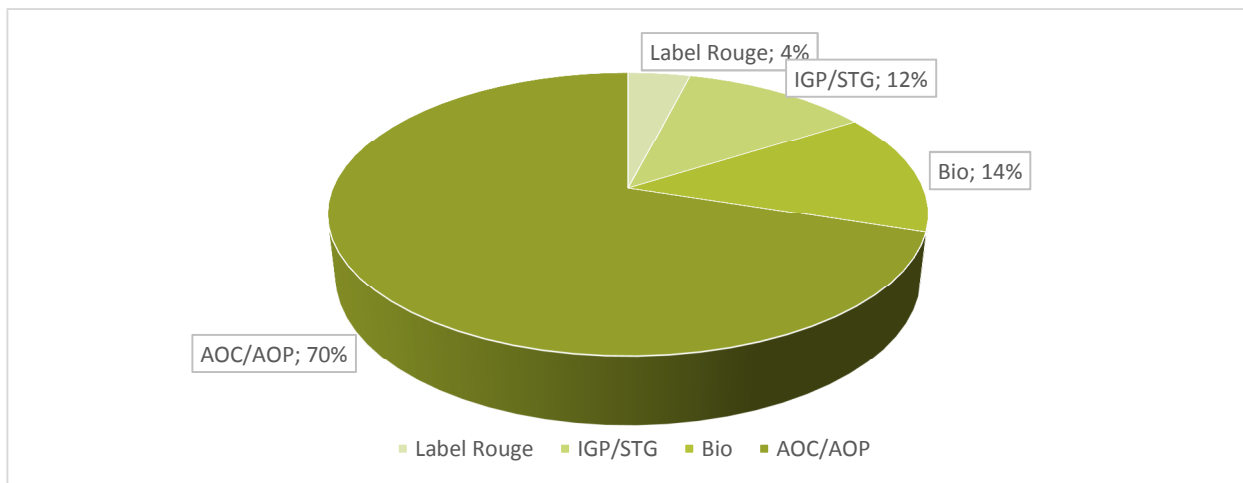
Le label est un élément de garanti de certains aspects d'un produit ou d'un service. Généralement il se matérialise par la présence d'un logo (comme on l'a déjà expliqué dans la section 01 exemple : LR, AOC, AOP, AB, STG...). Si une telle importance est donnée au label c'est parce qu'il a des avantages : élément de différenciation vis-à-vis des concurrents, et vis-à-vis des clients, il apporte des garanties en ce qui concerne la qualité et la provenance du produit.

II. Importance économique des produits agro-alimentaires sous signes officiels d'origine et de qualité en France

En 2016, quelques 1100 produits sous SIQO représentaient un chiffre d'affaires total de 30 milliards de dollars soit plus d'un tiers de la valeur de la production agricole, dont environ 21 milliards de dollars pour les vins et spiritueux et 4,2 pour les produits issus de l'agriculture biologique. Ces derniers peuvent également bénéficier d'un autre signe distinctif, environ un quart (23,5 %) des exploitations agricoles hors viticulture ont au moins une production sous indication géographique ou Label Rouge.

Le graphe suivant montre, en pourcentage, les produits selon les SIQO qui leur sont associés.

Figure N°20 : Répartition du CA de 30,2 milliards de dollars dégagé par les SIQO en 2017



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'INAO¹.

D'après la figure, on constate que 70% des produits sont sous les signes AOP/AOC suivis par les produits Bio avec 14% et les produits IGP/STG avec 12%. Les produits sous le Label Rouge ne représentent, quant à eux, que 4% des produits vendus.

¹Institut National de l'Origine de la Qualité : établissement public à caractère administratif, placé sous la tutelle du Ministère chargé de l'Agriculture Algérienne,

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

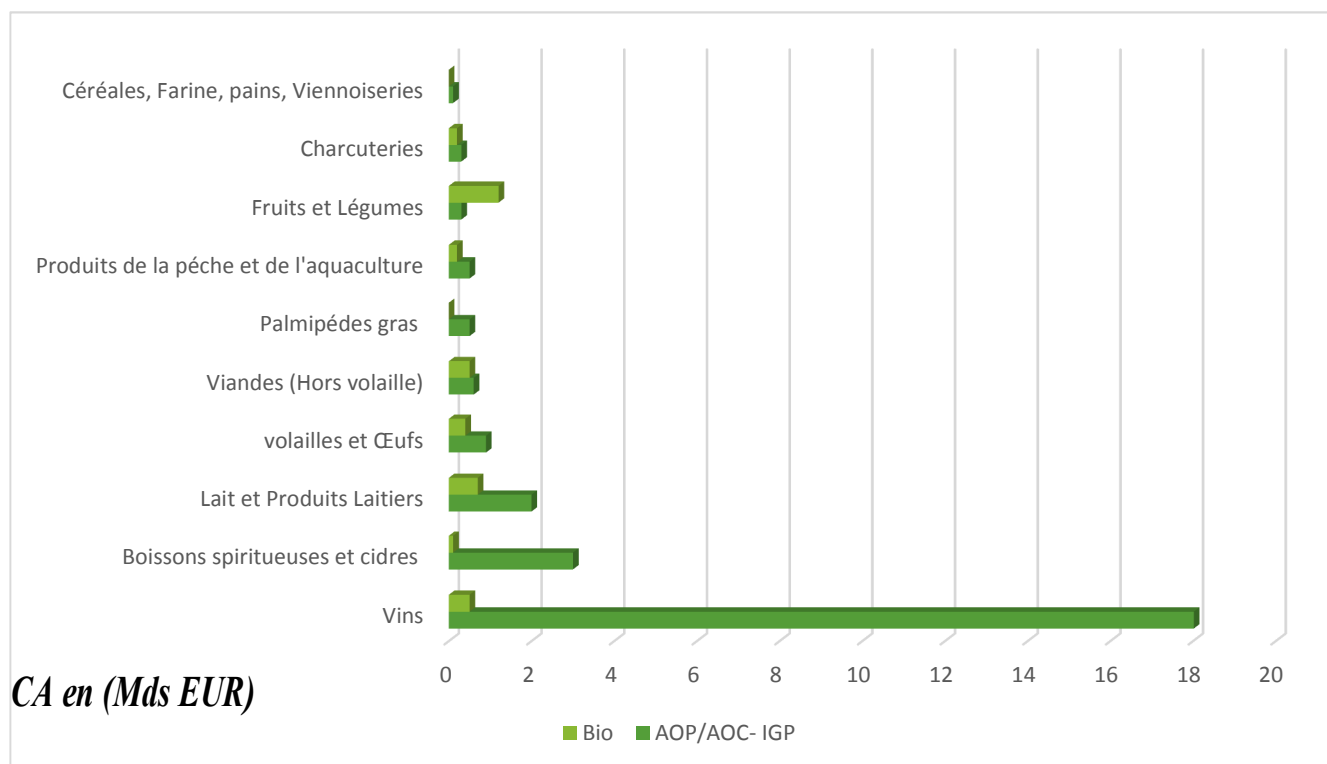
Le Processus De Leur Valorisation

La présence des SIQO est très forte dans certains secteurs de production : 93% des vins français, 65 % des foies gras, un tiers des olives et un quart en volume des huiles d'olive sont sous AOP ou IGP. Cette proportion chute à 10 % pour les fromages et les volailles, à 9 % pour les ovins, à 5 % pour les fruits et légumes, à 3 % pour les œufs et les charcuteries, à 2,5 % pour la viande bovine et à 2 % pour la viande porcine.

Selon Benoit (2001), la France occupe une position de leader européen, dans les années 1980, dans l'agriculture biologique en termes de nombre d'exploitation et aussi en matière de surfaces consacrées à l'agriculture biologique. Et il a été le premier pays qui a rédigé un cahier de charges national et aussi le premier pays qui reconnaît l'AB. En 201, la France occupait la neuvième position en termes de surface et vingt-quatrième position en termes des SAU cultivées en bio.

Le graphique suivant montre les CA² en Mds EUR par produit et par SIOQ.

Figure N° 21 : Chiffres d'affaires (CA) des produits sous SIQO par filière, en 2016.



Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données de INAO 2016.

En 2018, les chiffres d'affaires de la plupart des produits SIQO ont augmenté par rapport à 2017 et 2016.

La croissance du secteur de l'agriculture biologique ne cesse d'augmenter entre 2017 et 2018 avec une progression de 14,4%. En 2018, tous les secteurs de l'agriculture biologique sont en

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

croissance avec plus de 15% par rapport à 2017 sauf le secteur des farines, pains et viennoiseries qui est en baisse de 5,5% par rapport à 2017, cela revient aux mauvaises conditions météorologiques qui ont causé une baisse des quantités de céréales récoltées en 2018. Les AOP et IGP représentant plus de 90% de la production viticole,

Dans le domaine des fruits et légumes, la farine, le pain et le secteur des viennoiseries, les chiffres d'affaires réalisés par les produits bio sont supérieurs aux autres SIQO contrairement au secteur de boisson, les produits laitiers et les charcuteries et salaisons dans lesquels le bio est moins présent.

La qualité d'un produit est impérativement définie par un cahier de charges élaboré par les professionnels, examiné par l'INAO et validé par les pouvoirs publics.

Après avoir défini le label et expliquer l'importance économique de ses SOQ, et pour bien expliquer ce point nous avons pris l'exemple de la France. Dans le reste de la section nous nous focalisons sur la labellisation dans les pays du Maghreb dans lesquels nous allons nous intéresser plus à l'huile d'olive, qui fera l'objet des prochains chapitres, pour qu'on puisse faire une comparaison avec l'huile d'olive algérienne qui n'est pas encore labellisée.

III. La labellisation dans les deux pays Maghrébins : le Maroc et la Tunisie

Ce présent point mettra l'accent sur la labellisation des produits de terroir de type agricoles dans les deux pays Maghrébins. Nous allons commencer par le Maroc.

III.1. Maroc

Le point suivant met l'accent sur la labellisation au Maroc.

III.1.1. Présentation générale

La terre marocaine est une terre cultivable riche. C'est un pays doté d'un savoir-faire immense en termes d'agriculture et de transformation des produits agricoles. Depuis l'entrée en vigueur de la loi 25-06 du 23 Mai 2008, les produits de terroir marocains sont protégés. Depuis, 66 produits ont été labellisés : 54 IG, 6 AOP et 6 LR. La loi 25-06 a été créée dans un cadre juridique indispensable qui vise la reconnaissance et la protection des produits de terroir. Le développement de ces derniers a bénéficié d'une considération importante par le plan vert marocain, car ils sont considérés comme une opportunité qui va participer au développement local, viable et durable, notamment en faveur des zones éloignées ou qui sont d'accès difficile. Ces labels ouvrent de nouveaux marchés et sont surtout au profit des exportations. La labellisation est un outil de préservation du patrimoine national. Elle consolide, de plus, le développement rural en

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

encourageant et valorisant le travail des agriculteurs et des coopératives qui sont mal rémunérés (RIAM).³

La richesse du Maroc en produits de terroir est due à sa diversité en matière des écosystèmes écologiques. Ce sont des produits endémiques qui constituent une source de revenu pour la population marocaine des zones éloignées.

III.1.2. Les SDOQ (Signe Distinctifs d'Origine et de la Qualité) au Maroc

La loi 25-06-2008 relative aux SDOQ définit trois types de signes distinctifs d'origine et de qualité, à savoir, le Label Agricole (LA), les Indications Géographiques (IG) et les Appellations d'Origine (AO) :

- **Label agricole** : est la reconnaissance qu'un produit possède un ensemble de qualités et de caractéristiques spécifiques et, de ce fait, présente un niveau de qualité élevé, supérieur à celui des produits similaires notamment en raison de ses conditions de production, de fabrication et, le cas échéant, de son origine géographique.
- **Indication Géographique**: est la dénomination servant à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire, d'une région ou d'une localité, lorsqu'une qualité, une réputation ou toute autre caractéristique déterminée dudit produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique et que la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.
- **Appellation d'Origine**: est la dénomination géographique d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans certains cas exceptionnels, d'un pays, servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité, la réputation ou les autres caractéristiques sont dues exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant des facteurs humains et des facteurs naturels dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.

Figure N°22 : Les SOQ au Maroc :



Dans le tableau suivant, nous allons présenter quelques produits marocains labellisés :

³Le Réseau des initiatives agroécologiques au Maroc,

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

Tableau N°02 : Les différents produits labellisés au Maroc :

	IGP	AOP	LA
Produits	Huile d'argane, huile d'olive marocaine(09), safran, dattes, agneau, viande d'agneau marocain, agneau sardi, grenade, figues de barbarie marocaines, fromage de chèvre, lait de chamelle fermenté l'frik, fromage camelin, couscous, lait de chamelle, miel, amandes, caroube, câpres, plantes aromatiques et médicinales, thym, orange, olive de table.	Huile d'olive (03), safran, huile essentielle de lavandin.	Agneau, dattes, fromage de chamelle, olive noire, pouletfermier, huile d'olive (01).

Source : Article sur les produits labellisés au Maroc.

Le tableau précédent, représente quelques produits marocains labellisés. La majorité sont des produits IGP ou qui ont bénéficié d'un label AOP ou LA.

Parmi ces produits labellisés, on trouve l'huile d'olive marocaine qui a bénéficié d'un label (IGP/ AOP/ LA), contrairement à l'huile d'olive Algérienne qui n'arrive pas à bénéficier d'une IG.

III.1.3. L'huile d'olive Marocaine

L'olivier est une culture méditerranéenne par excellence, ce qui explique son adaptation aux conditions pédoclimatiques marocaines. Le Maroc est parmi les dix premiers producteurs d'huile d'olive à l'échelle mondiale. La « picholine de Maroc » est la variété principale cultivée au Maroc. Elle représente 90% des vergers et on en tire deux produits principaux : l'olive de table et l'huile d'olive.

Sa production oléicole est moyenne par rapport aux autres (18%), mais c'est une huile de bonne qualité et avec une longue durée de conservation, et ce, grâce aux antioxydants naturels qui y sont contenus. Chaque arbre possède une capacité de production moyenne de 50 Kg d'olive. Malheureusement, c'est une variété qui présente une forte alternance augmentée par la méthode traditionnelle de récolte par gaulage. Elle est, également, sujette à certaines maladies et insectes ravageurs : œil de paon, mouche de l'olivier, psylle, cochenille provoquant la fumagine, etc.

Deux clones de la picholine du Maroc ont été développés par l'INRA Maroc : il s'agit de « Haouzia » et « Menara » qui apportent de meilleurs rendements : plus de 60 kg/arbre, une alternance réduite, une forte teneur en huile (jusqu'à 24 %), ainsi qu'une bonne résistance au Cycloconium. Ces plantes sont maintenant disponibles en pépinières agréées. Les fruits sont

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

également à double fin (olives de table et huile d'olive). D'autres variétés d'origine espagnole sont cultivées au Maroc : l'Arbequina et l'Arbosana, qui sont plantées en haies sous forme d'arbustes et sont destinées essentiellement à la trituration occupant une surface importante des vergers. La trituration des olives se fait soit traditionnellement dans des « maâsra » (dont le nombre est estimé à plus de 15000 unités, pour la plupart, de petite capacité) ou dans des unités semi-traditionnelles (dont le nombre est estimé à 565 unités).

L'olivier marocain est planté, essentiellement, dans les régions suivantes : Fès Boulmane Taouate, Meknes, Tafilalet, Marrakech, Tensift, Haouz, Beni mellal, Tadla, Azilal, Tanger, Tetouan. Les surfaces totales plantées sont de l'ordre de 560 000 ha réparties entre 400 000 exploitations avec une main d'œuvre estimée à 15 000 000 de journées travaillées/an. Environ 200 000ha peuvent bénéficier d'irrigation. La production moyenne annuelle d'olive est d'environ 1 500 000 tonnes dont 65 % sont réservées à la trituration, 25 % à l'olive de table. Les 10 % restant représentent l'autoconsommation et les pertes. Ceci représente 5 % du PIB marocain. On va citer quelques exemples d'huiles d'olive parmi les 12 huiles labélisées :

Tableau N°03 : Les huiles d'olives labélisées au Maroc :

Nom de l'huile	Label	Caractéristiques	Superficie occupée/variété	Usage
Huile d'olive vierge extra « OUEZZANE ».	IGP	Couleur : vert doré Acidité : libre $\leq 0.8g^4/100g$.	Picholine marocaine, 5% de la superficie totale (34500 ha/an) avec une production de 45000 T/an.	Consommée à l'état naturel ou associée à des plats culinaires locaux.
Huile d'olive « AL ALFIYA ».	LA	Huile extra vierge ; acidité $\leq 0.6g/100g$.	Superficie oléicole potentielle : +170.000ha Production potentielle en huile d'olive 12000T.	Consommée à l'état naturel, associée à des plats culinaires locaux et dans la médecine traditionnelle marocaine.
Huile d'olive vierge extra « AGHMAT AYLANE ».	AOP	Acidité $\leq 0.35 g/100g$.	Superficie occupée : 38 00ha.	Consommée à l'état naturel ou associée à des plats culinaires locaux.

Source : Réalise par nous-même sur la base des données de l'article « produit labelisées au Maroc 2019 ».

Les huiles d'olive Marocain vierge et extra vierge sont majoritairement destinées à l'exportation ce qui explique sa bonne qualité. Une partie des huiles d'olive vierges courantes est soit exportée sous la dénomination « huile d'olive raffinée » ou utilisée dans la conserverie de

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie à Le Processus De Leur Valorisation

poissons, mais elle il faut d'abord la raffiner pour en abaisser l'acidité oléique à 0.3 %. Pour les olives de table, on estime une production annuelle moyenne de 90 000 T/an, dont une grande partie est destinée à l'exportation principalement vers les pays de l'Europe et les États Unis.

Les principales régions productrices sont : Marrakech, Fès et Meknes. Les produits sont : olives vertes, olives noires, olives tournantes, olives dénoyautées, farcies, confites, etc.

Nous avons choisi la filière oléicole et, plus précisément, l'huile d'olive qui est l'objet de notre étude. Nous avons, ensuite, donné quelques exemples des huiles d'olive Marocaines labellisées (01 AOP, 01 IGP, 01 LA) puis nous ajouterons les huiles Tunisiennes également labellisées et en ferons une petite comparaison. Ces informations vont nous permettre de comprendre les raisons pour lesquelles l'huile d'olive Algérienne n'arrive toujours pas à obtenir ce label.

III.1.4. Situation d'exportation d'huile d'olive au Maroc

Le secteur oléicole contribue à hauteur de 5% dans la formation du PIB agricole et à hauteur de 15% pour les exportations agroalimentaires. L'huile d'olive représente 60% des revenus et 30% des exportations du secteur. Au cours de la dernière campagne 2018-2019, le Maroc a été classé sixième en matière de production avec 200 000 T. La commission européenne estime une production de 145 0000 T en 2019-2020, ce qui reflète une diminution de 28% par rapport à la campagne précédente en gardant la même position en matière d'exportation.

En dépit de la place importante que le Maroc occupe en matière des exportations des huiles d'olive, des efforts doivent être faits pour améliorer la qualité de son produit d'un point de vue chimique et sensorielle et, également, concernant les moyens technologiques utilisés. Sur le plan national, l'objectif est d'augmenter la consommation de 2kg par tête jusqu'à 4 kg par tête.

Comme mentionné auparavant, le Maroc compte parmi les dix premiers producteurs mondiaux d'olive quel que soit sa forme de commercialisation : olives de tables ou huile d'olive. Grace au « plan vert⁵ », le Maroc vise à devenir parmi les grands producteurs d'huile d'olive dans les années à venir et à conserver sa place de grand producteur des olives de table. L'olivier, qui est bien encore cultivé traditionnellement est appelé à devenir une culture encore plus importante et plus moderne.

III.2. La Tunisie

La Tunisie dispose d'un ensemble de dispositifs juridiques concernant la labellisation des produits de terroir agricole. Dans le point suivant nous allons citer quelques-uns.

⁵Concerne les secteurs de l'agriculture et des agro-industries et a pour but de faire de ce domaine le principal levier de croissance des années à venir

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

III.2.1. Dispositifs juridiques en Tunisie

La Tunisie dispose d'un cadre juridique assuré par *la loi cadre n°99-57 du 28 Juin 1999* inspirée des dispositions de la réglementation européenne. Cette loi s'applique sur les produits agricoles et alimentaires naturels ou transformés. Elle contribue, également, à la protection des particularités et des spécificités des produits agricoles et à la valorisation de ces derniers. Cette loi cadre a permis de :

- Spécifier les définitions, les procédures de délimitation géographiques, la procédure de l'octroi de l'AOP et IP et de la protection des produits qui ont bénéficié de ces SOQ ;
- Élaborer des cahiers de charges types par SQ ;
- Créer un contrôle technique consultatif des AOP et IP.

Selon cette loi, IP et AOC sont définis comme suit :

- **Définition d'Indicateur de provenance IP** : elle désigne le nom du pays, d'une région naturelle ou parties des régions dont le produit tire sa particularité et sa renommée et où il est produit, transformé ou fabriqué.
- **Définition d'AOC** : c'est le nom d'un pays, d'une région naturelle ou parties des régions d'où provient tout produit et qui puise sa valeur et ses particularités par référence à son environnement géographique constitué d'éléments naturels et humains.

C'est durant les années 40 que les SOQ se sont introduits en Tunisie. À cette époque, la réglementation ne concerne que les produits viticoles, entre 1942-1980, 7 vins ont obtenu le label AOC. En 1999, la *loin°99-57 du 28 Juin 1999* a vu le jour. Elle vise à couvrir tous les produits agricoles Tunisiens. Cette loi a donné des définitions et des périmètres des deux SOQ : AOP et IP. Dans le tableau suivant, nous allons comparer ces deux signes :

Tableau N° 04 : Comparaison entre les deux SOQ : AOC et IP

	AOC	IP
Zonage	Zone délimitée	Zone délimitée
Le nom du produit	Le nom du produit est suivi par celui de la région de production ;	Le nom du produit est suivi par celui de la région de production ;
Lien avec l'origine	Très fort, caractéristiques dues à l'environnement (facteurs naturels et humains, historique) ;	Faible, particularité due à l'aire géographique renommée ;
Preuve de l'origine	Production, transformation etc conditionnement dans l'air géographique.	Production ou transformation ou conditionnement dans l'air géographique.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de DGPCQPA⁶ CHIBOUB. T

Grace à cette loi, sept autres produits ont eu un SQ : trois AOC et 04 IP que nous allons représenter dans le tableau ci-dessous :

Tableau N° 05 : Les produits agricoles Tunisiens labélisés

AOC	IP
Grand Cru MORNAG ; MORNAG ; Coteaux de TEBOURBA ; KELIBIA ; THIBAR ; Coteaux d'UTIQUE.	Pomme SBIBA (Kasserine) ; Deglet Nour (Tozeur, Kbili et Gafsa) ; Huile d'olive Monastir ; Menthe d'EL FERCH (Tataouine).

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de DGPCQPACHIBOUB. T.

À cette liste de produits, se rajoutent les sept vins sous AOC et aussi : la figue de Djebba, Grenade de Gabeset l'huile fixe de lentisque pistachier de Kroumirie-Mogods.

On remarque que l'huile d'olive Tunisienne a bénéficié d'un SOQ IP.

III.2.2. La filière d'huile d'olive en Tunisie

Comme on l'a mentionné précédemment, l'olivier est cultivé dans le bassin et le sud méditerranéen. La Tunisie en est le pays oléicole le plus important. C'est le plus grand producteur d'huile d'olive après l'UE, en mettant en œuvre de grands efforts de restructuration, de modernisation et d'amélioration de la qualité de ses huiles, accompagnés d'une considérable expansion de surfaces. De nos jours, le patrimoine oléicole Tunisien est estimé à plus de 65 millions d'arbres qui couvrent une superficie de 1 680 000 ha, dont 75 000ha de culture biologique certifiée. Au niveau mondial, la plantation Tunisienne représente 20% de la superficie oléicole.

En Tunisie, le secteur oléicole est particulier, il a plus d'un titre. L'olivier a été cultivé par les Phéniciens, les Grecs, les Carthaginois, les Romains et les Arabes, c'est une tradition transmise de génération en génération. Ce produit est considéré comme étant l'or jaune de production nationale. En matière d'exportation, l'huile d'olive Tunisienne a besoin de gagner du terrain. En dépit de la place de choix que l'huile d'olive Tunisienne occupe dans l'exportation et de la structure des échanges agroalimentaires, la facture du non conditionnement pèse sur le volume des exportations, d'où un label de qualité pour l'huile d'olive Tunisienne est nécessaire. D'ailleurs, un cahier de charges relatif à la labellisation de l'huile d'olive est en cours de réalisation dans le but de promouvoir le « made in Tunisia » et de consolider davantage sa place dans un marché mondial qui est de plus en plus concurrentiel.

L'exportation en vrac demeure le talon d'Achille du secteur oléicole Tunisien malgré ses avantages compétitifs en matière de production, tant en matière de qualité que de prix. Pour une économie d'échelle la Tunisie a choisi la stratégie visant une production de masse avec des prix bas.

⁶ Direction Générale de la Protection et du Contrôle de la Qualité des Produits Agricoles ;

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

La production annuelle de l'huile d'olive est estimée en moyenne à 165.000 tonnes dont 75 % sont destinées au marché extérieur. Cette filière et ses dérivées représentent 15% de la valeur totale et de la production finale du pays. Pour le travail, elle offre 34 millions de journées de travail par an, ce qui équivaut à plus de 20 % de l'emploi agricole faisant vivre plus d'un million de personnes. En outre, cette filière oléicole contribue largement à l'équilibre régional puisque, en général, elle est la seule culture viable dans les zones les moins favorisées (compagnes, zones rurales...). Elle permet de fixer les populations dans des aires qui, d'une autre manière, souffriraient l'impact négatif de l'exode rural.

III.2.3. Situation d'exportation de l'huile d'olive en Tunisie

L'huile d'olive est un produit stratégique aussi bien pour l'agriculture tunisienne que pour l'ensemble de l'économie nationale représentant un produit fortement exporté (plus de 75% de la production en moyenne sur la période 2003 – 2017) et contribuant ainsi à la régulation de la balance alimentaire.

- La part des exportations de l'huile d'olive dans les exportations globales tunisiennes oscille aux alentours d'une moyenne de 3% avec un maximum de 7% enregistré en 2015 où la production nationale de l'huile d'olive a atteint un maximum absolu.
- Par rapport à ces concurrents traditionnels (Espagne, Italie, Grèce), la Tunisie est nettement beaucoup plus spécialisée en exportation de l'huile d'olive avec un indice de spécialisation toujours au-dessus de celui des autres pays sur la période 2003 - 2017.
- La part des exportations tunisiennes de l'huile d'olive par rapport aux exportations mondiales du même produit se situe souvent dans un intervalle de 15 à 30% avec un niveau moyen de 19% sur la période 2003 – 2017. (Office national d'huile 2017). La majeure partie de l'huile d'olive tunisienne est exportée en vrac vers l'Italie, l'Espagne et la France.

La filière oléicole en Tunisie est l'une des composantes fondamentales du secteur agricole et agro-alimentaire. Elle aide à réaliser un ensemble d'objectifs nationaux tels que : la croissance économique, la sécurité alimentaire, la création d'emploi, l'accroissement des recettes d'exportation et la préservation ainsi que la valorisation des ressources naturelles de plus en plus rares et vulnérables.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

Section 03 : Procédure de labellisation des produits agricoles ou d'origine agricole en Algérie

Dans la section précédente, nous avons abordé de la labellisation dans les deux pays du Maghreb, le Maroc et la Tunisie. Dans cette section, nous allons aborder la procédure de labellisation des produits agricoles ou d'origine agricole en Algérie. Nous allons conclure avec une étude comparative entre les trois pays.

I. Les textes de lois relatives à la labellisation des produits de terroir en Algérie

L'Algérie dispose d'une richesse importante, notamment, les produits de terroir, les savoir-faire traditionnels. Cette biodiversité et richesse sont dues à sa situation géographique ainsi qu'à sa diversité pédoclimatique. La promotion des produits de terroir est un véritable moteur et une alternative prometteuse pour le développement économique. En Algérie, il existe une politique volontariste de valorisation de ces produits agricoles ou d'origine agricole par : l'identification, la labellisation, la protection, l'encouragement et la commercialisation de ces produits de terroir. Cette valorisation est assurée à travers les signes distinctifs de qualité liés à l'origine : (IG) et Appellation d'Origine (AO) via le cadre législatif relatif à la labellisation de ces derniers constitué d'un ensemble de lois, ordonnances et décrets et qui vise à :

- La protection de consommateur ;
 - La protection de l'environnement ;
 - La normalisation et la qualité des produits.
- **Selon l'article 02 de l'ordonnance 76-65 du 16/07/1976** relatif aux Appellations d'origine qui sont créées à l'initiative des départements ministériels compétents en coordination, le cas échéant, avec les autres départements ministériels intéressés et à la demande de toute institution légalement constituée ou de toute personne physique ou morale qui exerce une activité de producteur dans l'aire géographique considérée.
 - **La loi 89-02 du 07/02/1989** relative aux règles générales de la protection du consommateur, avec des décrets exécutifs assez clairs sur diverses questions liées au contrôle de la qualité des produits et à la répression des fraudes, la garantie des produits et des services, les conditions d'hygiène des produits, les additifs, l'autocontrôle, les laboratoires d'analyse, la métrologie légale, etc.
 - **Le décret exécutif 98-68 du 21 février 1998** : portant création et statut de INAPI⁷;
 - **Le décret exécutif 98-69 du 21 février 1998** : portant création et statut de IANOR⁸ ; avec,

⁷Institut National Algérien de Propriété Industrielle

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

comme attribution principales, l'adoption de marques de conformité aux normes algériennes et de labels de qualité, ainsi que le contrôle de leur usage dans le cadre de la législation en vigueur.

- **L'ordonnance 03-06 du 19 juillet 2003** relative aux marques ;
- **La loi 03-10 du 19 juillet 2003** relative à la protection de l'environnement dans le cadre du développement durable ;
- **La loi 04-04 du 23 juin 2004** relative à la normalisation;
- **Le décret exécutif 05-466 du 6 décembre 2005** portant création, organisation et fonctionnement de l'organisme algérien d'accréditation « ALGERAC »;

La loi d'orientation agricole **08-16 du 3 août 2008**, a instauré, notamment son article **32 et 33**, un système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole en vue de leur valorisation et leur promotion par les **SQ**.

Art. 32.- la valorisation et la promotion des produits agricoles et des produits d'origine agricole. Il est institué un système de qualité qui permet de les distinguer par leur qualité, attester des conditions particulières de leur production et/ ou leur fabrication et ce, notamment en matière d'agriculture biologique.

Art. 33.- : Le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, institué par les dispositions de l'article 32, comporte : des labels agricoles, des appellations d'origine des indications géographiques, des prescriptions permettant de déclarer le caractère de produits d'agriculture biologique et des mécanismes permettant leur traçabilité.

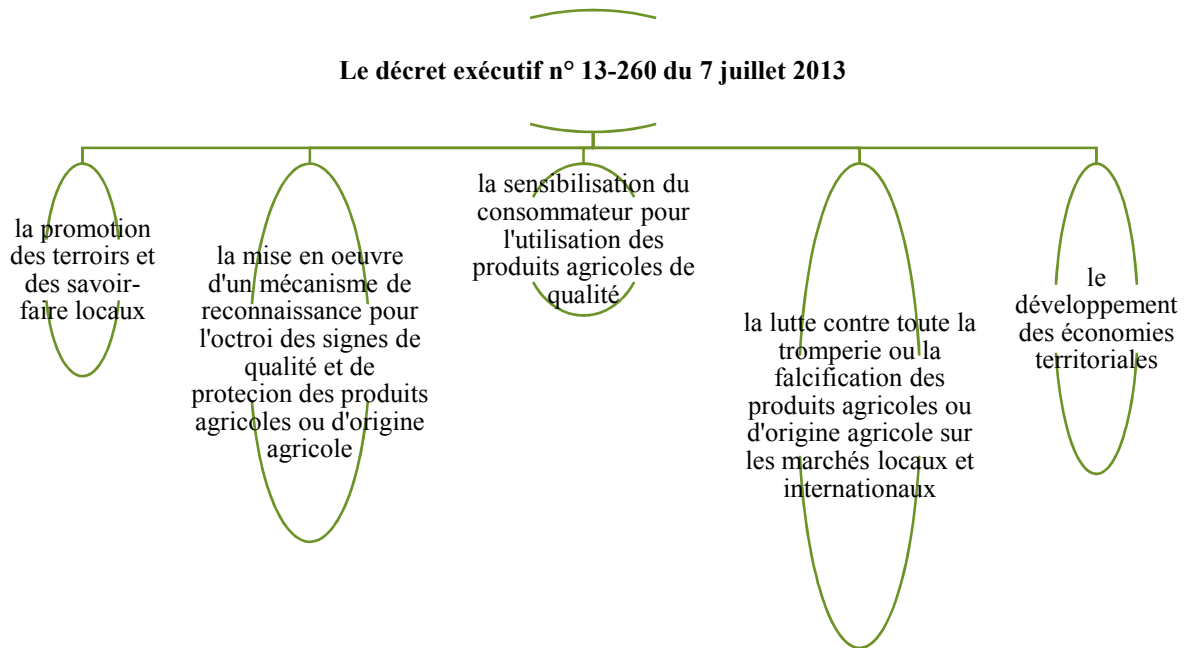
- **La loi 09-03 du 25 février 2009** relative à la protection du consommateur et la répression des fraudes ;
- **Le décret exécutif n° 13-260 du 7 juillet 2013** fixe le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole MADR. La figure suivante résumera ces objectifs :

⁸Institut Algérien de la Normalisation

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

Figure N°23 : Les objectifs du décret exécutif n° 13-260 du 7 juillet 2013 :



Source : Hemdani, 2015.

Dans le cadre de ce décret, cinq arrêtés ont été adoptés en 2014 et 2016 :

- **Arrêté n° 14-3117 du 28 décembre 2014** : le présent arrêté a pour objet de fixer la liste nominative des membres du Comité National de Labellisation (CNL).
- **Arrêté du 5 Mai 2016 (arrêté organisation)** : portant les dispositions relatives au fonctionnement et à l'organisation du système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole.
- **Arrêté du 5 Mai 2016 (arrêté et procédure)** : fixant les règles relatives à la procédure de reconnaissance des appellations d'origine, des indications géographiques et des labels agricoles de qualités.
- **Arrêté du 31 octobre 2016 (arrêté logos)** : fixant les caractéristiques techniques, les mentions, les inscriptions, les signes et les couleurs utilisés par les logos de l'Appellation d'Origine (AO) et de l'Indication Géographique (IG) des produits agricoles et d'origine agricole.

Dans le décret, sont également incluses les définitions des signes distinctifs de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole (AO, IG, LA, AB) et contient aussi l'organisation du système national de labellisation qui est composé. Ce système est organisé comme suit :

- 1- **Comité national de labellisation** : institué auprès du ministre chargé de l'agriculture. Il regroupe les représentants d'administrations publiques, d'institutions techniques, ainsi que les

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

les représentants d'agriculteurs, de producteurs, de transformateurs, de distributeurs, d'artisans et de consommateurs.

- 2- **Secrétariat permanent** : parmi ces missions on peut citer :
 - Préparer les réunions du comité et des sous-comités spécialisés ;
 - Tenir le registre des reconnaissances ;
 - Dresser les rapports et procès-verbaux des réunions du comité et des sous-comités spécialisés.
- 3- **Sous-comités spécialisés** : Il est créé auprès du comité, pour chaque filière de produit soumis à la labellisation, un sous- comité spécialisé qui a pour mission d'élaborer les cahiers de charges et de les soumettre pour validation au comité.
- 4- **Organismes de certification** : Cet organisme est une personne morale de droit algérien, qui ne doit être ni producteur, ni transformateur, ni importateur et ni commerçant de produits relevant de la filière dans laquelle il intervient en cette qualité. Sa mission est de vérifier et contrôler les produits agricoles ou d'origine agricole pour attester de leur conformité et leurs spécificités pour l'octroi des signes distinctifs de qualité. Pour ce faire, il doit répondre à des conditions d'impartialité, d'indépendance et de compétence.

L'organisme de certification doit faire l'objet d'une accréditation auprès d'ALGERAC avant de demander son agrément au ministre chargé de l'agriculture.

Le point suivant mettra l'accent sur les différents organismes qui sont chargés de mettre en place et de veiller à l'application de ces lois.

II. Les dispositifs institutionnels en Algérie

En plus des textes juridiques cités précédemment, des dispositifs institutionnels sont mis en place incitant la création de certains organismes qui ont pour tâche d'assurer le bon fonctionnement de ce dernier et le contrôle de la qualité des produits tels que :

II.1. L'institut national de la normalisation et de la propriété industrielle (INAPI)

C'est un établissement public placé sous la tutelle du ministère chargé de la protection des droits de la propriété industrielle en Algérie. Il a été créé par **l'ordonnance 76-62 du 21/11/1973** pour deux missions : la première est au profit de l'État qui vise à mettre en œuvre la politique nationale de propriété industrielle. La seconde est au profit 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,
- La promotion et le développement des capacités inventives et innovatrices.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

II.2. L'Institut Algérien de la Normalisation (IANOR)

Crée par le décret 98-68 du 21/02/1998 ; il est chargé essentiellement de :

- assurer la diffusion des informations relatives à la normalisation et ses activités connexes ;
- gérer le point national d'information sur les Obstacles Techniques au Commerce (OTC) de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) ;
- gérer la marque de conformité aux normes algériennes.

II.3. L'Office National du Droit d'Auteur (ONDA)

ONDA est un établissement public à caractère industriel et commercial. Il est régi par les dispositions pertinentes de l'Ordonnance 03-05 du 19 juillet 2003 relative aux droits d'auteur et droits voisins avec comme attributions la protection des œuvres et du patrimoine : parmi ces missions on trouve : la protection sociale des auteurs et des artistes interprètes ou exécutants et la promotion culturelle.

II.4. Le Centre National de Registre de Commerce (CNRC)

C'est une institution administrative autonome, créée par décret 63-249 du 10 Juillet 1963 sous la dénomination initiale d'Office National de la Propriété Industrielle (ONPI). Elle a été placée sous l'appui du Ministre du Commerce depuis le mois de Mars 1997.

Les marques de fabrique, de commerce et de services, les noms commerciaux dont les indications de géographiques et les appellations d'origine relèvent de la CNRC.

- La mise en place des commissions techniques des chambres de l'artisanat et des métiers par le décret exécutif du 26-02-2001, qui accompagne les porteurs de projets et vise à préserver les spécificités des produits d'artisanat.
- L'Organisme Algérien d'Accréditation (ALGERAC) : Créé par le décret exécutif n° 05-466 6 décembre 2005. C'est un établissement public à caractère industriel et commercial placé sous la tutelle du MIM (Ministère de l'Industrie et des Mines). Il est doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Sa mission se résume à :
 - Accréditer tout organisme d'évaluation de la conformité ;
 - Mettre en place un dispositif national d'accréditation répondant aux normes nationales et internationales pertinentes ;
 - Parachever l'infrastructure nationale de la qualité ;
 - Évaluer les qualifications et compétences des Organismes d'Évaluation de la Conformité (OEC);
 - Délivrer les décisions d'accréditation.

En dépit des modestes efforts fournis, les résultats restent toujours insatisfaisants. Pour cela,

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

les pouvoirs publics doivent créer et renforcer ces stratégies de valorisation nécessitant un travail de terrain par l'identification et le recensement des différents produits existants sur un territoire donné et leurs localisations géographiques afin de mettre en place des bases de données facilitant les procédures de labellisation.

III. Fonctionnement du système national de labellisation

L'Article 20 du Décret exécutif n° 13-260 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013, fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, a bien détaillé le fonctionnement du système national de labellisation qui est basé sur :

- L'élaboration, la validation et le recours exclusif aux cahiers de charges pour la définition de l'ensemble du référentiel de caractérisation du produit agricole ou d'origine agricole concerné et des procédures de vérification de la conformité aux cahiers de charges ;
- La validation de la conformité du produit agricole ou d'origine agricole au cahier de charges concerné par des organismes de droit privés dénommés « organismes de certification » ;
- La reconnaissance, à l'issue de cette procédure, de :
 - ✓ Droit à apposer sur le produit un logo exprimant l'Indication Géographique, l'Appellation d'Origine, le caractère de produit de l'agriculture biologique ou la qualité du produit ;
 - ✓ La protection du produit et du logo contre toute contrefaçon ou utilisation à des fins frauduleuses. (**Journal Officiel de la République Algérienne (JORA 2013) n°36 du 18/07/2013.**)

Figure N°24. Procédures de reconnaissance de la qualité.



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données tiré du. JORA, 2013.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

Dans la figure dressée précédemment, nous avons retracé les procédures officielles de la reconnaissance de la qualité établies par la **section 4 du décret exécutif n° 13-260 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013** fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole. Dans notre cas pratique, nous allons prendre un produit de terroir de la wilaya de Tizi Ouzou qui est l'huile d'olive.

IV. État des lieux de labellisation des produits de terroir en Algérie

En Algérie, malgré le potentiel important en matière de produits de terroir que le pays possède, le processus de labellisation est encore à son début. Dans la région de la Kabylie, la valorisation de ces produits se fait via un ensemble de fêtes et d'événements que chaque région organise selon le type de produit qu'elle possède et qui reflète l'image et le panorama de la région, par exemple :

IV.1. La fête de la figue barbarie

Elle s'organise, depuis 2011, au village Sahel, commune de Bouzeguene qui est réputée par sa richesse en ce produit. Les organisateurs, depuis le début, visent, via cet événement, la valorisation et notamment la transformation de ce fruit, et ce, dans les domaines alimentaire, humain et animal, pharmaceutique et cosmétique.

IV.2. La fête de la cerise

C'est la commune montagnaise de Larbâa Nath Irathen (LNI) qui célèbre habituellement ce produit. Cette fête est un grand rituel au quel toute la population participe. Elle est organisée entre la mi-juin et la fin juillet où les manifestations culturelles et sportives se mélangent à la concurrence économique pour la vente de ce fruit précieux. Grâce à sa qualité et à sa production très satisfaisantes durant les années précédentes, la commune a gagné une grande renommée.

IV.3. La fête de l'olivier

Cette fête est organisée, chaque année, habituellement, dans la commune de Maatkas wilaya de Tizi-Ouzou au mois de Mars. Cette manifestation est Coorganisée par le comité de village d'Ath Zaim, l'association culturelle "Tigjdit N'Ath Zaim", et l'Assemblée populaire communale (APC) de Maatkas. Elle est également organisée dans le village Tabourt commune Ifigha, la sixième édition a eu lieu le 2-3 mars 2019 qui a reçu un public important de plus de 1500 personnes. Ces fêtes sont organisées dans le but de l'information mais aussi la promotion et la valorisation des produits de terroir en général et de l'olivier en particulier.

Nous pouvons aussi rajouter la fête de la figue au village Lemssela, dans la commune d'Illoula Oumalou depuis 2007, la fête de figue sèche de Beni Maouche (Béjaia), ainsi que les autres fêtes telles que la fête du burnous, tapis, vannerie, bijoux d'Ath Yani...

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

Ces manifestations restent insuffisantes pour valoriser les produits précieux qui représentent chaque région et qui doivent être reconnus au niveau international avec une IG.

Selon (Rastoin, 2013), le terroir algérien dispose d'un riche patrimoine agricole, d'un panier de produits spécifiques de haute qualité, comme le cas de Deglet Nour et d'autres dattes, des figes, des olives, des huiles, des oranges et des melons. La civilisation algérienne est l'une des civilisations méditerranéennes fondées sur une agriculture des plus diversifiées, dotée d'un savoir-faire et d'un savoir-être. Parmi ces produits précieux, uniquement deux sont labellisés et bénéficient d'un label IG (Indication Géographique), à savoir la Figue sèche de Beni Maouche et Deglet Nour.

L'arrêté de 20 Dhou el Hidja 1437 correspondant au 22 septembre 2016 portant l'attribution de signes distinctifs de la qualité du produit agricole en indication géographique de la « Figue sèche de Béni Maouche » et « la Deglet Nour ». **JORA N° 72 DU 12 DECEMBRE PAGE 29.**

V. Les produits ciblés par la labellisation

En Algérie, il existe une gamme de produit de terroir ciblé par la démarche de labellisation et d'autres produits qui peuvent faire l'objet d'une indication géographique au futur. Nous allons citer parmi ceux de la première catégorie :

V.1. Filière phoenicicole

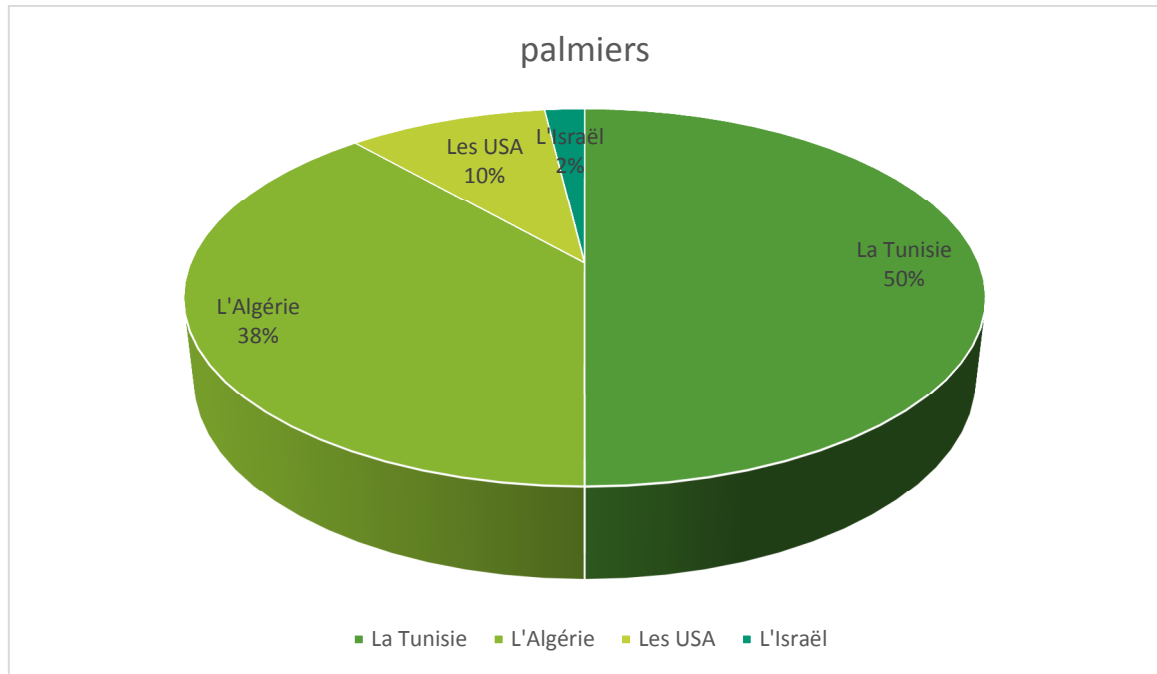
Les dattes ont véritablement constitué une monnaie d'échange contre toutes sortes de produits venant du bassin méditerranéen et/ou de l'Afrique sub-saharienne. En outre, seule la production de la Deglet Nour destinée à l'exportation intéressera les pouvoirs publics (Guillermou, 2004).

L'Algérie est le troisième producteur au niveau mondial de la datte. L'Algérie et la Tunisie sont les producteurs et exportateurs principaux de Deglet Nour occupant 90% du marché. Les 10% restant proviennent des USA avec des prix très élevés dus aux coûts de transport et aussi de l'Israël qui exporte une datte de qualité moindre que celle des trois autres producteurs. La répartition des palmiers dans le monde est représentée dans la figure N° 10. L'Algérie compte plus de 1000 variétés de ce fruit dont une centaine se trouve dans la Wilaya de Biskra. C'est un produit de terroir d'une très grande qualité et qui possède une réelle valeur commerciale et symbolique. Deglet Nour a particulièrement acquis une clientèle locale et étrangère. Elle est connue pour sa qualité qui résulte d'un savoir-faire spécifique local (Sahli.Z. 2013), et ancestral qui permet aux agriculteurs de sélectionner l'authentique Deglet Nour. Désormais, les consommateurs soutiennent l'idée que levrai

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

terroir de Deglet Nour est Tolga et qu'aucun autre terroir n'a le droit d'utiliser cette dénomination (Zeddour, 2011).

Figure N° 25 : Répartition des palmiers dans les quatre pays cités en haut



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données tiré de (FAO, 2011)

Dans le monde, le nombre total de palmiers dattiers produisant la Deglet Nour est estimé à 4 millions. La Tunisie possède 1,3 millions, soit 32,5%, l'Algérie possède 1 millions, l'équivalent de 25%, les USA avec 250 000, soit 6,25% et enfin l'Israël avec 50 000, soit 1,25% (FAO, 2011).

En Algérie, la production de Deglet Nour atteint les 200 000 T par an. En 2019, après les hydrocarbures, il est le produit le plus exporté à travers le monde avec un chiffre d'affaires dépassant les 50 millions de Dollars. À Tolga, les conditions climatiques assez particulière et les savoir-faire développés pendant des siècles font de la Deglet Nour un produit particulier. Ce produit a obtenu le label bio et s'exporte vers plusieurs pays, dont ceux de l'UE et les USA. La Deglet Nour est la variété la plus produite avec 85% en quantité, et 94% en valeur du total des dattes exportées par l'Algérie.

En 2015, la quantité de Deglet Nour récoltée est de 4500 000 q et a connu, en 2016, une augmentation considérable avec 5000 000 q pour les trois wilayas productrices de cette variété de dattes.

Malgré les tentatives de réorganisation de la filière phoenicicole et le processus de labellisation engagé durant les années 2008, les difficultés subsistent au niveau de l'organisation des acteurs, du rôle des territoires locaux faiblement engagés dans le processus de valorisation de la

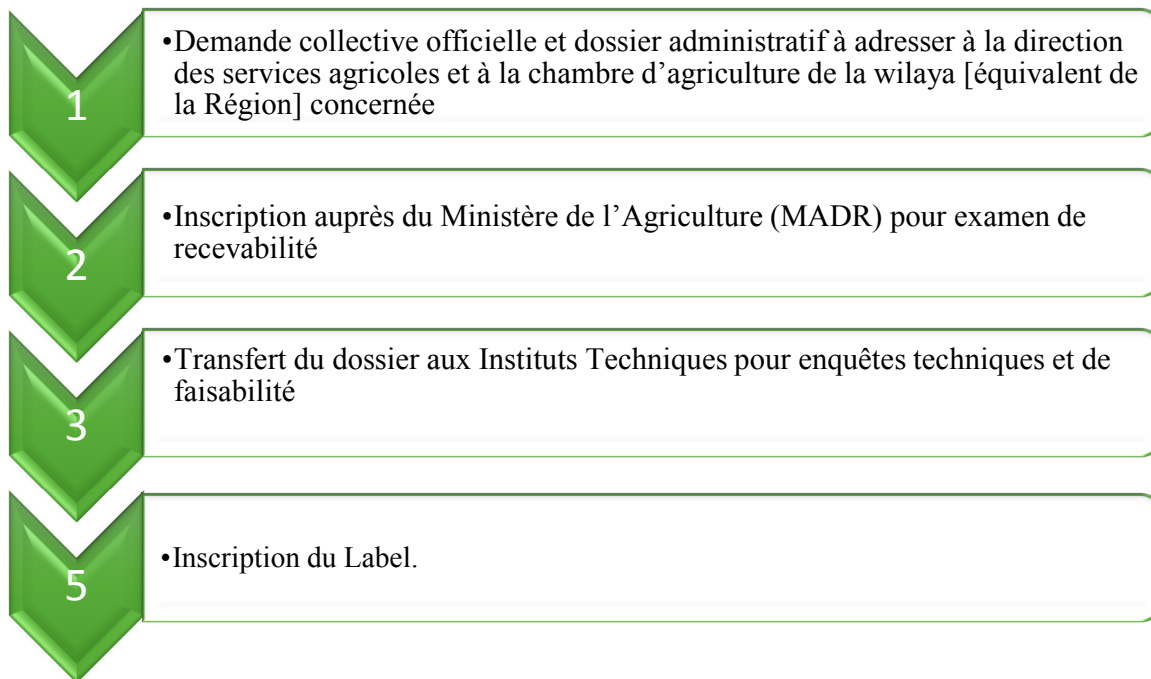
Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

qualité et du patrimoine associé et du faible soutien institutionnel, qui continue à fonctionner selon une logique centralisée (Hadjou et Cheriet 2013).

V.2. Filière oléicole

Cette filière est l'objet de notre étude, elle sera développée dans le cas pratique dans lequel sera pris le cas de la région d'ATH GHOVRI de la Wilaya de Tizi Ouzou. La démarche de labellisation des huiles d'olive algériennes est pilotée par le MADR qui n'arrive pas à avoir de résultats à cause de la difficulté d'y impliquer les acteurs locaux. Cette démarche ascendante de labellisation est une démarche territoriale et doit donc émaner des acteurs locaux (figure 17). Le MADR affirme travailler sur une législation adéquate à ce type de label. L'approche verticale peu efficiente est privilégiée.

Figure N°26 : Processus de demande de label

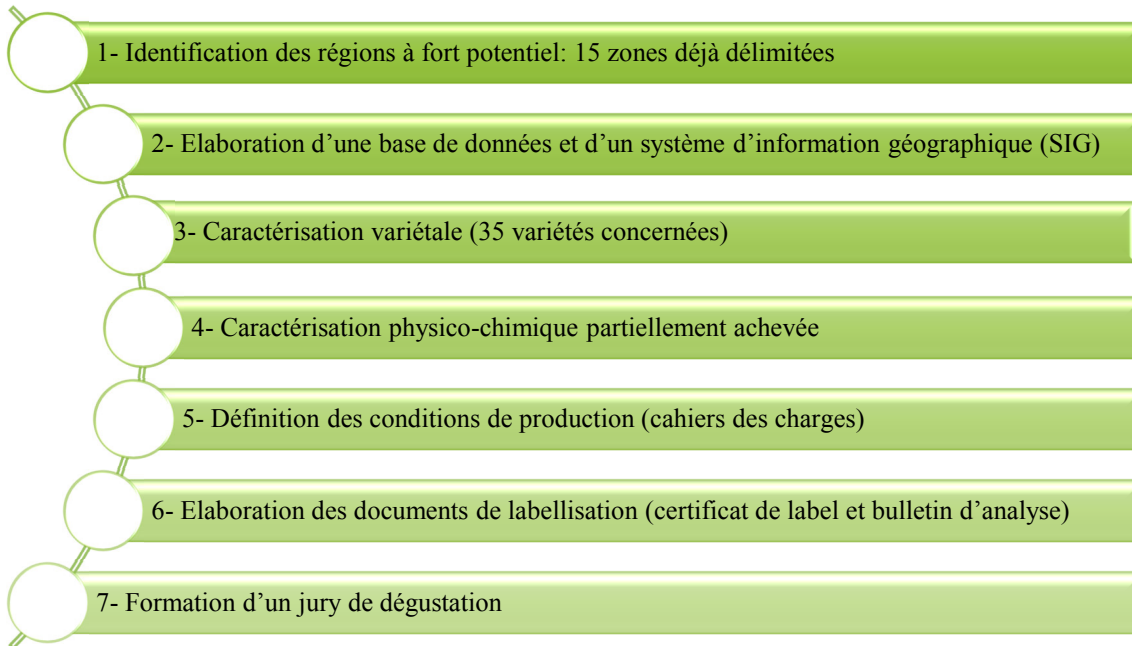


Source : Réalisé par nous-même sur la base de données collectées auprès de la chambre d'agriculture de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I

Le Processus De Leur Valorisation

Figure N° 27 : Actions déjà réalisées pour la labellisation de l'huile d'olive de qualité (Mandil, 2010).



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de MADR.

Dans ces deux dernières sections, nous avons mis l'accent sur la labellisation dans les trois pays magrébins. Nous avons pris l'exemple de l'huile d'olive pour faire une comparaison entre ces trois pays qui sont parmi les dix premiers producteurs à l'échelle mondiale. Le Maroc, d'après les informations résumées sur le tableau N° 03, les taux d'acidité des huiles labellisées ne dépassent pas 0.8 g/100g. L'huile d'olive Marocaine vierge et extra vierge, qui est de très bonne qualité, est majoritairement destinée à l'exportation vers les pays européens, les États Unis et, maintenant, vers le Moyen et l'Extrême Orient (17 000 tonnes par an). La Tunisie également qui exporte ses huiles d'olive vers les pays de l'UE (environ 150 000 T) et plus de 93 milles tonnes pour les destinations hors UE, ce qui représente plus de 70% de sa production totale. Alors que l'Algérie n'arrive toujours pas à exporter ses huiles d'une manière légale et ils sont exporté en vrac.

Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie I Le Processus De Leur Valorisation

Conclusion

Le terroir et les produits de terroirs ne sont pas des entités figées et immuables mais sont, au contraire, de nature « vivante » et dynamique. Défendre les terroirs et leurs productions revient non seulement à préserver leur authenticité mais également à encourager leur capacité d'adaptation aux évolutions du monde. Ils sont à l'exemple d'un grand arbre qui pousse et fructifie en gardant ces profondes racines.

Au Maroc, la labellisation a été retenue dans le cadre du Plan Vert marocain. 66 produits agricoles de terroir ont réussi à avoir un label (54 IGP et 6 AOP) depuis l'entrée en vigueur de la loi 25-06 relative aux Signes Distinctifs d'Origine et de Qualité (SDOQ). Cette labellisation concerne essentiellement les produits agricoles de terroir et cela au niveau de toutes les régions du Maroc : les produits d'origine animale (fromage, viandes rouge et volaille), les fruits frais et secs et, aussi, l'huile d'olive ont été concernés par cette démarche de labellisation qui contribue avec 5% au PIB marocain.

Quant à la Tunisie, c'est depuis les années 40 que les SOQ s'y sont introduits. À cette époque, la réglementation ne concernait que les produits viticoles. La loi tunisienne (cadre N°99-57 DU 28 Juin 1999), inspirée des dispositifs de la réglementation européenne, s'applique sur tous les produits agricoles et alimentaires naturels et transformés. La Tunisie a labellisé une gamme de ses produits tels que : la Deglet Nour, la pomme SBIBA, le Grand Cru Mornag, Huile d'olive Monastir...

Comme nous l'avons déjà souligné dans ce chapitre, l'Algérie possède une richesse considérable en matière de produits de terroir qui peut contribuer au développement local du pays, mais une démarche pour leur valorisation est nécessaire. Dans ce sens, les produits de terroir labélisés AOP et IGP répondent à certaines préoccupations principales : protéger le patrimoine, acquérir une situation sur le marché, échapper à la concurrence par le biais de la différenciation, s'assurer une protection (droit de propriété) par les labels, protéger ces produits contre la fraude, valoriser les zones marginalisées et faire face aux exigences du consommateur. En Algérie, les travaux dans ce contexte sont encore à leur début. Cette démarche doit impliquer davantage les pouvoirs publics pour renforcer les textes juridiques relatifs à la labellisation et mettre en place des institutions qui vont prendre en charge la valorisation de ces produits.

***Chapitre II : Les Produits De Terroirs En Algérie à
Le Processus De Leur Valorisation***



Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

INTRODUCTION

Arbre de sagesse, de paix, de réconciliation, de victoire et même de longévité. Il n'existe aucun autre arbre à qui autant de titres ont été donnés sauf à cet arbre généreux qui est l'olivier.

L'huile d'olive est une huile connue pour ses bienfaits pour la santé humaine en étant, particulièrement, une source importante de matières grasses. C'est une richesse patrimoniale avec une importance économique, sociale et culturelle. L'olivier est un arbre qui a une très longue durée de vie et qui s'adapte au climat du bassin méditerranéen où se trouve plus de 95% de la superficie dédiée à sa culture et 85% de sa consommation. C'est un arbre qui résiste à la sécheresse prolongée mais qui ne supporte pas trop les froids trop vifs et l'humidité stagnante. Il a besoin d'un ensoleillement prolongé et d'un hiver marqué lui permettant d'introduire la production des fleurs et donc de l'olive.

En Algérie, ces dernières décennies, le domaine oléicole a connu de profondes mutations pour sa mise à niveau nécessaire pour son intégration dans le marché mondial. Les entreprises internationales de ce secteur ont amélioré leurs compétences et compétitivités vu la forte concurrence qui résulte de la libéralisation des échanges.

Ce présent chapitre met en exergue l'olivier et la production d'huile d'olive dans le monde, en général, et en Algérie, en particulier. Il montre également les principales caractéristiques de ce produit et son marché dans le monde.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Section 01 : Généralités sur l'olivier en Algérie

L'olivier est un arbre millénaire qui a toujours joué un rôle important dans toutes les cultures méditerranéennes au point de devenir le symbole auquel tout ressortissant peut s'identifier. Cette section mettra l'accent sur l'olivier, son histoire, son cycle de production, ses exigences...

I. Cycle de vie de l'olivier

L'olivier existe de plus de 60 000 ans sous sa forme sauvage (un arbuste, aux petites feuilles et aux petits fruits, appelé oléastre). Sa culture a été beaucoup plus tardive. Elle a commencé, il y a plus de 7000 ans, au Proche-Orient et dans le Bassin Méditerranéen. Sa culture a été développée par les Grecs et les Romains qui étaient de grands consommateurs d'huile d'olive, soit pour usage nutritionnelle, pour les soins et même pour l'éclairage des maisons. Depuis l'antiquité, la culture de l'olivier n'a jamais cessé.

En 1850, la France disposait de plus de 23 millions d'oliviers dont l'huile est utilisée principalement pour la fabrication du savon de Marseille.

L'expansion de l'olivier est allée de pair avec l'implantation des civilisations grecques et romaines. L'olivier et l'huile d'olive se sont toujours implantés dans des pays méditerranéens.

D'après le conseil oléicole internationale (1978), l'olivier a poursuivi son expansion au-delà de la méditerranée avec la découverte de l'Amérique en 1492. L'olivier se trouve également, au cours de cette dernière période, dans l'Afrique du sud, l'Australie, le Japon et même en Chine (cavaillés 1938).

L'olivier est un arbre auquel le climat méditerranéen convient parfaitement : beaucoup de luminosité, hiver doux, taux de pluviométrie important avec un automne et printemps pluvieux et un été chaud et sec.

Tout arbre, même aussi généreux que l'olivier, voit sa vie ponctuée de maladies graves comme de moins graves. L'olivier est exposé à un ensemble de maladies qui peuvent lui nuire ainsi à sa production telles que la mouche de l'olivier et les champignons.

L'olivier est classé dans la famille des oléacées où l'on rencontre aussi le frêne et le lilas. Le genre est appelé *Olea* et comporte, selon les auteurs, 30 à 40 espèces différentes réparties sur les six continents. L'espèce qui est cultivée dans le bassin méditerranéen est la *Olea europaea*, de laquelle dérivent le *Yoléastre* (oléastre) ou olivier sauvage, et la *Olea europaea sativa* qui est l'olivier cultivé. (SELAIMIA R, p.03).

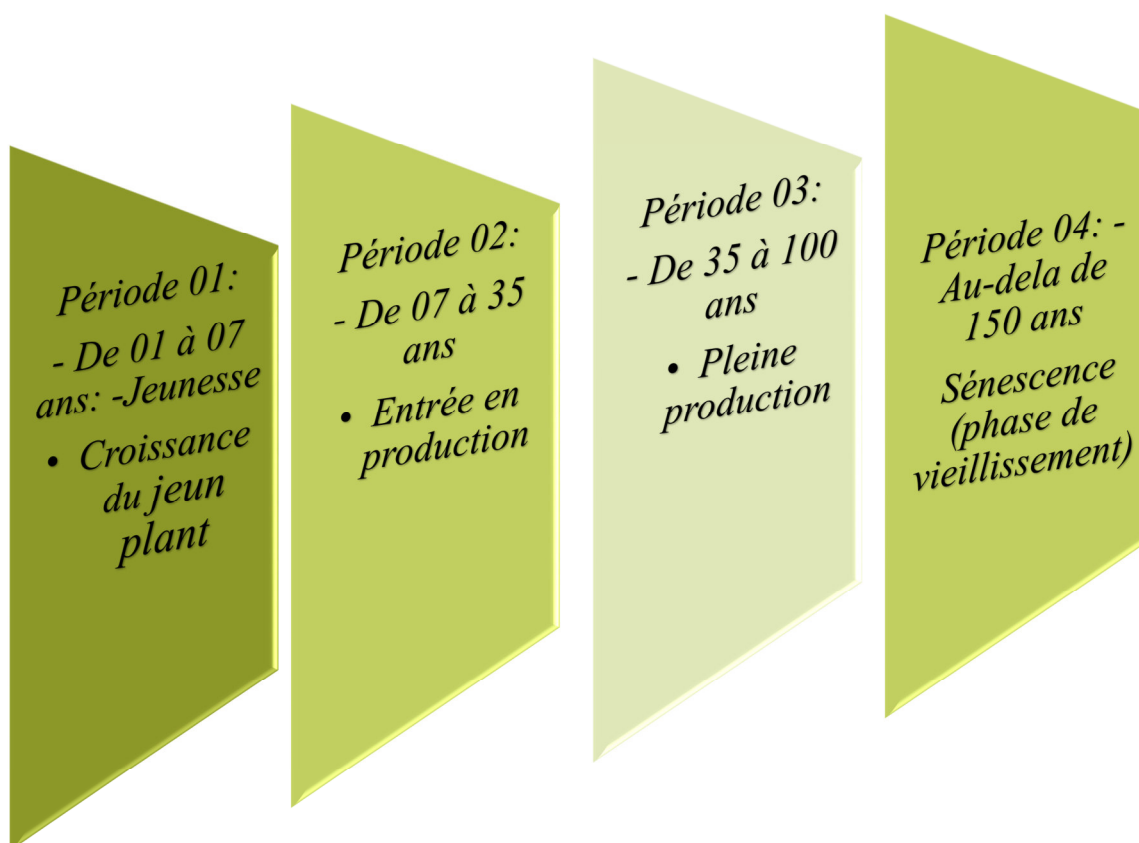
Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

En Algérie, selon (BOUKHARI Rachid, 2013), la culture de l'olivier remonte à la plus haute antiquité. C'est une source de revenus significative, notamment pour la population rurale. C'est une culture qui représente plus de 50% du verger arboricole du pays.

I.1.Cycle de développement de l'olivier

La figure suivante montre les quatre périodes du cycle de développement de l'olivier :

Figure N° 28 : Cycle de développement de l'olivier :



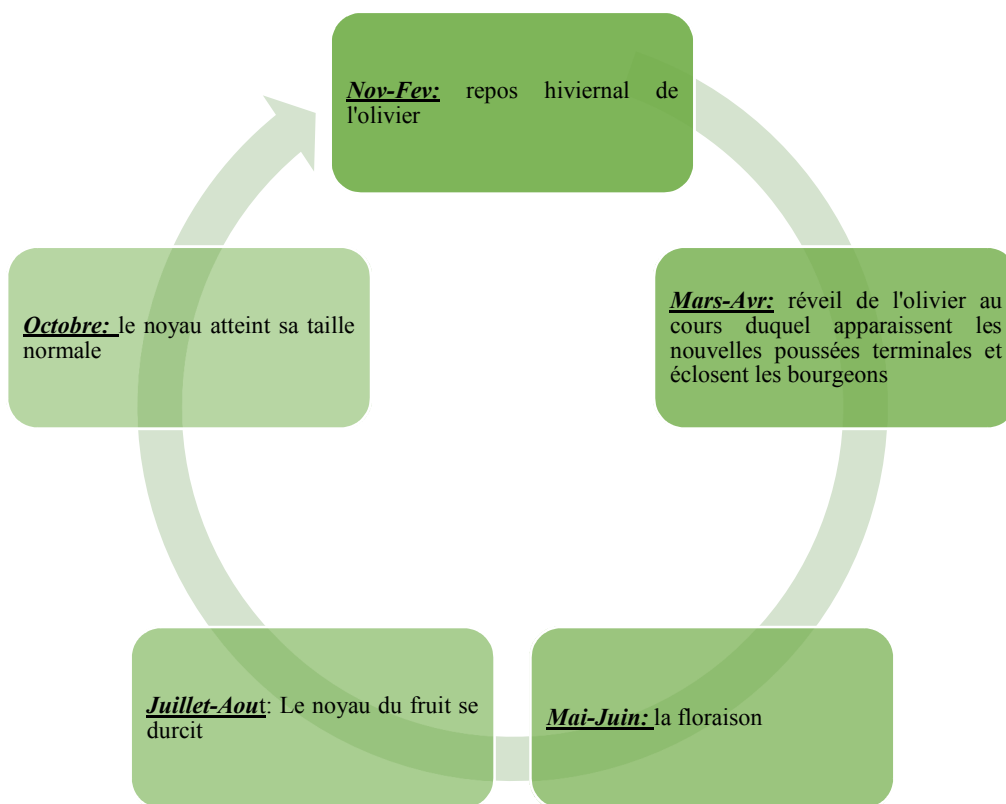
Source : Réalisé par nous-même sur la base des données collectées auprès de la chambre de l'agriculture de la wilaya de Tizi-Ouzou et les données de M. MOULLA. AO.

La première période (de 01 à 07 ans) est la période de la croissance, de la taille et de la floraison. L'olivier s'installe et s'étoffe mais ne commence à produire que dans la deuxième période (de 07 à 35 ans). Cette dernière s'étend de l'apparition des premières productions fruitières jusqu'à ce que l'arbre soit apte à produire d'une manière régulière et importante. L'arbre passe, ensuite, à la période de pleine production (de 35 à 100ans) où l'arbre produit de 15 à 20 kg d'olive. Une fois dépassé 150 ans, l'arbre rentre en période de vieillissement au cours de laquelle la production diminue d'une manière progressive.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

I.2. Le cycle de reproduction de l'olivier

Figure N°29 : Le cycle reproduction de l'olivier.



Source: Réalisé par nous-même sur la base des données collecté auprès de la chambre de l'agriculture et les données de Mr MOULLA. AO,

La figure précédente résume le cycle de reproduction de l'olive :

- Novembre - Février : période où l'olivier se repose dite « repos hivernal »,
- Mars- avril : réveil de l'olivier au cours duquel apparaissent les nouvelles poussées terminales, éclosent les bourgeons et les bourgeons axillaires qui donneront soit du bois (jeunes pousses) ou des fleurs.
- Mai- juin : période où fleurissent les arbres.
- Juillet- Aout : période du durcissement du noyau et de la sclérisation de l'endocarpe.
- La récolte s'effectue à la fin du mois de septembre pour les variétés précoces récoltées en vert, jusqu'en février pour les variétés tardives à huile. La maturation et la production diffèrent d'un olivier à un autre, selon la variété. La production par arbre varie entre 15 et 50 Kg donnant de 3 à 10 L d'huile d'olive.

I.3. Les exigences de grandissement de l'olivier

Le cycle végétal de l'olivier dépend des conditions climatiques et de son air d'adaptation.

I.3.1. Les exigences écologiques de la culture de l'olivier

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

1. Le climat : on distingue :

- **La température :** l'olivier commence à rentrer en végétation lorsque les températures sont de 10 à 12°C et les inflorescences se développent vers 15°C. L'olivier ne supporte pas les températures négatives, il craint le froid qui peut être dangereux notamment au moment de la floraison. L'olivier résiste, par contre, aux températures élevées bien que la sécheresse estivale gêne le développement de son fruit.
- **La lumière :** au cours de la floraison de l'olivier, la lumière joue un rôle déterminant. Plus l'olivier est exposé au soleil, plus il donne de meilleurs rendements. Selon Daoudi (1994), l'évolution florale est inhibée sur les arbres qui ne reçoivent pas assez de lumière.
- **Le vent :** il peut influencer positivement l'olivier s'il est modéré. Lors de la période de la floraison, il peut assurer une bonne pollinisation mais il peut aussi provoquer la cassure des branches et parfois la chute des fruits.
- **La pluviométrie :** l'altitude de la zone de la culture de l'olivier ne doit pas dépasser 700 ou 800 m pour les versants exposés au nord et doit varier de 900 à 1000 m pour les versants exposés au sud.
- **Humidité atmosphérique :** l'olivier ne supporte pas les taux élevés d'humidité car elle favorise l'apparition de certains parasites, c'est la raison pour laquelle sa culture ne se fait pas dans les zones très proches de la mer.

2. Le sol : l'olivier s'adapte à tous types de sols sauf les sols lourds, compactes, humides ou se ressuyant (opération par laquelle on fait sécher) mal. L'olivier préfère un sol argilo-sableux riche en alluvions de texture moyenne.

3. L'eau : Comme l'eau est un facteur important, les teneurs limites en sels sont :

- De 2 g/l pour une pluviométrie supérieure à 500 mm ;
- De 1g/l pour une pluviométrie inférieure à 500 mm ;

I.3.2. Les exigences culturelles de l'olivier

1. Le travail du sol : son rôle consiste essentiellement à ameublir le sol, l'aérer et éliminer les plantes adventices puis ensuite incorporer des matières organiques et des engrais.

2. L'irrigation d'appoint : cette opération est appliquée à la sortie de l'hiver ou au début du printemps ce qui va permettre de favoriser un bon départ végétatif (développement des rameaux, fécondation des fleurs et assimilation des fertilisants). L'olivier a besoin d'environ 2000 m³ d'eau par année et cela varie en fonction de l'étage bioclimatique dans lequel l'olivieraie se situe.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

3. Les traitements phytosanitaires : Ils correspondent aux différentes opérations de lutte contre les ennemis de l'olivier (ravageurs et maladies) via un ensemble de méthodes et principalement la lutte chimique qui consiste à utiliser des pesticides dont des insecticides tels que : le Fenthion et le Diméthoate.

II. Les variétés de l'olivier et ses maladies

Ce présent point mets l'accent sur les différentes variétés de l'olivier ainsi que ces maladies.

II.1. Les variétés

Il existe une multitude de variétés des oliviers dans le monde.

II.1.1. Dans le monde

LUCHETTI (1999), indique qu'il existe 139 variétés provenant de 23 pays oléicoles, quelques-unes seront citées dans le tableau suivant :

Tableau N° 06 : les variétés des oliviers dans le monde

Pays	Principales Variétés
Albanie	Kaliniot
Algérie	Chemlal ; Sigoise ; Azeradj ; Limli ; Blanquette de Guelma
Argentine	Aruco
Chili	Azapa
Espagne	Alfafara ; Aloreña ; Arbequina ; Bical ; Blanqueta ; Callosina ; Carasqueno de la Sierra; Castellana ; Farga ; Empilure ; Lechin de Granada; Royal de Garorla ; Morrur ; Manzanilla ; Palomar ; Picual ; Picual ; Verdiell ; Villalonga ; Huevar
France	Aglандаu ; Bouteillan ; Grossane ; Lucques ; Picholme ; Languedoe ; Salonenque ; Tanche
Italie	Ascolana Tenera ; Biancolilla ; Bosana ; Canion ; Carlea ; Casaliva ; Cassanese ; Maraiolo ; Frantoto ; Cellina di Nardo ; Pendolino ; Pizz'e Canoga ; Oliva di Cengnola ; Cucco ; Dolce Agogia
Tunisie	Chétoui, Oueslati, Zalmati, Chemlali, Gerbouï, Chemchali, Fouji, Beldi, Rkhami, Zarrazi... Meski, Sayali, Tounsi, Besbessi, Marsaline
Maroc	Haouzia ; Menara ; Meslala ; Picholine Marocaine ; Menara
USA	Mission
Turquie	Ayvalik, Cekiste, Celebi, Domat, Erkence, Gemlik, Izmir, Sofralik, Memeoil, Ushi
Syrie	Abous_Satl, Doebli, Kaissy, Sorani, Zaity

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données du COI 2013 ;

L'olivier est présent sur les six continents. Il est cultivé dans toutes les régions qui se situent entre les latitudes 30° et 45° des deux hémisphères : les Amériques, en l'Australie, la Chine en passant par le Japon et l'Afrique. Les principaux producteurs sont : l'Espagne, la Grèce, la Turquie

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

et l'Italie. (Gomes et al., 2012) indiquent dans leur article qu'il existe plus de 805 millions d'oliviers dans le monde dont 98% sont concentrés dans le bassin méditerranéen.

II.1.2. En Algérie

L'Algérie, comme les autres pays méditerranéens, a sa part de l'olivier qui est une des principales espèces fruitières plantées. Le tableau suivant résume les principales variétés cultivées :

Tableau N°07 : les variétés des oliviers en Algérie

Variétés	Aire de culture	Importance	Pollinisateur	Destination	Observations
Sigoise	Ouest Algérien (Oranie, Tlemcen)	25%	Cornicabra	Table+ huile	Très estimée pour la conservation et l'huilerie, Rendement élevé en huile, variété auto fertile.
Cornicabra	Ouest Algérien (Oranie, Tlemcen)	5%	-	Table + huile	Très bon pollinisateur de Sigoise. Originaire d'Espagne
Sevillance	Ouest Algérien (Plaine d'Oran)	3%	-	Table	Très intéressante par le gros calibre des fruits
Chemlal	Centre Algérien Kabylie	10%	Azeradj Frontoio	Huile	Huile très appréciée. Résiste en culture sèche. Inconvénients ; autostérile, floraison tardive.
Azeradj	Centre Algérien	15%	-	Huile	Très bon pollinisateur de Azeradj
Bouchouk La Fayette	Centre Algérien	2%	-	Table + huile	Intéressante pour la région de Bougaâ
Boukhenfas	Centre Algérien	2%	-	Huile	Donne les meilleurs résultats à la station de Sidi-Aich
Limli	Est Algérien	8%	Azeradj	Huile	Variété conseillée dans la région de Jijel à Sidi-Aich

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Blanquette	Est Algérien	20% de Verger	-	Table + Huile	-
Rougette	Est Algérien	12%	-	Huile	-
Neb Djmel	Sud Est Algérien	5%	-	Table+ Huile	Variété des régions Présaharienne
Frontoio	Centre et Est	1%	-	Huile	Variété italienne, bon pollinisateur de Chemlal
Coratina	Centre et Est	1%	-	Huile	Variété italienne très rigoureuse et très productive
Longue de Miliana	Centre et Ouest	5%	-	Table + huile	Très localisée dans la région de Miliana
Picholine Marocaine	Ouest du pays	30%	-	Huile	Très commune avec la Sigoise (même caractère)
Ascolana	Ouest	-	-	Table	Fertilité excellente et régulière. Bonne rusticité de L'arbre. Résiste au froid
Hamma de Constantine	Est Algérien	-	-	Table	Meilleures variétés de la région constantinoise pour la conservation. Nécessite des irrigations.
Bouricha	Est Algérien (Collo-Oued El Kebir)	5% à 6 %	-	Table	Cultivée dans les régions à forte pluviométrie
Ronde de Miliana	Centre et Ouest	5%	-	Table + huile	Très localisée dans la région de Miliana.

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données du COI 2013 ;

Il existe une multitude de variétés des oliviers dans le monde, comme en Algérie. Le tableau ci-dessus a résumé les plus importantes variétés en Algérie. Il faut préciser que certaines variétés peuvent avoir de nombreuses nominations selon les régions où elles sont cultivées.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

II.2. Les maladies de l'olivier

Comme tout autre arbre, l'olivier est également exposé aux maladies, considérées par un ensemble d'auteurs comme étant les ennemies de cet arbre. Elles sont recensées à près de 250 et sont réparties entre : 90 champignons, 5 bactéries, 3 lichens, 4 mousses, 3 angiospermes, 11 nématodes, 110 insectes, 13 arachnides, 5oiseaux et 4 mammifères.

Les ravageurs principaux de l'olivier sont les insectes parmi lesquels on peut citer :

- La mouche de l'olivier (*dacus oleae*) ;
- La cochenille noire de l'olivier (*Saissetia oleae*) ;
- Le scolyte de l'olivier ou le neiroun (*phoeotribus oleae*) ;
- Le teigne del'olivier (*prays oleae*) ;
- Les trips...



La mouche d'olive



La cochenille noire de l'olivier

On peut également cité parmi les maladies de l'olivier: l'œil de paon qui est dû au champignon *Cyclonium oleaginum* qui cause des défoliations importantes, la fumagine qui est aussi causée par des champignons de divers genres tels que *le Capardoium*, *le Cladosponium* et *l'Alternariaet* forme un écran noir sur les feuilles perturbant l'assimilation chlorophyllienne



L'œil de paon



La fumagin

III. L'exploitation de l'olivier

L'olivier donne plusieurs produits :

III.1 L'huile d'olive

C'est le principal produit tiré du fruit de l'olivier. Son usage culinaire remonte à l'Antiquité. L'huile d'olive est un produit consommé, traditionnellement, dans les lieux de sa production (la population du bassin méditerranéen consomme très peu de graisses animales).La consommation de l'huile d'olive n'a gagné les autres régions que très lentement.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Au temps des Romains, elle était utilisée comme condiment, mélangée à du vinaigre. Dans le Midi de la France, son usage se répand à partir du I^o siècle pour les fritures ou en boulangerie dans les pâtes salées. À cette époque, on la conservait dans des amphores, récipients universels de l'Antiquité. Des récipients confectionnés dans les matériaux les plus divers seront utilisés plus tard. Aujourd'hui, l'huile d'olive accompagne de nombreuses préparations culinaires : salades, tapenade, fritures et autres plats cuisinés auxquels elle apporte son arôme.



On peut distinguer trois types d'huile d'olive, définis par le COI selon trois critères majeurs : l'acidité, l'indice de peroxyde et l'intensité organoleptique. Le prix dépend de la qualité.

III.1.1. L'huile d'olive vierge (l'huile naturelle)

C'est une huile de table de haute qualité, propre à la consommation humaine et plus cher que les autres huiles. Elle n'a subi aucun autre traitement que le lavage, la décantation, la centrifugation et la filtration, et ce, en utilisant des moyens physiques dans des conditions thermiques qui n'entraînent aucune altération. Cette huile est scindée en trois sortes :

1. **Huile d'olive Extra vierge** : son acidité libre exprimée dans l'acide oléique ne doit pas dépasser 0.8g/100g en poids.
2. **Huile d'olive Vierge** : son taux d'acidité maximal est de 2g pour 100g.
3. **Huile d'olive Vierge courante** : son taux d'acidité ne doit pas dépasser 3.3g/ 100g.

Les caractéristiques organoleptiques des huiles vierges doivent être conformes à la norme.

III.1.2. L'huile d'olive raffinée

C'est une huile valable pour la consommation humaine avec un taux d'acidité dépassant 3.3% et des caractéristiques organoleptiques conformes à la norme. Elle n'est, cependant, pas apte à

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

être consommée sous sa forme d'origine et est soit destinée au raffinage ou pour d'autres usages non-alimentaires. Elle est aussi appelée « huile lampante » car elle était utilisée pour l'éclairage avant l'apparition de l'électricité. De l'huile d'olive raffinée, se distinguent deux types :

1. **Huile d'olive raffinée** : elle est obtenue par le raffinage des huiles lampantes via des techniques de raffinage qui n'entraînent pas des changements de la structure glycérique d'origine. Son taux d'acidité maximale est de 0.3 g/ 100.
2. **Huile d'olive** : cette huile est obtenue par un mélange de l'huile d'olive vierge et de l'huile raffinée. Elle est apte à la consommation avec une acidité libre exprimée en acide oléique ne dépassant pas 1 gramme pour 100 grammes.

III.1.3. L'huile de grignon d'olive

Cette huile est peu convenable à la consommation humaine sans raffinage ultérieur.

1. **L'huile de grignon d'olive brute** : elle est destinée soit au raffinage pour la consommation humaine ou à usage non-alimentaire ou technique.
2. **L'huile de grignon d'olive raffinée** : cette huile est obtenue par le raffinage de l'huile de grignon d'olive brute. Son acidité libre exprimée en acide oléique ne doit être inférieure à 0.3 g pour 100 g.
3. **L'huile de grignon d'olive** : C'est un mélange des trois types d'huiles : l'huile de grignon d'olives, l'huile d'olive raffinée et l'huile d'olive vierge donnant une huile apte à la consommation. Son acidité libre exprimée en acide oléique ne doit pas dépasser 1 g pour 100g.

L'huile d'olive est d'une teinte jaune dorée mais elle peut varier du jaune ambré au jaune blanchâtre, (Roland BOLMONT et Al, 1998).

III.2. Olives noires

Ce sont des olives de table, récoltées au moment où elles ont atteint leur maturité et leur taille définitives. Après le tri, ces olives seront séchées puis conservées dans de grandes bouteilles, ensuite, elles seront désamérisées par un saupoudrage au sel en fonction du besoin.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation



III.3. Olives cueillies vertes

L'olive verte est le fruit récolté avant sa maturité. Ce fruit doit subir plusieurs traitements avant sa consommation. Premièrement, il doit être désamérisé à l'aide d'un bain de « lessive de soude » qui est disponible en pharmacie. Après avoir bien rincé les olives, ces dernières vont être conservées dans des récipients dans un bain de saumure, eau salée aromatisée avec du fenouil, du thym et du laurier. Ces récipients doivent être stockés à l'abri de la lumière et au frais, et ce, pour une bonne conservation, (Roland BOLMONT et al, 1998).

IV. Les facteurs influençant sur la qualité de l'huile d'olive

Le processus de production de l'huile d'olive, comme tout autre processus de production, est sous forme d'une chaîne que le producteur se doit de respecter. Cet enchaînement d'étapes permet de comparer différentes huiles de sorte que si une des étapes manque ou est mal réalisée, tout le processus est cassé influençant ainsi sur la qualité finale du produit. Selon RAYAN, et al, (1998), les caractéristiques qualitatives de l'huile d'olive résultent de l'action concomitante des facteurs agronomiques et des facteurs technologiques employés au cours du processus d'élaboration de l'huile.

IV.1. Le facteur variété

La qualité de l'huile d'olive extraite dépend fortement de la variété du cultivar. Cette dernière influence principalement sur la qualité organoleptique de l'huile d'olive. Selon DEMNATI, (2008), chaque variété donne une huile d'olive avec un profil sensoriel qui lui est propre.

IV.2. Le facteur climatique

Comme il a été dit précédemment, le climat joue un rôle important dans la maturation des olives et influe, donc, sur la composition chimique de l'huile d'olive qui en est extraite. La concentration en acides gras de l'huile d'olive est affectée par la lumière et la température. Selon

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

GHEZLAOUI (2011), la composition en acides gras insaturés et principalement en acide linoléique augmenterait avec la diminution de la température.

Le tableau suivant montre quelques critères thermiques qui concernent l'olivier au cours de son cycle de développement.

Tableau N°08 : les différentes phases de développement avec leurs températures optimales

Stade de développement	Les températures
Repos végétatif hivernal (risque de gel)	De -10° à -12 °c
Réveil printanier (risque de gel)	De -10° à -12 °c
Zéro de végétation	De 9° à 10°c
Développement des inflorescences	De 14° à 15°c
Floraison	De 18°à 19° c
Fécondation	De 21° à 22°c
Arrêt de végétation	De 35° à 38°c
Risque de brûlure	>=40 °c

Source : BOUKHARI Rachid (2013), dans son mémoire de magister portant sur "Contribution à l'analyse génétique et caractérisation de quelques variétés d'oliviers et l'influence de l'environnement sur leurs rendements au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou"

IV.3. Le facteur pédologique

Les huiles provenant des sols calcaires contiennent des acidités plus basses que celles provenant des sols argileux, GHAZLAOUI (2011). Le phénomène de rapport entre la qualité des huiles d'olive et des sols est très compliqué. La nature du sol, le PH et la composition chimique influent indéniablement sur la qualité de l'huile.

IV.4. Le facteur géographique

La qualité de l'huile d'olive est affectée par l'altitude notamment : sa composition en acide gras (acides oléiques), son acidité, son indice de peroxyde et sa teneur en polyphénols. Les oliviers produisent des huiles différentes et de qualités variables selon la zone géographique.

IV.5. La période de maturation et la période de récolte

La récolte des olives est aussi importante que le soin apporté aux oliviers. Les choix que l'on fait lors de cette période délicate influent d'une manière directe sur la qualité des huiles obtenues. Choisir le moment propice pour la récolte des olives est l'unique façon d'avoir une huile équilibrée à l'arôme parfumé et qui se conserve longtemps. Selon notre recherche bibliographique, confirmée par nos observations sur le terrain, la saison de la récolte des olives est l'automne, allant d'octobre à décembre, variant d'une année à une autre et d'une région à une autre. La date de la récolte est déterminée par différents facteurs ; la variété des olives ou le cultivar, la destination commerciale et

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

les conditions climatiques (un été pluvieux ou un automne avec des gelées atypiques peuvent influencer sur cette décision).

Quand les olives arrivent à la maturité physiologique, les caractéristiques qualitatives de l'huile d'olive atteignent leur optimum. Cette période coïncide avec le passage de la couleur des olives du vert-jaune au violet-noir avec un pic de qualité pour les huiles obtenues par le fruit vert (une huile de couleur verte forte, un goût spécial mais des quantités réduites). Plus le fruit reste sur l'arbre après maturité plus les substances aromatiques de l'huile obtenue diminuent, le taux d'acidité augmente (huile ni vierge ou ni extra vierge), sa couleur change mais la quantité obtenue augmente.

La qualité de l'huile d'olive est dépendante d'un ensemble de facteurs liés à la récolte à savoir : le contact du fruit avec le sol humide, la durée de séjour du fruit sur le filet, la chute physiologique des olives et les méthodes de récolte du fruit (récolte manuelle, battage...), (UZZAN, 1992). Selon des agriculteurs que nous avons interrogés, la meilleure façon de récolter les olives est d'utiliser la méthode manuelle. Ils affirment également que la récolte par battage nuit à l'olivier qui, disent-ils, « ne se fâche » en ne donnant pas une bonne récolte l'année d'après.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Section 02 : Le processus de production de l'huile d'olive et l'évolution de la filière oléicole en Algérie depuis l'indépendance

L'oléiculture algérienne est une activité à l'origine de la fabrication de l'un des produits les plus naturels et les plus sains et ancestral. Elle présente un fort potentiel économique pour une bonne partie de la population notamment la population rurale. Cette activité a subi un ensemble de restructuration notamment durant la période après-indépendance qui visait la modernisation de cette filière. Cette section mettra l'accent sur le processus de production de l'olivier et l'évolution de cette filière durant cette période.

I. Histoire de l'oléiculture en Algérie

Dans ce qui suit nous allons mettre l'accent sur l'histoire de la filière oléicole en Algérie.

I.1. La filière oléicole de 1962 à 1999

Après l'indépendance de l'Algérie, le potentiel oléicole national a été réparti comme suit : 20% détenu par le secteur public et 80% par le secteur privé. Cette filière a gardé le même schéma d'organisation jusqu'au segment des négociants, sur le marché international. La commercialisation a d'abord été confiée à l'office national de commercialisation (ONACO) puis, ensuite, à l'office national des produits oléicoles (ONAPO).

Le secteur traditionnel a été marginalisé et toutes les intentions ont été à la faveur du secteur moderne. Cette marginalisation a été la principale cause, durant les années 1950-1960, du non renouvellement du verger vieillissant et de la faible tenue des exploitations.

Cette période de l'après-indépendance a été marquée par des politiques agricoles visant à la modernisation de l'oléiculture, via un ensemble de plans de développement. Les premières années ont été consacrées à la sauvegarde du patrimoine et du savoir-faire des colons. Les propriétés coloniales, transformées en domaines autogérés, ont profité des moyens de l'État pour se maintenir. Par la suite, les plans successifs (1967/1969, 1970/1973...etc.) visaient à la valorisation des zones déshéritées, l'accroissement de la production et la création d'emploi dans les milieux ruraux.

Durant la deuxième décennie (1970 à 1980), l'État a rencontré des difficultés pour satisfaire la demande locale que ce soit en termes de quantité ou de prix. Le taux de couverture des besoins en matières grasses avait diminué de 20%, passant de 30% à 10%. Pour soutenir la politique d'industrialisation, l'État importe d'autres matières grasses pour l'approvisionnement de la population urbaine qui était en constante croissance, et ce, par le biais de la SOGEDIA.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Cette période a également été caractérisée par les efforts fournis par le ministère de l'agriculture à travers une série d'investissements. Un programme spécial a été suivi pour la réhabilitation des oliveraies et les premiers pas ont été faits visant la modernisation de l'industrie oléicole par l'acquisition de chaînes « Super –presse », réalisée par l'ONAPO. Ceci, notamment, dans le cadre du plan triennal et du 1er plan quadriennal. Ces efforts restaient, néanmoins, insuffisants pour répondre à la demande nationale.

Durant les années 1990 (1989-1999), un désinvestissement quasi-total au niveau de toute la filière oléicole a causé l'affaiblissement physiologique du verger, l'appauvrissement des populations rurales et l'avitement des équipements de transformation résultant de la difficulté d'approvisionnement en matière de pièces de rechange. Les efforts fournis pour développer cette filière ont été écrasés et le taux de couverture des besoins locaux en matière grasse a encore chuté pour atteindre 5%.

La période (1990/1999) a été marquée par des effets néfastes sur l'oléiculture algérienne : la baisse drastique des moyens financiers de l'État, la crise sociale, économique et politique en Algérie suivis par le désengagement de l'État Mendil (2009). Les populations les plus touchées ont été les travailleurs dans les zones de production oléicole marginalisées. Durant la décennie noire, l'exode rural s'est accentué à cause de l'insécurité et s'en est suivi l'abandon des champs oléicoles.

II.2.La filière oléicole de 1999à nos jours

La période2000/2012 s'est accompagnée d'une amélioration de l'économie algérienne. Vu la situation délicate vécue dans la période précédente, une redynamisation du secteur agricole, en général, et oléicole, en particulier, est devenue nécessaire. Deux nouveaux plans nationaux, le PNDA (Plan National de Développement Agricole) à partir des années2000et le PNDAR (Plan National de Développement Agricole et Rural) à partir des années 2002, ont été lancés dans le but de réaliser une auto-alimentation et une modernisation de l'agriculture algérienne. Ces démarches sont un élément incontournable et nécessaire à la réalisation du développement agricole fondé sur la réalisation de projets d'investissements qui sont économiquement rentables ; écologiquement durables et socialement acceptables.

La nouvelle stratégie de ces programmes repose sur :

- la démarche participative,
- l'implication des populations locales et la valorisation des ressources du milieu rural.

Les objectifs classique restent d'actualité :

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

- Programme d'intensification de la production oléicole dans les zones des Hauts Plateaux et du Sud du pays ;
- Extension des plantations et programme d'adaptation des systèmes de production aux zones montagneuses ;
- Amélioration des rendements et de la qualité des produits oléicoles ;
- Régénération des vieilles plantations et modernisation des unités de trituration.

Les résultats du PNDAR :

- Plantations totales : 137 000 ha de plantations nouvelles et 208 000 ha de plantations en productions. La production moyenne en huile en 1990-1999 a atteint 23 000 tonnes (moyenne annuelle) et est passée à 33 000 tonnes en 2000-2008 avec un pic de 69 000 tonnes en 2004 et 55 000 tonnes en 2008-2009 (bilan provisoire) avec un rendement d'arbre qui est passé de 14 à 16 kg/arbre.

Le nombre des huileries, en 1999, était de 1650 dont 186 chaînes continues. En 2008, le nombre a diminué à 1532 dont 276 chaînes continues.

Quant aux zones traditionnelles, elles ont bénéficié d'un programme de réhabilitation qui a porté sur:

- la régénération des plantations âgées qui constituaient 60% du peuplement ;
- la confection de cuvette en zone de pente > 12% ;
- l'acquisition du filet de récolte ;
- le soutien au débroussaillage et greffage d'oléastres.

L'oléiculture est désormais considérée comme une des filières stratégiques devant garantir la sécurité alimentaire de la nation. Dans ce contexte, le MADR a initié une nouvelle approche et un ensemble de mesures dans le cadre du programme de renouveau de l'économie agricole pour soutenir la relance des activités qui consiste à:

- créer de nouvelles plantations à différentes densités en fonction des conditions agro-climatiques et maintenir les soutiens existants;
- permettre aux wilayas de mettre en œuvre des projets à initiatives locales et/ou des projets individuels ;

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

- renforcer les capacités de production de semences et plants oléicoles et mettre en place la certification ;
- moderniser les capacités de stockage (individuelles ou collectives);
- acquérir des équipements de récolte (peignes, fouetteurs...)et de chaîne de conditionnement (uniquement pour les formes collectives).

Dans ce cadre, les produits de terroir bénéficieront d'indications géographiques et, à cet effet, des terroirs ont été identifiés à titre pilote pour l'huile d'olive et les olives de table.

Un programme spécifique à la filière oléicole a été mis en place en renforçant les capacités humaines et l'appui technique au niveau des wilayas productrices. Des jurys de dégustation des huiles d'olives vierges ont été formés et guidés par l'ITAF pour mener à bien les missions qui leur sont dévolues. L'ITAF, l'Institut Technique de l'Arboriculture Fruitière, a mis en place :

- un réseau d'encadreurs, chargés de former les vulgarisateurs au niveau régional et local
- des laboratoires régionaux.
- une salle de dégustation des huiles d'olives vierges ;
- un programme de production de plants d'oliviers pour la création de parcs à bois.

Ce dispositif opérationnel a pour objectifs :

- d'améliorer le rendement moyen (passer de 16 à 20 kg /arbre) par l'amélioration de l'entretien, l'efficacité de la récolte ainsi que le rendement à l'extraction.

- d'améliorer la qualité des olives de table et de l'huile d'olive.
- de mettre à niveau les huileries par l'appui technique.

- Les résultats des mesures initiées par le MADR

Ces mesures ont eu de très faibles résultats. La production a légèrement augmenté, les nouvelles surfaces plantées ont presque doublé mais les rendements n'ont pas suivi.

Malgré les tentatives du Ministère de l'agriculture dans le but d'organiser cette filière, ces objectifs ne pourront pas être atteints sans une organisation professionnelle forte et structurée alors que, en pratique, les principaux acteurs ont eu du mal à s'accorder sur les objectifs et les moyens à mobiliser.

Le MADR a fait appel à des experts dans le cadre du projet de jumelage P3A concernant la valorisation des produits agricoles de terroir par le système de qualité et par les indications

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

géographiques dans le but d'accorder une association avec l'Union Européenne afin de mettre en œuvre un protocole d'enregistrement de trois produits agroalimentaires pilotes : la datte Degl et Nour de Tolga (Biskra), la figue sèche de Béni Maouche (Bejaia) et l'olive de table de Sig Mascara, pour l'attribution d'une indication géographique. Une démarche de labellisation des huiles d'olive algériennes est également pilotée par le Ministère qui affirme travailler sur une législation adéquate à ce type de label « Arrêté N°1005 du 25 novembre 2008, fixant les modalités et procédures d'attribution des indications géographiques agricoles ainsi que la décision n°142 du 1er février 2009, fixant la composition et le fonctionnement du comité technique des indications géographiques des produits agricoles ». La démarche de l'obtention d'une indication géographique est une démarche territoriale dans laquelle la participation des acteurs locaux est indispensable, une condition qui représente un obstacle devant l'aboutissement de cette démarche. Dans le cas de l'Algérie, l'approche verticale peu efficiente est privilégiée. La dualité entre les systèmes oléicoles traditionnel et moderne demeure importante. La filière traditionnelle ne bénéficie que peu des nouveaux programmes de développements agricole et rural.

II. Production de l'huile d'olive

La production de l'huile d'olive passe par un ensemble d'étape que nous allons détailler dans le point suivant.

II.1. Processus de transformation des olives en huile

Plus de 93% de la production totale des olives est destinée à être transformer en huile qui est l'objectif principal de la culture des oliviers. Cette transformation exige de passer par le processus de production qui a évolué avec le temps en gardant les mêmes étapes d'extraction de l'huile, nous pouvons la présenter comme suit :

II.1.1. La récolte des olives

Le ramassage se fait soit :

- d'une manière traditionnelle, c-à-d à la main. Elle est considérée comme étant la meilleure méthode bien qu'elle soit coûteuse.
- d'une manière mécaniques où une sorte de râteau mécanique est utilisé. Des engins vont faire balancer l'arbre et faire tomber les olives.

L'obtention d'une huile de bonne qualité est possible si le ramassage est fait intelligemment, et ce, que ce soit avec des méthodes automatisées ou non.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

I.1.2. Stockage

Après la récolte du fruit vient le stockage qui, à son tour, joue son rôle dans la qualité finale de l'huile extraite. Plus la durée de stockage du fruit est longue après sa récolte, plus la qualité organoleptique de l'huile extraite se dégrade et se déprécie avec une acidité libre importante. Il est préférable de stocker le produit dans des caisses que dans des sacs comme se fait généralement. La période de stockage doit varier entre 24 heures et 5 jours au maximum. La température de stockage doit être de 10 à 15°C. Cet intervalle est considéré comme étant optimal par certains auteurs car il empêche l'oxydation et l'obtention d'une huile trouble comme c'est le cas pour de plus basses températures.

I.1.3. Défoliation et lavage des olives

Dans cette étape, il faut débarrasser les olives de toutes les petites feuilles, les petites branches, et par suite les laver pour éliminer tous les éventuels résidus. Ce tri peut se faire lors de la récolte ou bien une fois arrivé à l'huilerie. Le fait de garder quelques feuilles ne nuit pas à la qualité de l'huile obtenue ceci contribue, au contraire, à sa couleur et à son parfum. Les producteurs visant la meilleure qualité d'huile veillent à la sélection de chaque olive entré dans la passoire et à l'élimination de tous les résidus pouvant influencer la qualité du produit final. L'huile obtenue est, bien évidemment, très chère mais de haute qualité.

I.1.4. Broyage

Dans l'imaginaire populaire, c'est dans cette étape que l'huile d'olive est produite ! Ceci est faux. En cette phase et, une fois que les olives sont bien lavées et triées, elles sont prêtes à être broyées/ moulues (pulpes et noyaux), d'une manière à favoriser l'extraction des huiles dans les phases suivantes. De nos jours, les anciennes méthodes de broyage, meules ou broyeurs, sont de plus en plus remplacées par les méthodes mécaniques telles que les broyeurs à marteaux, les lames, les disques... Ces nouveaux outils mécaniques sont entièrement métalliques et sont les préférés dans les installations modernes en s'intégrant parfaitement aux exigences d'automatisation (vitesse de rotation entre 1200 à 3000 tours par minute). Ce sont les chocs des dispositifs tournant à grande vitesse qui causent la rupture de la pulpe. Les broyeurs à disque tournent moins rapidement. L'avantage de ce système automatisé est que l'opération de broyage se fait dans de brefs délais avec le chargement et le déchargement automatisés, ce qui ne demande pas trop d'efforts physiques.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

1.1.5. Malaxage

Après la phase de broyage vient le malaxage. Sa durée moyenne va de 25 à 45 minutes, d'ailleurs, le prolongement de cette opération n'a aucun effet sur le rendement en huile. Il est donc préférable d'éviter le contact de longue durée de la pâte d'huile avec l'air causant une plus grande oxydation. Traditionnellement, les producteurs testent la pâte et interrompent le malaxage quand celle-ci cesse de tâcher les mains et devient onctueuse au touché. Pour les installations modernes, des systèmes automatisés contrôlent les différentes phases. Dans cette étape, la pâte doit être malaxée pour extraire l'huile des cellules végétales écrasées, et ce, avec une température qui doit être entre 25° et 27° au maximum si on veut produire une huile vierge extra. Avec l'aide d'un phénomène physique indispensable à cette phase, les molécules d'huile sont attirées entre elles et finissent par se désolidariser complètement des cellules végétales. Le malaxage se fait dans une cuve avec deux parois. Dans l'interstice de ces dernières circule un courant d'eau tiède qui permet à la pâte de se maintenir à 25° pour favoriser la séparation. Vient, ensuite, la séparation des huiles des fibres et noyaux dans lesquels elle baigne déterminant ainsi le goût de l'huile produite.

Le réchauffage durant le malaxage augmente son efficacité et permet d'accroître le rendement d'huile, cependant, la qualité de l'huile en est affectée négativement (dégradation du goût et intensification des oxydes).

1.1.6. Extraction

Il s'agit de séparer les phases grasses (huile), solides (grignon) et aqueuses (eau de végétation). Pour ce faire, il existe deux méthodes:

- **Système discontinue d'extraction par pression** : C'est le procédé d'extraction le plus ancien (figure N°20). Dans cette méthode, la pâte est répartie en couche sur des scourtins¹ empilés les uns sur les autres (à raison de 5 à 10 kg sur chacun) pour faire office d'armatures et permettre la filtration lors de la pression. L'opération de pressage et broyage de la pâte, conduite en plein air, peut entraîner l'altération des huiles produites qui sont exposées à l'air libre durant toute cette opération (peut durer de 40 à 60 minutes, voire plus) ce qui représente l'inconvénient de ce système. L'utilisation de ce système d'extraction fait que la qualité des huiles produites soit directement liée à celle des olives et à la propreté des scourtins. La phase liquide s'écoule dans des bacs et les grignons restent sur les scourtins qui seront débarrassés

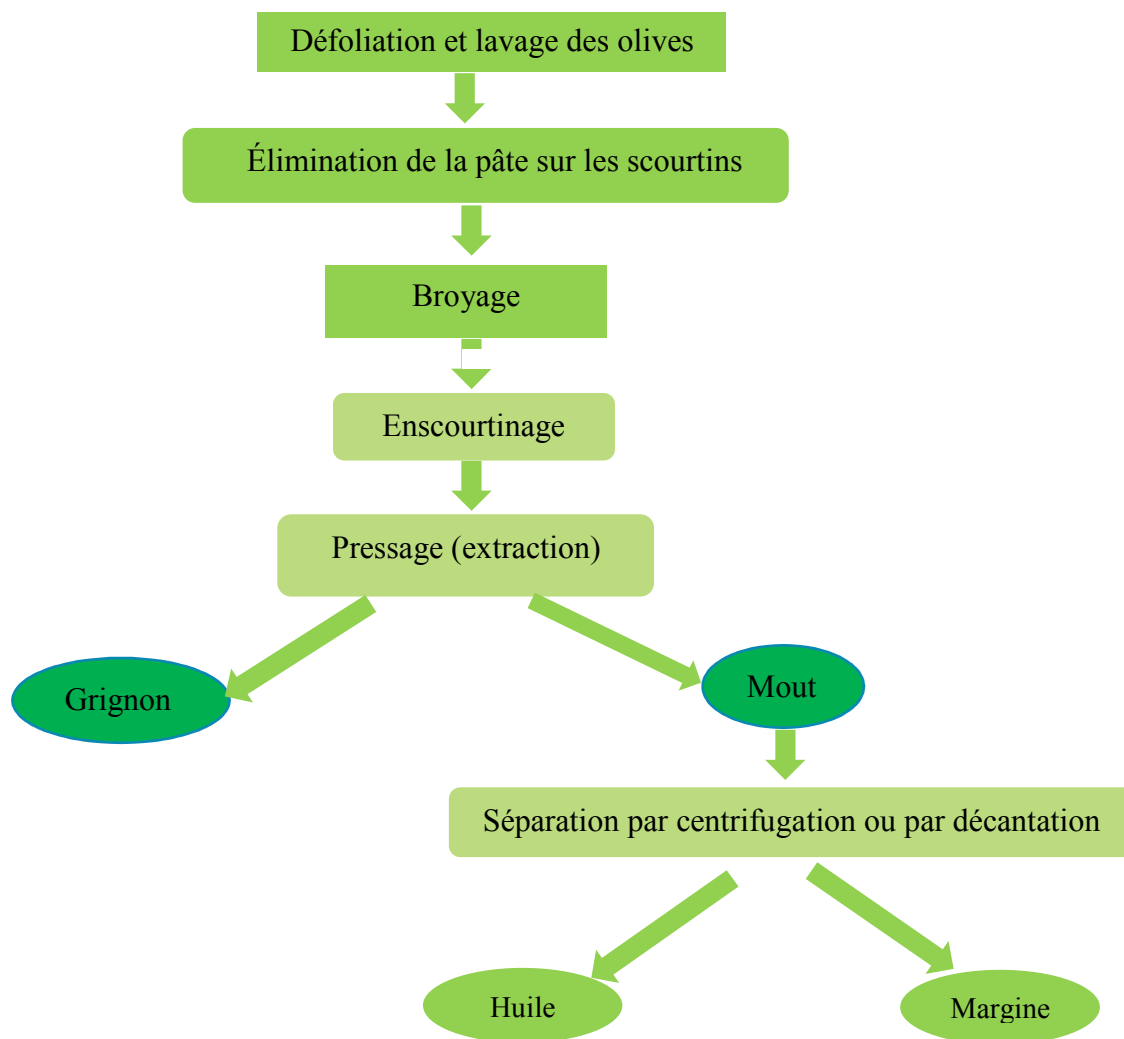
¹C'est une poche et un filtre qui existe depuis l'Antiquité, il permet l'extraction de l'huile d'olive, réalisé en fibres végétales, ou synthétiques, selon la norme internationale ces scourtins doivent être lavés aux moins une fois par semaine pour éviter d'augmenter l'acidité de l'huile ou lui conférer un défaut organoleptique.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

des grignons un par un en les tapant comme des tapis. De nos jours, les presses utilisées sont hydrauliques. Ce système nécessite une main d'œuvre importante.

En plus des huiles et des grignons, ce système génère des margines (déchets liquides), de 60 à 70 kg/ 100 kg d'olives, ce qui représente un réel problème de pollution pour l'environnement.

Figure N° 30 : Procédé discontinue d'extraction des olives par pressage ;



Source : Réalisé par nous-mêmesur la base des données collectées auprès des huileries de la région ATH GHOVRI.

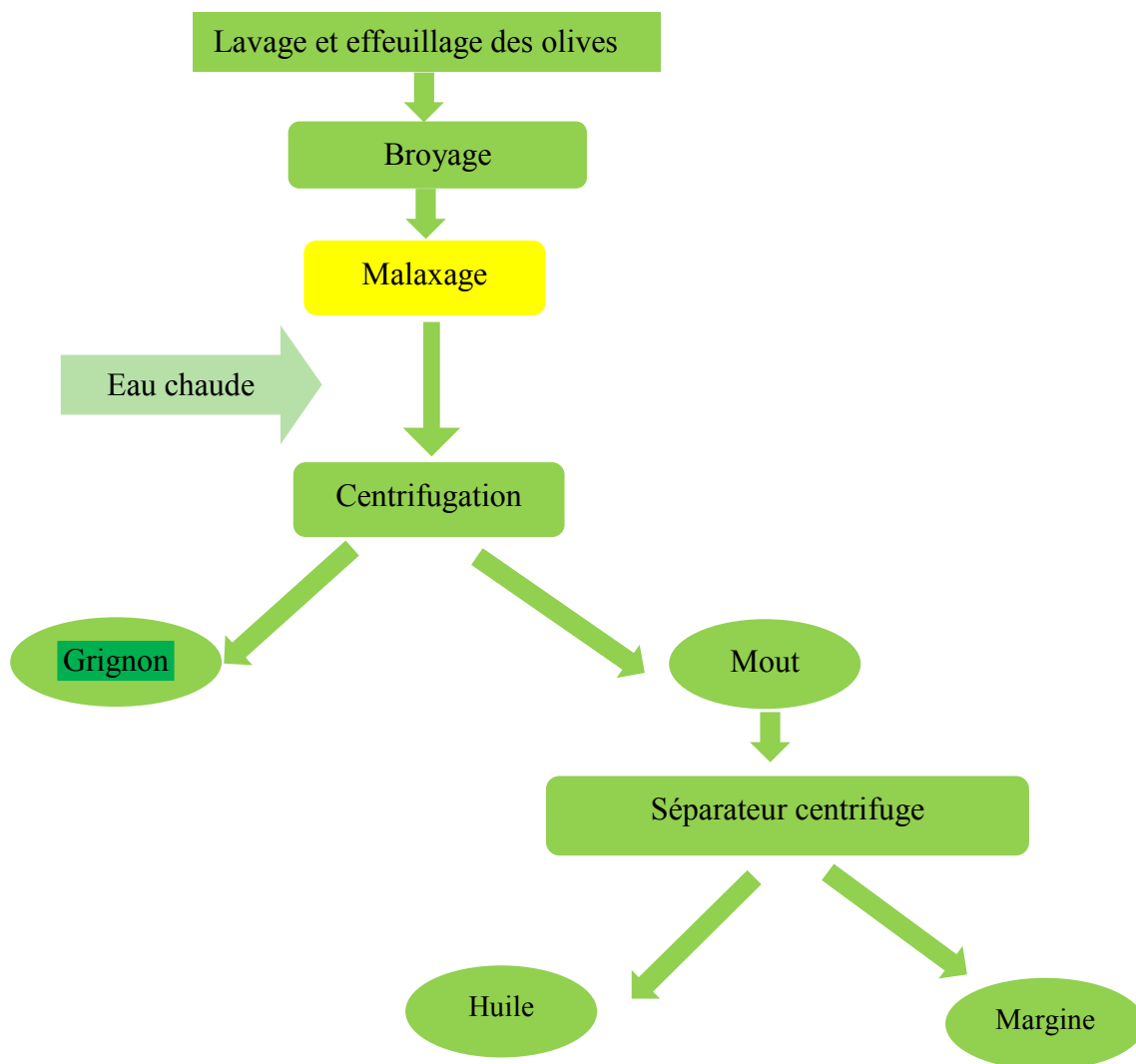
- **Système continu d'extraction avec centrifugation** : C'est une méthode moderne qui se fait dans un décanteur. Il existe deux systèmes d'extraction avec centrifugation : chaînes continues à trois phases (figure N° 21) et à deux phases (figure N°22).

1. **Système continu d'extraction avec centrifugation à trois phases** : Comme indiqué dans la figure N°21, ce système de centrifugation directe à trois phases permet d'obtenir trois produits : huile, grignon et margine. Elle nécessite l'addition de l'eau tiède à température variant entre 20 à 24°C. Ce système génère un ensemble d'inconvénients tels que : la

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

consommation élevée d'eau et d'énergie thermique, la production de grignons à teneur élevée en humidité, l'influence des parts élevées de l'eau chaude (40 à 50 %) dans la pâte des olives sur l'huile extraite qui se trouve appauvrie en composés aromatiques et phénoliques rendant sa résistance plus faible à l'oxydation.

Figure N° 31: Système continu d'extraction avec centrifugation avec trois phases



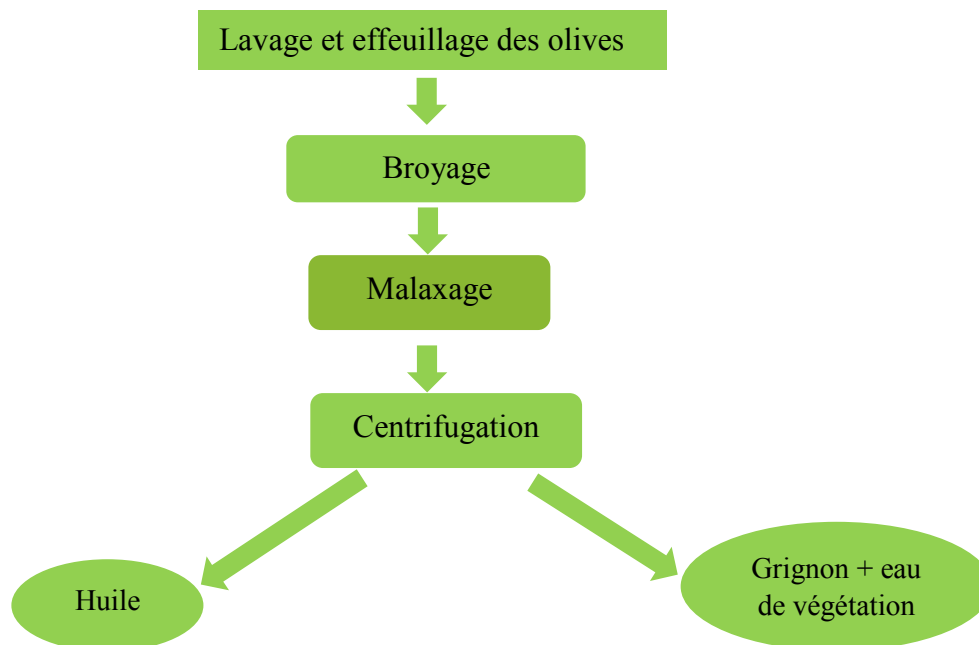
Source: Réalisé par nous-même sur la base des données collectés du terrain.

2. **Système continu d'extraction avec centrifugation avec deux phases :** Ce procédé d'extraction d'huile d'olive fonctionne avec un nouveau décanteur avec centrifugation à deux phases (huile et grignon). Dans ce type de système, l'addition d'eau n'est pas nécessaire pour séparer les phases huileuses et solides, ce qui ne génère pas de margines, un point positif pour l'environnement. Il se caractérise par sa capacité de traitement de grandes quantités rapidement, ce qui réduit l'acidité des huiles extraites. Ces dernières sont riches en substances naturelles, une teneur élevée en anti-oxydants avec une bonne conservation.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Cependant, elles peuvent présenter plus d'amertume surtout pour certaines variétés où pour les récoltes précoces.

Figure N°32 : Système continu d'extraction avec centrifugation avec deux phases.



I.1.7. Préservation

La préservation des huiles doit se faire dans des citernes appropriées en acier inoxydable de tailles variables selon la quantité des huiles produites. Pour éviter le processus d'oxydation, les producteurs mettent un inerte, tel que l'azote, entre le couvercle et l'huile. L'étape finale est la mise en bouteille qui est, plus ou moins, automatisée selon la taille de l'unité de production.

I. La filière oléicole algérienne

Sur le bassin méditerranéen, la filière oléicole algérienne est la moins compétitive bien qu'elle soit placée septième en termes de production selon les COI. Elle a bénéficié de peu d'initiatives de modernisation ; l'irrigation, la mécanisation et la fertilisation y sont ainsi faiblement répandues (Lamara H. 2013). L'huile d'olive algérienne possède quelques atouts tels que le verger qui occupe près de 80% des terroirs montagneux (petite et grande Kabylie, une partie de l'Est algérien ainsi que la région de Jijel), un produit différencié et de qualité et une diversité variétale... Ces atouts peuvent se révéler bénéfiques s'ils sont valorisés dans le cadre d'une indication géographique. Cette huile possède une bonne image au niveau national car elle est issue d'une culture extensive et respectueuse de l'environnement avec un prix élevé qui peut assurer un revenu confortable pour les familles rurales. En Algérie, l'oléiculture est considérée comme une culture

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

ancestrale qui s'est largement diffusée au temps de l'empire romain puis généralisée dans toute la Numidie.

Avec la disparition de l'empire romain, cette culture s'est déclinée dans les centres urbains mais s'est maintenue, sous forme de culture vivrière, dans les régions montagneuses (Kabylie et Aurès).

On peut distinguer deux types de système de production dans cette filière qu'on peut identifier via un élément important qui est la profondeur historique : le système traditionnel, qui est le plus dominant, et le système moderne,

III.1. Le système traditionnel

L'oléiculture traditionnelle s'étend principalement sur les régions montagneuses défavorisées : Kabylie, Sétif, Constantine, Guelma et Tlemcen. Elle occupe près de 90% des vergers nationaux. Dans ce type de système, les conditions de production sont pénibles vu le relief montagnard de ces régions avec une forte déclivité, une pauvreté de sols, une faible accessibilité.... Aujourd'hui, le verger oléicole traditionnel occupe seulement 1.3% des SAU. Plus de 70% de ces exploitations sont des petites fermes de superficies inférieures à 5ha et, généralement, de type familial. Le rendement diminue pour différentes raisons telles que : l'exode rural, le désintérêt des jeunes, l'absence de l'irrigation et de la fertilisation chimique et l'abandon de plusieurs zones agricoles.

- **Le fonctionnement de la filière :** Le fonctionnement de cette filière est simple et suit ces étapes, :
 - La cueillette qui se fait à nos jours à la main par les paysans (les femmes, les hommes et parfois les jeunes). Elle constitue un loisir pour les paysans tout en étant une source d'huile destinée à leur propre consommation, généralement, et à la commercialisation, plus rarement;
 - Le transport des olives récoltées qui se fait dans des conditions difficiles en raison du manque des routes, du relief montagneux, des chemins escarpés et difficulté d'accessibilité aux champs ;
 - La transformation des olives aux huileries traditionnelles pour la trituration.

90% des huiles commercialisées prend le circuit informel, le reste se fait sous forme de distribution structurée en très petites quantités. La vente en détail se fait dans les huileries et parfois même par des familles, quant aux ventes en gros, elles se font en vrac au niveau des huileries. Ces huiles sont parfois mélangées à d'autres huiles végétales qui ne sont pas chères pour augmenter les quantités bien que cela influence sur la qualité.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Dans cette oléiculture traditionnelle, trois variétés d'oliviers produisent des huiles ayant des caractéristiques particulières:

- La variété CHEMLAL de Kabylie : 30% des superficies totales et 44% des terres destinées à l'huile d'olive. Cette variété locale, donc rustique, ne nécessite pas de gros moyens pour son maintien. Elle est la plus répandue en Kabylie, dans l'Atlas Blidéen, dans la Mitidja et dans la région des Bibans. Elle est très estimée pour la fabrication de l'huile de bonne qualité ;
- Les variétés AZERADJ et BOUCHOUK: elles accompagnent les peuplements de CHEMLAL et permettent la pollinisation ;
- La variété ABERKANE: elle est répandue dans la région de Seddouk (Bejaia) et donne des résultats satisfaisants en huileries.

III.2. Le système moderne

L'oléiculture moderne représente uniquement 10% du verger national. Ce système s'étend principalement le long des anciens domaines coloniaux : 38% des olivettes de Maillot, Mitidja et Chlef, 60 à 70% des olivettes du Constantinois, Guelma et Annaba, 90% à Mostaganem, 80% à Mascara et 98% à Sidi Bel-Abbès. Les olives cueillies dans ces oliveraies de type moderne sont principalement destinées à la production des olives de tables. Ces oliveraies modernes sont implantées essentiellement à l'Ouest du pays, notamment à SIG. Cette filière est dominée par deux types de variétés:

- **La SIGOISE**, dérive de la Picholine française, appréciée pour sa qualité d'olive de table. Elle est à l'origine de la majeure partie des olives de conserve destinées à la consommation locale et aux exportations.
- **La SEVILLANCE** ou **GORDAL**, originaire d'Espagne, est aussi une olive de table qui donne de gros fruits.

III.3. Les performances du secteur oléicole national

Comme on a déjà dit, l'oléiculture algérienne est la moins compétitive du bassin méditerranéen pour des raisons à la fois historiques, institutionnelles et politiques. En 1940, le chef de service de l'arboriculture, Mr. REBOUR, soulignait que l'Algérie est incapable d'accroître son verger oléicole contrairement à la Tunisie qui a pu le faire malgré les conditions pénibles. La production oléicole a régulièrement diminué pour plusieurs raisons :

- Le phénomène de l'insécurité,
- L'absence de soins et de renouvellement des vergers,
- La forte concurrence des autres huiles végétales ;

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

- L'abandon de l'oléiculture en raison de l'exode rural.

Dans les zones montagneuses, l'oléiculture est devenue un produit de cueillette plus qu'une denrée culturelle. C'est une source d'aide pour les familles rurales pratiquant une agriculture de subsistance. Selon le Ministère de l'agriculture, depuis plus d'un siècle, les surfaces oléicoles cultivées ont à peine pu être doublées et sont passées de 100 000 ha, en 1900, à 263 000 ha, en 2006. Le même constat peut être fait actuellement et les mêmes causes sont responsables de la situation de crise actuelle de l'oléiculture algérienne. Grâce aux derniers programmes de développement rural, la surface occupée par l'oléiculture a augmenté de 100 000 ha en 7 ans seulement. La production d'huile d'olive n'a pas suivi l'augmentation des surfaces cultivées et a même baissé entre 1996 (50000 tonnes) et 2006 (35 000 tonnes) avant de se stabiliser autour de 45 000 tonnes, en 2010.

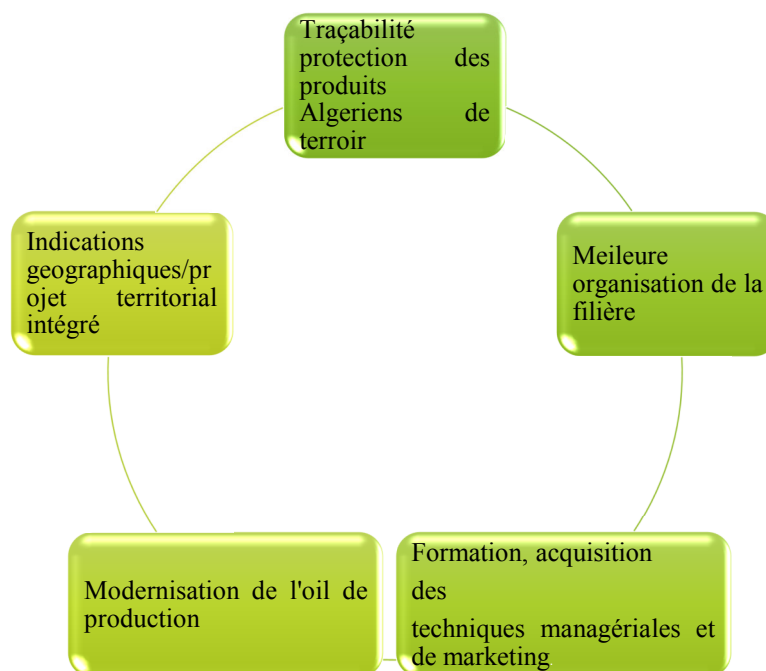
II. La labellisation de l'huile d'olive Algérienne

La politique européenne s'est progressivement orientée vers les démarches de qualité, avec l'instauration du règlement sur les indications géographiques. Plusieurs raisons ont incité les pays européens à orienter leurs politiques vers la qualité (Angles, 2007):

- La crise de l'oléiculture depuis les années 1960,
- L'augmentation des coûts de production et la diminution de la rentabilité,
- La forte concurrence des huiles végétales,
- La réaction des petits producteurs de vouloir se différencier face aux grands groupes de conditionnement et de distribution (Sanz Cañada, 2009),
- La volonté de valoriser les territoires marginalisés ou une grande partie des oliviers s'étend (petites exploitations, main-d'œuvre familiale.),
- L'exigence croissante du consommateur en termes de qualité, etc.

Figure N°33 : Les étapes d'un processus alternatif et territorial de labellisation par les indications géographiques des huiles d'olive en Algérie :

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation



Source : HADJOU L, LAMANI O, CHERIET F (2013), « Labellisation des huiles d'olive algériennes : contraintes et opportunités du processus ».

VI.1. Les objectifs recherchés par la démarche de la labellisation

Ce processus est basé sur cinq objectifs principaux que la démarche de labellisation devrait prendre en compte :

1) Le premier objectif : l'opportunité de modernisation de l'outil de production est le premier objectif qui doit être recherché par ce processus de labellisation. Cette modernisation est absolument nécessaire pour :

- Améliorer la qualité à travers des conditions de récolte, de transformation et de conditionnement plus conformes aux normes internationales.
- La mise à niveau de toutes les étapes du processus de production de l'huile d'olive dans le processus de l'oléiculture traditionnelle, car ce dernier a besoin d'être rénové comme on l'a dit précédemment,
- Le suivi régulier des techniques de taille, de labour, de traitement biologique et d'irrigation est nécessaire au niveau des exploitations.

Des efforts sont nécessaires pour :

- La réduction de morcellement des terres,
- L'amélioration des dessertes dans les zones peu accessibles,
- La récupération des exploitations abandonnées,
- Le renouvellement du verger avec le respect des critères de densité et de régularité.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Tous ces objectifs peuvent être réalisés mais cela nécessite des subventions de l'État/collectivités territoriales pour compenser le manque à gagner et le temps nécessaire à la régénération des vergers.

Dans la phase de transformation, les aides à la modernisation de l'outil de production doivent être intensifiées. Bien que le PNDAR ait déjà entamé ce processus, il reste beaucoup à faire vu que 80% des huileries sont de type traditionnel. Cependant, l'acquisition d'un matériel moderne doit être accompagnée d'une formation des employés qui souffrent d'un déficit de maîtrise des techniques de trituration pour garantir la qualité de la transformation. Donc, la formation doit être prise en compte. Le cas des AOP espagnoles montre que le respect de toutes ces étapes est loin de suffire, encore faut-il une maîtrise du processus de conditionnement. Les oléiculteurs ne profitent pas de la valeur ajoutée des huiles vendues car ces ventes se font en vrac.

2) Le deuxième objectif : Il doit viser une meilleure organisation de la filière et de ses acteurs principaux : oléiculteurs, transformateurs, conditionneurs et distributeurs. En Algérie, la filière oléicole est peu organisée à cause du manque d'expérience dans le domaine et aux intérêts divergents des acteurs. Les exploitants ont gardé une mauvaise image de l'organisation collective des anciennes coopératives publiques. Afin de faciliter le dialogue et de promouvoir les avantages potentiels des organisations agricoles, l'État, les collectivités territoriales, les agents médias, la chambre d'agriculture, les instituts de l'olivier et université... doivent s'impliquer. Le processus de labellisation est une démarche territoriale qui doit être portée par les organisations de producteurs et ensuite soutenue par les services de l'État. Donc, pour que cette démarche soit réalisée, ces organisations doivent être présentes et leur absence pourrait, comme c'est déjà le cas, amener l'État à porter le projet de labellisation dans une démarche verticale.

3) Le troisième objectif : Cet objectif s'articule autour du triptyque, formation, acquisition des techniques managériales et de marketing. Le cas des AOP espagnoles est assez significatif sur ce plan, (Lamani 2013). Pour les petits producteurs et distributeurs, se faire une place sur le marché et faire face à la forte concurrence des grands groupes et des marques de la grande distribution n'est pas facile et pour améliorer la communication, le packaging et le positionnement dans le marché un accompagnement spécifique doit être fait. Pour accélérer le développement et la notoriété des AOP, de forts investissements dans les structures commerciales sont indispensables. Dans ce contexte, (Fort 2012) note que la plupart des démarches de labellisation se situent au niveau de l'identification et de la certification du produit, mais peu sur les critères de faisabilité commerciale et de marché. Pour le cas de l'Algérie, où l'oléiculture de forme traditionnelle est dominante avec peu d'expérience dans ces domaines, une formation pour ces techniques est nécessaire et doit être

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

dirigée par des professionnels pour aider les oléiculteurs à construire une véritable stratégie de marché.

4) Le quatrième objectif : Il vise l'amélioration de la traçabilité qui est une condition indispensable pour attirer et fidéliser les consommateurs et protéger les produits de terroir algériens. À court terme, la certification des huiles d'olive algériennes devra être envisagée comme un outil de protection des savoir-faire et du patrimoine des communautés locales contre toute usurpation d'identité, le cas des dattes Deglet Nour, objet de conflit entre l'Algérie et la Tunisie. (HADJOU. L, LAMANI. O, CHERIET. F 2013).

La labellisation doit s'inscrire dans le cadre d'un projet de développement local impliquant tous les acteurs institutionnels et la société civile.

Le terroir algérien possède, certainement, des caractéristiques qui sont des atouts telles que l'originalité, la diversité des terroirs : grande Kabylie, petites Kabylie, Aurès, Tlemcen...La profondeur de leurs histoires et cultures, ainsi que les savoir-faire spécifiques, doivent nécessairement être valoriser et associer directement aux produits de terroir. Pour répondre aux exigences du consommateur intéressé par les indications géographiques, ce lien entre produit, culture et environnement demeure important et nécessaire. Les huiles algériennes, telles que les huiles d'olive de Kabylie, ont réussi à acquérir une notoriété nationale. La qualité est perçue par le consommateur, mais il est nécessaire que l'acte de consommation s'accompagne de la découverte d'une culture spécifique ou d'un patrimoine local (Marchesnay, 2001). Dans ce sens, la valorisation de ce produit ainsi que d'autres produits traditionnels comme les produits de l'artisanat (le tapis, la poterie, la bijouterie, la robe kabyle...) et le secteur touristique doivent être promus en même temps que les indications géographiques.(HADJOU. L et al. 2013), dans leur article sur la labellisation d'huile d'olive en Algérie, mentionnent qu'il existe déjà des exemples de réussite comme la mise en place des routes de l'olivier (à Nyon en France) qui associent paysage, culture et art de vivre (gastronomie locale), patrimoine (moulins traditionnels, méthodes de fabrications...etc.) et produits de qualité (AOP). Les terroirs oléicoles algériens disposent de ce point de vue d'un patrimoine (en ruine) à valoriser, comme les anciens moulins berbères et romains.

5) Le cinquième objectif : Ce dernier objectif doit associer les indications géographiques à un projet territorial dans la perspective de développement du marché local et international. Comme (Fort 2012) le souligne, les démarches de labellisation dans les pays en développement affichent pour objectif principal le marché d'exportation, comme l'Algérie qui cherche à diversifier ses exportations hors hydrocarbures, via le développement de la filière oléicole, entre autres, ce qui nécessite un processus long et coûteux pour que ces produits trouvent une place dans le marché

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

mondial. Dans le cas actuel, la notoriété des huiles d'olive algériennes ne dépasse pas ses frontières (hors diaspora établie à l'étranger) pire encore, les potentialités du marché local sont négligées alors qu'il peut être porteur avec l'augmentation du pouvoir d'achat, l'amélioration du circuit de distribution et le besoin d'identification culturelle face à la concurrence omniprésente internationale.

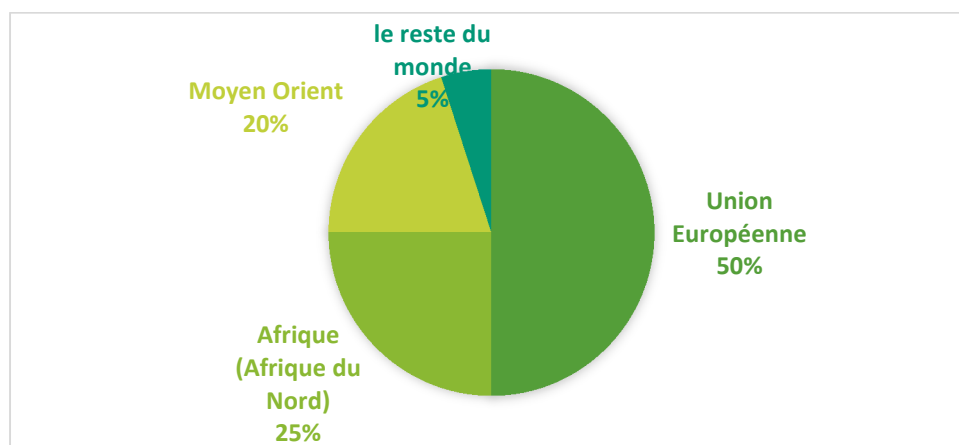
Section 03 : La place économique de l'huile d'olive dans le marché

Le secteur oléicole est un des secteurs principaux de l'économie, en général, et de l'agriculture, en particulier. Il vise à créer de l'emploi, assurer une autonomie alimentaire et équilibrer la balance du paiement.

I. Répartition de l'olivier dans le monde

Les vergers de l'olivier couvrent une surface totale d'environ 11 millions d'hectares. La figure suivante montre la répartition de l'olivier à travers le monde.

Figure N° 34: Répartition de l'olivier dans le monde :



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données du COI.

L'Union européenne possède 50 % de ce verger, suivi par l'Afrique (Afrique du Nord) avec 25 %, le Moyen-Orient avec 20 %, le reste est réparti entre l'Amérique (Californie, Chili, Argentine...), l'Australie et la Chine. Le type traditionnel est dominant avec plus de 82 % de ces vergers : plus 50 % sont situés en Europe et près de 29 % en Afrique / Moyen-Orient.

II. Production mondiale de l'huile d'olive

Les deux dernières récoltes successives en 2018-2019 ont été importantes. L'huile d'olive a été produite en grandes quantités entraînant un grave déséquilibre, entre l'offre et la demande, sur le marché international alors que le niveau de stock était déjà élevé. En effet, à fin décembre 2019, la Commission Européenne a estimé à 3,121 millions de tonnes la production mondiale d'huile d'olive pour la campagne 2019/2020. L'Union Européenne reste le premier producteur avec 70% de la

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

production mondiale. Les perspectives de la production dans l'UE devraient atteindre environ 1,989 millions de tonnes d'huile d'olive pour la campagne 2019/2020 enregistrant ainsi une baisse de 12% par rapport à la campagne 2018/2019 (2,264 millions de tonnes) (Tableau N° 06). En ce qui concerne les autres zones géographiques - en dehors de l'UE – la Commission Européenne estime à environ 1,133 millions de tonnes la production totale enregistrant une hausse de 24% par rapport à la campagne précédente, et ce, due principalement à la hausse de la production en Tunisie avec 300 mille tonnes (+150%), la Turquie avec 225 milles tonnes (+16%) et 608 milles tonnes d'huile d'olive pour le reste des pays producteurs (601 milles tonnes en 2018/2019).

Tableau N° 09: Production mondiale de l'huile d'olive en 1000 tonnes

Production	2015-2016	2016-2017 en 1000 T	2017-2018 en 1000 T	2018-2019 en 1000 T	2019/2020 en 1000 T
Espagne	1403.3	1 290.6	1266.1	1790	1230
Grèce	320	195	346	120	300
Italie	474.6	182.3	428.9	174	322
Portugal	61	69.4	134	100	120
Maroc	120	110	140	200	145
Tunisie	340	100	280	140	350
Algérie	82	63	82.5	97	82
Turquie	150	178	263	194	225
Production mondiale	3176.5	2561.5	3314	3892	3121
TOTAL	6127.4	4749.8	6254.5	6707	5895

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données du COI², 2018

Comme il a été dit précédemment, la production d'huile d'olive a toujours été concentrée dans les pays du bassin méditerranéen : l'Espagne est, depuis 2015, à la tête des producteurs d'huile d'olive (comme le montre le tableau ci-dessus). Elle est suivie par l'Italie et la Grèce puis par la Tunisie, le Maroc et l'Algérie qui est classée 7^{ème} parmi les 08 premiers producteurs mondiaux.

III. Consommation mondiale d'huile d'olive

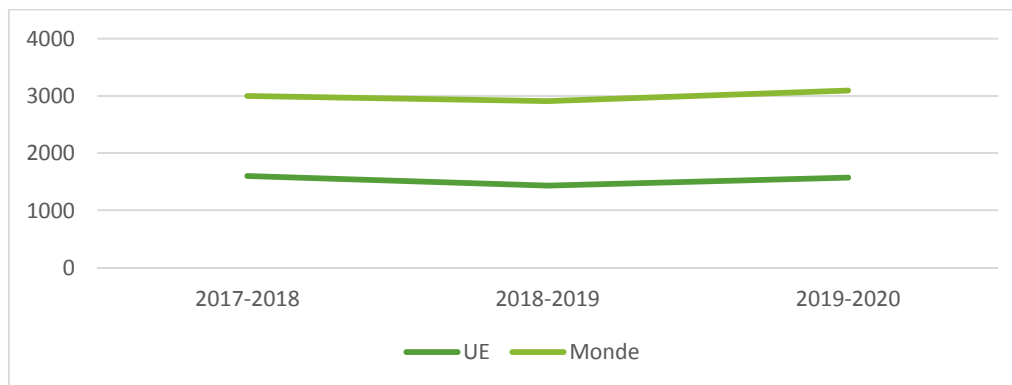
Selon le COI, la consommation mondiale a atteint 3 millions de tonnes en 2017-2018 puis a enregistré une légère hausse de 6% (passant de 2909 milles tonnes en 2018/2019 à 3094 milles tonnes) en 2019/2020.

²Conseil Oléicole International : c'est l'organisme qui sert de référence concernant la description et la qualité de l'huile d'olive pour sa commercialisation.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

La figure ci-après représente la consommation d'huile d'olive dans le monde et dans l'UE durant les trois dernières campagnes.

Figure N°35 : Évolution de la consommation mondiale de l'huile d'olive.



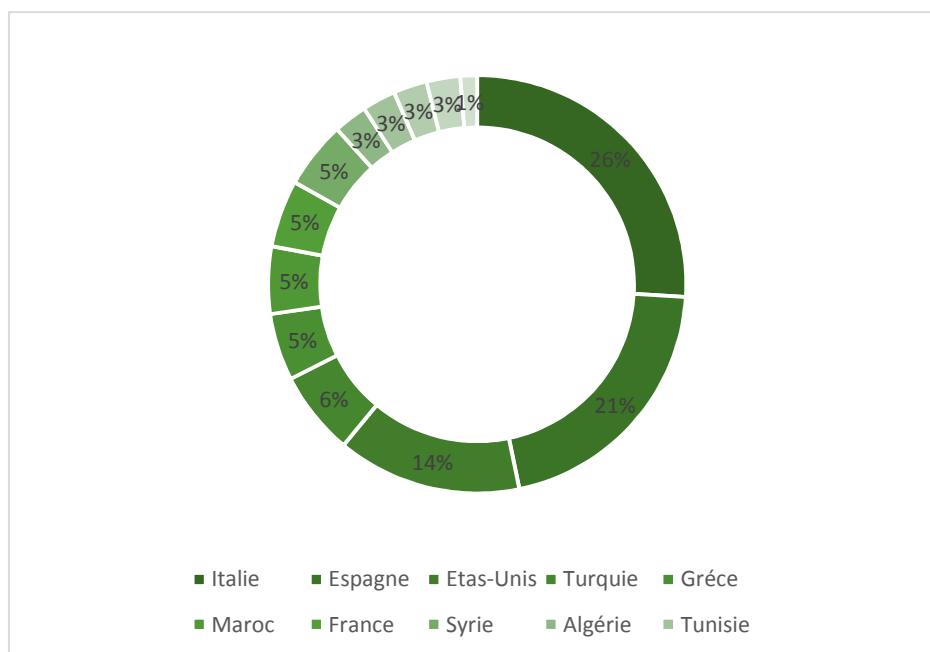
Source : Réalisé par nous-même sur la base des données du COI 2020.

Selon le COI, la consommation mondiale d'huile d'olive a augmenté d'une manière générale de plus d'un million de tonnes, passant de 1.8 millions de tonnes au début des années 90 à plus de 3 millions de tonnes en 2016. Le directeur exécutif de COI « GHEDIRA Abdellatif » déclare que : « il existe un équilibre substantiel entre la production et la consommation d'huile d'olive dans le monde mais nous devons produire plus l'huile d'olive extra vierge. La demande de produit de qualité augmente dans le monde entier, donc nous devons tout faire pour aider les pays membres du COI à répondre à cette demande».

Les principaux consommateurs d'huile d'olive sont les membres de COI bien que, durant la campagne 2017-2018, les États-Unis arrivent en tête avec plus de 300 mille tonnes/ an sans en être membre et devient durant les quatre dernières campagnes le premier marché d'huile d'olive ciblé pour l'export, suivi par le Brésil avec 60 mille tonnes et le Canada avec 39.5 tonnes. Les pays membres du COI commençant par les pays de l'UE avec l'Italie (plus de 557 mille tonnes d'huile consommée) puis l'Espagne (avec 470 mille tonnes de consommation). Pour les pays hors l'UE, la Turquie consomme environs 160 mille tonnes suivie par le Maroc avec plus de 120 mille tonnes. En Asie, les plus grands consommateurs d'huile d'olive sont le Japon (55 mille tonnes), la Chine (45 mille tonnes) et au Moyen-Orient, l'Arabie saoudite qui consomme près de 20 mille tonnes. Selon le COI l'Algérie est classée troisième pays consommateur d'huile d'olive dans le monde arabe. La figure suivante représente une comparaison entre les deux campagnes oléicoles 2014 et 2018 avec le classement des pays consommateurs.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Figure N° 36 : La part de consommation d'huile d'olive par pays (Moyenne 2014-2018) :



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données COI2018.

Entre les deux campagnes oléicoles 2014-2018, l'Italie, l'Espagne et la Grèce totalisent en moyenne près de 39% de la consommation mondiale de l'huile d'olive. Les autres pays du bassin méditerranéen: la Turquie avec 5% de la consommation mondiale (plus de 140 000 tonnes), le Maroc avec plus de 120 000 tonnes et la Syrie avec plus de 100 000 tonnes et enfin l'Algérie avec une moyenne de consommation de plus de 84 000 tonnes.

L'huile d'olive algérienne (de la Kabylie), bien que considérée comme étant une huile de très bonne qualité d'après de nombreux consommateurs, n'arrive pas à être appréciée de la même façon par le marché international qui la considère comme étant très acide. Après notre recherche bibliographique, nous avons fait une petite investigation sur le terrain pour connaître la cause de ce taux élevé et savoir quelle étape est mal respectée par les producteurs. Nos constatations montrent que ce problème est fortement lié aux conditions et à la durée de stockage. Ce défaut est également lié à la conduite culturale du verger oléicole (travail du sol, entretien, irrigation, nature du sol, etc.) et aussi au mauvais conditionnement. En effet, l'huile est le plus souvent conservée dans des bouteilles ou des bidons en plastique pour des raisons de disponibilité et de prix de ce type d'emballage.

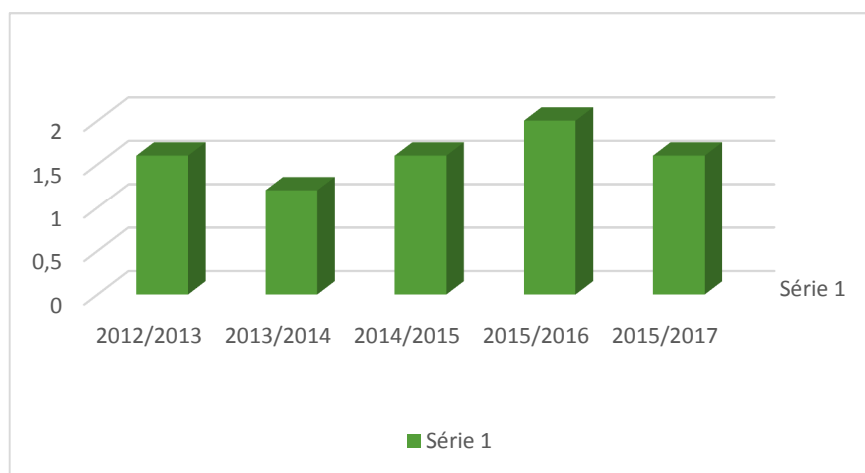
Jusqu'à ces dernières années, aucune réelle démarche de construction de la qualité ou de qualification du produit et de ses vertus n'a été faite. Le produit Huile d'olive commence, néanmoins, à regagner sa place sur les tables et dans les cuisines des consommateurs, aussi bien au niveau local qu'au niveau national (et même international). Les problèmes de qualité commencent

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

également à se poser progressivement et les marchés à se segmenter. Sahli. Z, (2009)note quel'État, à travers son plan de développement et des soutiens apportés à la phase agricole mais aussi à la phase transformation, encourage le plein épanouissement de la filière et le développement des conditions de production. Des efforts sont actuellement faits dans le domaine de la recherche – développement (au niveau de l'ITAF, essentiellement). Un projet de labellisation est inscrit au niveau des instances publiques. L'IAFV a été chargée de piloter ce processus.

La figure suivante illustre la consommation d'huile d'olive par habitant en Algérie :

Figure N° 37 : La consommation d'huile d'olive par habitant en Algérie.



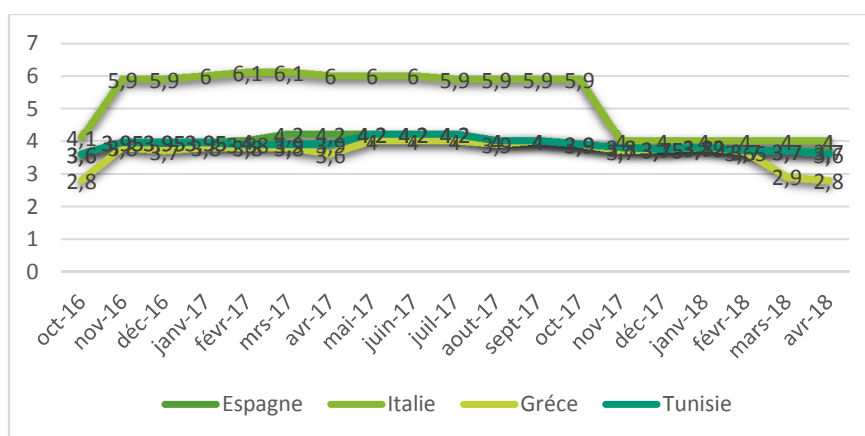
Source : Réalisé par nous-même sur la base des données COI ; 2018.

- Les prix d'huiles d'olive

En 2018, l'huile d'olive extra vierge a subi des variations dans son prix à la production : en Espagne, le prix a été fixé à 2.99 Euro/Kg, alors en octobre 2017 il a été à 3.17Euro/Kg. En Italie, le prix a été estimé à 4.06Euro/KG, en Grèce également le prix a chuté à 2.78 Euro/Kg. En Tunisie, son prix a atteint 3.43 Euro/Kg avec une diminution de 19% par rapport à avril 2017.

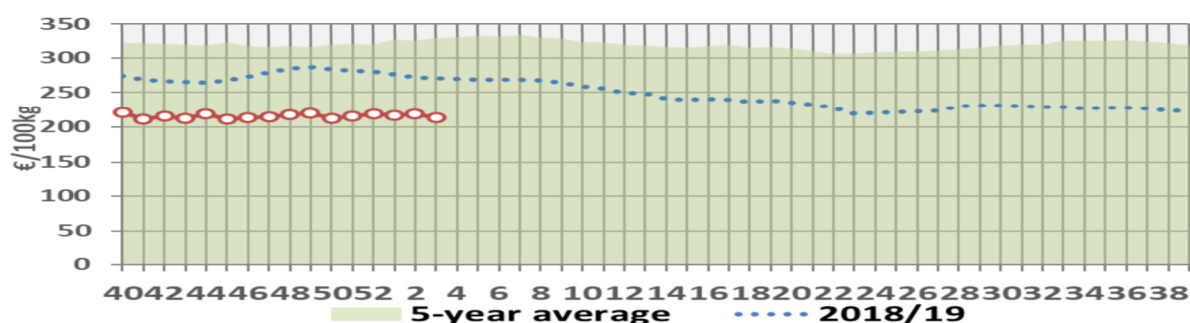
Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Figure N°38: Les prix mensuels de l'huile d'olive extra vierge à la production d'octobre 2017-avril 2018 en euro/kg.



Source :Réalisé par nous-même sur la base des données du COI2018.

Figure N°39 : Prix à la production de l'huile d'olive vierge extra en Espagne (par semaine)



Source : Commission européenne 2019.

IV. Les exportations et les importations mondiales d'huile d'olive

Les exportateurs sont les suivants :

IV.1. Les exportations

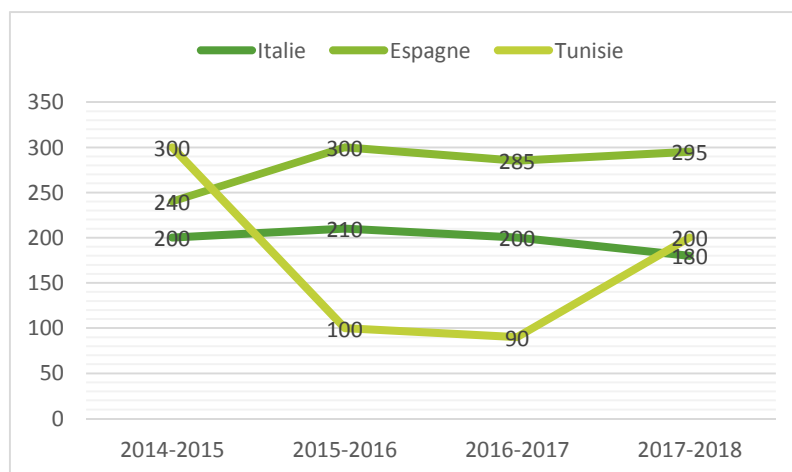
D'une manière générale, les principaux pays producteurs sont aussi les principaux exportateurs, sauf dans le cas où la production est autoconsommée. Les principaux pays exportateurs d'huile d'olive dans le monde sont l'Italie, l'Espagne et la Tunisie vu qu'ils sont les producteurs principaux dans le monde. L'huile d'olive tunisienne a pu conquérir de par sa qualité plusieurs destinations au Moyen Orient, en Asie, en Afrique, en Australie et en Amérique du sud. Plus de 70% des exportations mondiales vient de ces trois pays, lors de la campagne 2017-2018. L'Italie et l'Espagne totalisent 50% des exportations d'huile d'olive. Ces principaux pays sont

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

suivis d'un groupe de cinq nouveaux exportateurs : Argentine, Portugal, Turquie, Syrie et Maroc (20% des exportations durant la même campagne oléicole vient de ces pays).

Le graphe suivant illustre les variations des exportations d'huile d'olive :

Figure N° 40 : Évolution des exportations par pays (1000 tonnes).



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données du COI, 2018.

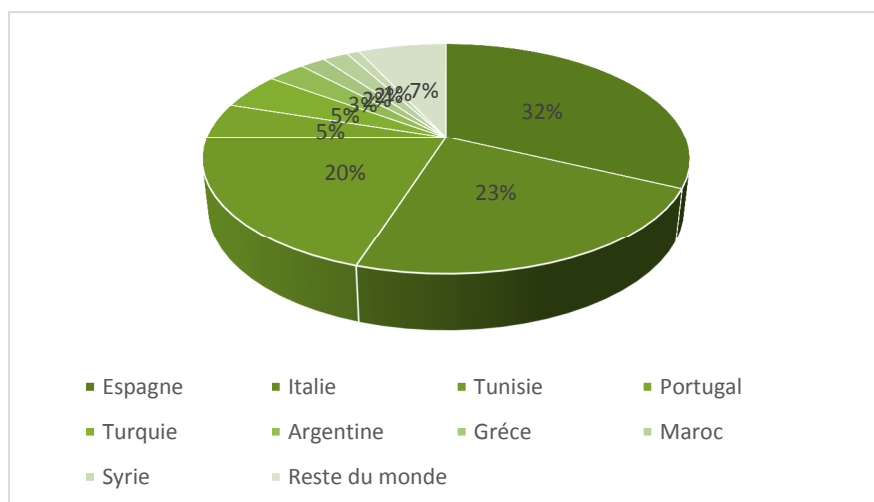
Les exportations varient selon la production des pays ainsi que le volume autoconsommé. D'après le graphe, l'Espagne occupe la première place en matière d'exportation suivie par l'Italie. Les quantités exportées ont augmenté durant les dernières années(2015-2017), sauf pour la Tunisie dont le volume a régressé de 22% conduisant à son déclassement du premier exportateur mondial au troisième puis regagne sa place durant la période 2017-2018. L'Italie et l'Espagne, malgré le niveau d'exportation qui dépend de la production locale, maintiennent la réponse aux exportations et à la demande mondiale au même niveau grâce aux politiques commerciales mené par l'UE.

Selon les données de COI 2018, plus de 90% de ces exportations viennent du pourtour méditerranéen.

Leur répartition est illustrée dans la figure N°41.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Figure N° 41 : La part des exportations d'huile d'olive par pays (moyenne 2014-2018) ;



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données du COI, 2018.

Selon le graphe, 62% des exportations oléicole mondiale vient du l'UE, suivie par la Tunisie avec 20%, la Turquie avec 5%, 3% par l'Argentine et puis le Maroc et la Grèce qui participent uniquement avec 2% des exportations mondiales.

Pour l'huile d'olive Algérienne, selon (Sahli .Z), il n'existe pas de circuit de commercialisation organisé. C'est un circuit simple basé essentiellement sur les connaissances, la marque de garantie et la confiance. L'huile est directement vendue aux intéressés par l'huilerie elle-même ou par des organisations coopératives locales affiliées à la Coopolive, sinon, lorsque la compagnie oléicole se termine les huiles se vendent sur des marché hebdomadaires (souks) ou dans les huileries qui se transforment en boutiques de vente en dehors de la période de trituration.

Le prix de vente du litre d'huile est excessivement cher selon les acheteurs ; il dépasse parfois les 800 DA/L au détail (il varie de 600 DA/L à 1000 DA/L). Au niveau de l'huilerie, on le trouve à niveau de 650 – 850 DA/L (ce prix est destiné seulement aux clients potentiels).

Le marché de l'huile d'olive reste tout de même un marché porteur.

Des tentatives d'exportation de l'huile d'olive ont été faites récemment par une entreprise privée dans la région de Kabylie (IFRI OLIVE basée dans la wilaya de Bejaia), mais avec des volumes d'exportation peu importants (la pénétration du marché international commence avec de petits lots).

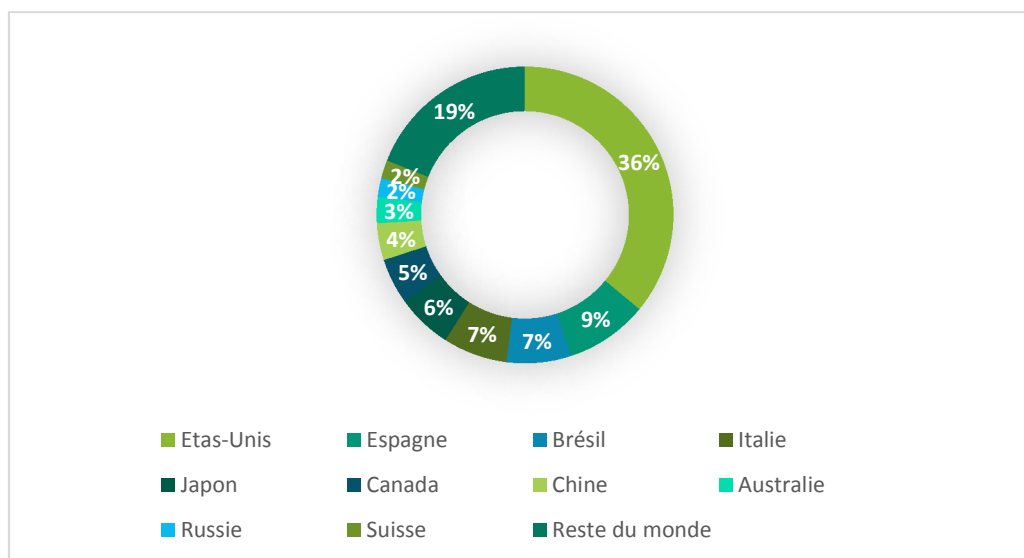
IV.2. Les importations

Les importations mondiales d'huiles vont en parallèle avec les exportations.

Le graphe qui suit illustre l'augmentation des importations durant la dernière période 2014-2018.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Figure N° 42 : Les pays importateurs d'huile d'olive 2014-2018



Source : Réalisé par nous-mêmes à base des données du COI, 2018.

D'après le graphe, l'Espagne et l'Italie sont à la fois parmi les premier importateurs et exportateurs d'huile d'olive. Il faut signaler que l'UE est un importateur important d'huile d'olive après les USA qui occupent la première place dans les importations mondiales avec 36% (310 500 en 2018 tonnes selon les COI),suivis par le Brésil avec 7%, le Japon avec 6% et le Canada avec 5%.

Depuis 2008, la Chine apparait sur le marché mondial d'huile d'olive avec un taux 4% du totales des importations mondiales. Ce pourcentage ne cesse d'augmenter depuis son apparition passant de 12 000 tonnes en 2008 à 40 000 tonnes en 2018, selon le COI. La grande partie de ses importations vient de l'Espagne avec 60%, suivie par l'Italie avec 24%, 6% de la Grèce et 2% de la Tunisie.

IV.3.L'importance économique de l'huile d'olive sous l'indication géographique

En 1992, la réglementation européenne a été ratifiée sur les indications géographiques. Les demandes des pays membres de labelliser leurs huiles d'olives prennent rapidement de l'ampleur. L'Italie, en raison de la qualité de ses huiles d'olives et du dynamisme de ses milieux oléicoles, a obtenu le plus grand nombre d'AOP (42AOP) (dans les Pouilles, en Sicile, en Campanie, en Calabre, en Lombardie, en Émilie-Romagne, en Vénétie, en Ombrie, dans les Marches, en Molise et dans la région de Trieste) et une IGP (Angles,2007).C'est un pays qui affirme ces choix à travers la différenciation de ces produits. Environ 8% de sa superficie oléicole est dédiée à l'oléiculture sous appellations d'origine.

Le tableau suivant montre les IG oléicoles enregistrées sur le registre européen :

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Tableau N°10 : Signes officiels de qualité enregistrés sur le registre le registre européen par les premiers pays producteurs

	Nombre d'AOP	Production AOP/ Production nationale oléicole	Surface AOP/ Surface nationale oléicole
Italie	42 AOP/ 1 IGP	2.5%	8%
Grèce	18 AOP/ 11 IGP		2%
Espagne	26 AOP	2.5%	631 000 Ha AOP
France	7 AOP	22%	24%
Portugal	6 AOP		

Source : Lamani O. 2014 dans son article « Quelle démarche locale de valorisation de l'huile d'olive de Beni-Maouche en Kabylie ».

Malgré la première place qu'occupe l'Espagne dans la production oléicole mondiale et la bonne réputation que ses huiles possèdent, ce pays ne dispose que de 18 AOP et 11 IGP (en Andalousie, en Catalogne, en Estrémadure, en Castille-La Manche, en Aragon, dans les îles Baléares...etc.) ce qui est insuffisant.

Quant à la France, en dépit de sa faible production, elle a réussi à avoir 7 AOP (Nyons, la Vallée des Baux, Haute Provence, Nice, Aix-en-Provence, Corse et Nîmes). Elle compte 22% de sa production oléicole sous appellation et couvre 24% de sa superficie oléicole. Grâce à une organisation efficace de ces producteurs et la spécificité de ses huiles, le processus de valorisation a été facile. Le Portugal, dans le but de protéger ses huiles d'olive, surtout dans les zones défavorisées, a opté pour les démarches de labellisation. 6AOP ont été acquis (Alentejo, Santarem, Portalegre, Castelo Branco, Guarda). Une dizaine de nouvelles demandes de certification sont en cours d'examen. Pour l'Algérie, malgré la pression exercée par certains milieux agricoles et la présence d'un cadre juridique qui date de 1976, la labellisation de ses huiles d'olive a tardé à aboutir (Sahli. Z, 2009) et la variété de ses huiles d'olive qui a une bonne image au niveau national n'a pas suffi pour obtenir un label. Une démarche d'identification et de valorisation a été lancée récemment, dans le cadre du programme de labellisation de l'huile d'olive d'ACHBALI NATH GHOVRI qui regroupe les deux régions de Bouzeguene et Azazga (que nous allons bien détailler dans le prochain chapitre), pour laquelle une suite favorable a été accordée en date de 20/11/2018mais les résultats n'ont toujours pas vu le jour. Les nouvelles politiques agricoles et rurales de ces pays tentent néanmoins de rattraper le retard, en favorisant l'émergence d'initiatives locales de valorisation de la qualité de l'huile d'olive par les indications géographiques.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

V. L'huile d'olive et la santé

Selon un groupe de chercheurs, l'huile d'olive possède un ensemble de bienfaits sur la santé. Cette denrée s'avère bénéfique dans les points suivants:

1. Le phénomène de vieillissement de la population duquel les pays développés souffrent et certaines pathologies liées à ce phénomène tels que :l'athérosclérose, les maladies d'Alzheimer, le diabète, le cancer...l'huile d'olive joue un rôle protecteur contre la détérioration cognitive liée au vieillissement dû à la maladie d'Alzheimer.
2. L'incidence du cancer dans les pays méditerranéens est moindre par rapport aux autres pays. L'huile d'olive vierge et extra vierge sont les sources principales de matière grasse et l'élément phare de la cuisine méditerranéenne telle qu'en Espagne, Italie, Grèce et également en région de Kabylie, en Algérie. Cette huile fait l'effet d'un anti-inflammatoire ou unantioxydant qui bloque le cycle de développement des cellules cancéreuses et contribue à leur mort rapide sans affecter les cellules saines.
3. La diminution de risques d'apparition de pathologies cardiovasculaires, démontrée par un nombre d'études épidémiologiques. Selon une autre étude faite récemment en Espagne, l'huile d'olive diminue également les principaux facteurs de risques cardiovasculaires par la consommation d'au moins quatre cuillères à soupe d'huile d'olive par jour. Elle permet aussi de réduire le stress, de vivre plus longtemps et de vieillir en meilleure santé.

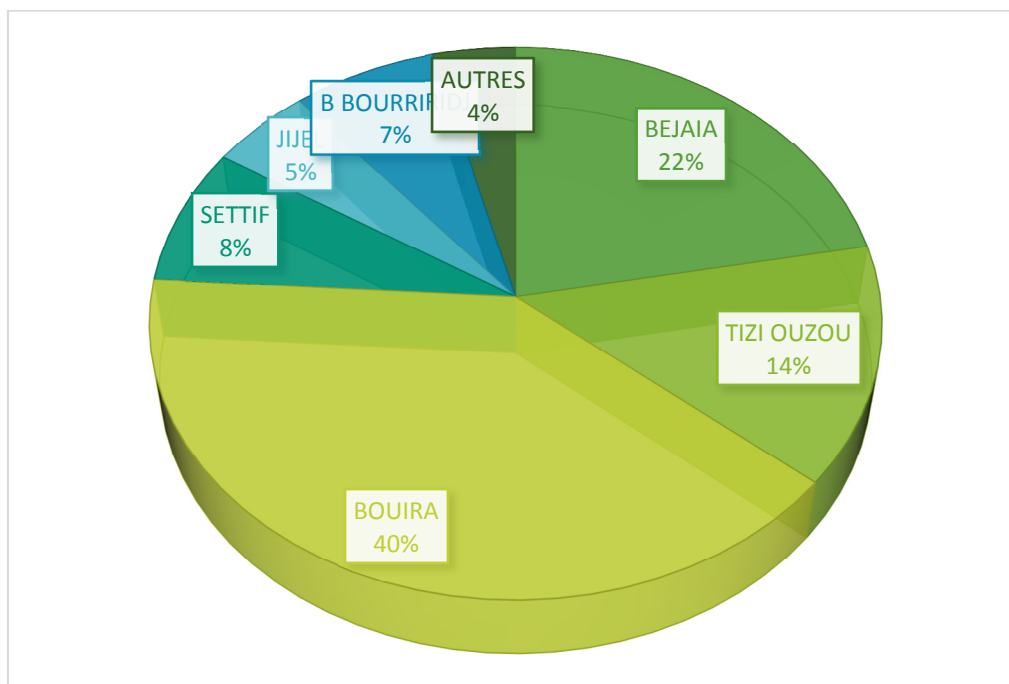
Ces dernières années, l'huile d'olive est devenue l'une des huiles végétales les plus utilisées en cuisine dans le monde entier. Il faut, de plus, noter que les bienfaits de ce produit ne se limitent pas à la santé mais est aussi utilisé comme produit de beauté, vu sa richesse en acide gras essentiels bons pour la peau. Sa richesse en vitamine A et D permet d'assouplir celle-ci, de la nourrir et de lui donner une meilleure qualité d'hydratation en y retenant l'eau. Aussi, sa richesse en vitamine E, qui est une vitamine antioxydante, permet à la peau de vieillir moins vite.

VI. L'importance économiques de l'huile d'olive en Algérie

Malgré la place importante qu'occupe l'Algérie, la filière oléicole algérienne est l'une des moins compétitives en Méditerranée. Elle a bénéficié de peu d'initiatives de modernisation ; l'irrigation, la mécanisation et la fertilisation y sont ainsi faiblement répandues. L'huile d'olive algérienne affiche, cependant, quelques atouts qui peuvent se révéler porteurs s'ils sont valorisés dans le cadre d'une indication géographique tels que les vergers qui s'étendent principalement dans les terroirs de montagne(80%), (**Lamara HADJOU, Ouassila LAMANI, Foued CHERIET 2013**).

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Figure N°43 : Répartition des zones géographiques de l'oléiculture algérienne :



Source : Réalisé par nous-même à base des données du MADR 2018.

En général, la production oléicole Algérienne se concentre dans les wilayas représentées dans la figure : Béjaia, Tizi-Ouzou, Bouira et Sétif, en quelque sorte la grande et la petite Kabylie. Ces wilayas, citées précédemment produisent jusqu'à 45% de la production nationale. La wilaya de Tizi-Ouzou est classée troisième après Béjaia et Bouira.

Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation

Conclusion

Pour conclure, nous avons constaté que la filière oléicole occupe une place importante dans la production agricole mondiale et plus particulièrement dans les pays du bassin méditerranéen avec une production oléicole totale atteignant les trois millions de tonnes par année. Cette production totale est répartie entre les différents pays, à savoir les pays de la rive du Nord qui produisent plus de deux tiers, tels que l'Italie et l'Espagne, les plus grands producteurs. Les pays du Maghreb : Tunisie, Maroc et Algérie produisent environ 10% de la production totale.

Le climat adéquat fait que l'olivier soit l'une des principales espèces fruitières cultivées dans le bassin méditerranéen.

Nous avons également constaté que la filière oléicole algérienne possède des spécificités et des potentialités qu'il faut exploiter et valoriser et qu'un processus de valorisation via une IG semble nécessaire car elle permettra à cette filière de se positionner dans une perspective de compétitivité sur des produits standardisés. L'huile d'olive est un produit national d'utilité publique, mais est aussi un trésor précieux carburant pour l'économie. Cette filière possède des caractéristiques intrinsèques qui offrent des opportunités indéniables. La labellisation de ce produit est nécessaire pour que ce dernier ait une place sur le marché des huiles mondiales. Cette démarche de labellisation nécessite la participation d'un ensemble d'acteurs locaux dans une démarche ascendante et participative car les atouts de cette huile ne suffisent pas pour la réalisation d'une meilleure valorisation. Malgré la place importante qu'occupe l'oléiculture, l'huile d'olive reste toujours un produit non labellisé. Au final, nous déduisons que le potentiel de labellisation des produits algériens par le biais des indications géographiques doit répondre à plusieurs préoccupations et contraintes institutionnelles, territoriales et économiques qui contrarient ce processus.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Introduction

Les indications géographiques apparaissent comme un véritable outil à l'origine d'un nouveau modèle de développement répondant aux exigences de qualité, de traçabilité, de sûreté alimentaire, de durabilité sociale et environnementale, de rentabilité économique et d'efficacité des politiques publiques de développement agricole et rural (Allaire, 2009). Les espaces ruraux des pays méditerranéens peuvent s'insérer dans les nouveaux réseaux d'échange de produits de qualité en mettant en avant leurs propres indications géographiques. Pour faire face à la demande de différenciation croissante des consommateurs, les démarches de qualité se sont fortement multipliées notamment dans les pays européens. Les pays du sud de la Méditerranée se sont également lancés dans la mise en œuvre d'une politique orientée vers le développement des appellations d'origine contrôlée. L'oléiculture, à titre d'exemple, nécessite une attention particulière car occupe un rôle social, patrimonial, environnemental et économique notamment dans les zones rurales de la Méditerranée (montagnes et piémonts) (Turkwel et al. 2010). Un ensemble de raisons (crise de l'oléiculture 1960, augmentation des coûts de production et baisse de rendement, forte concurrence des huiles végétales...) ont poussé les pays européens à orienter leurs politiques vers la qualité.

Le monde devient, de plus en plus, internationalisé et la concurrence devient de plus en plus forte, une raison pour laquelle le secteur agricole algérien doit se mettre à l'abri de cette concurrence.

En Algérie, la filière oléicole s'inscrit dans une tradition séculaire. Elle fonde le paysage et la culture même des populations de certaines régions productrices comme la petite et la grande Kabylie. C'est un patrimoine et une richesse qui nécessite une valorisation. Pour cela, le Ministère de Développement Agricole et Rural (MADR) a initié, en 2018, un projet de labellisation de l'huile d'olive de la région d'Ath Ghobri pour valoriser ce produit de terroir via l'élaboration des signes de qualité : Indication Géographique. Ce projet a été accompagné par un ensemble d'acteurs locaux : la Direction des Services Agricoles et la Chambre de l'agriculture de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Ce présent chapitre mettra l'accent sur le projet de labellisation de l'huile d'olive Ath Ghobri, précédé par la présentation de cette région et la place qu'occupe ce fameux produit. Nous allons parfaire ce travail par l'analyse des résultats de notre enquête auprès des producteurs.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

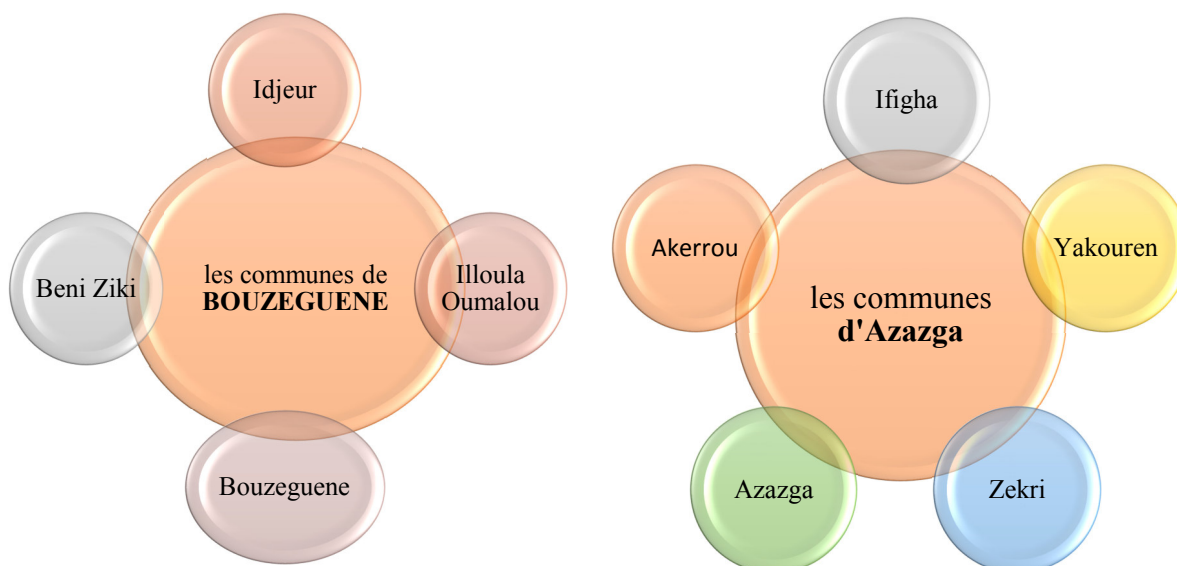
Section 01 : Présentation de la région d'étude « Ath Ghobri »

Le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou est réputé par la dominance de montagnes arborées de forêts et d'oliviers. Cela fait de cette wilaya une zone de production oléicole importante avec une moyenne de production annuelle de 40 000 ha, elle occupe la deuxième place dans le classement des zones productrices d'huile d'olive à l'échelle nationale (DSA T-O).

I. Présentation de la région Ath Ghobri

La tribu d'Ath Ghobri est située dans la wilaya de Tizi-Ouzou entre le Djurdjura, Tamgout et Akfadou. Elle occupe une grande superficie de la grande Kabylie (c'est une vaste tribu de la grande Kabylie fondée par Sidi Ahmed ou el Kadhi). Sur le plan administratif, le territoire Ath Ghobri, s'étale sur une zone géographique constituée de 02 daïras (Bouzeguene et Azazga) réparties en 09 communes (**figure N°44**). Cette région est située dans l'étage subhumide à hiver doux, ce qui favorise le bon développement de l'olivier. Dans cette région (notre cadre d'analyse), qui est la nôtre, la culture de l'olivier demeure une activité agricole principale et une tradition transmise de génération en génération.

Figure N°44 : Les communes des deux daïras de Bouzeguene et Azazga



Source : Réalisé par nous-même à base des données collectées sur le terrain.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

II. Présentation des communes

Comme signaler précédemment, le territoire Ath Ghobri est composé de deux daïras que nous allons présenter dans le point suivant.

II.1. Les Communes de Bouzeguene

La daïra de Bouzeguene est composée de quatre communes qui sont les suivantes.

II.1.1. La commune de Bouzeguene

Appelée aussi « *Ath Wezgan* », elle est située au sud-est de la wilaya de Tizi-Ouzou et est délimitée, au nord, par la commune d'Idjeur, au sud, par les communes Illoula Oumalou et Béni Ziki, à l'Est, par la commune de Chemini (Wilaya de Béjaïa) et, à l'Ouest, par la commune d'Ifigha. Sa superficie est de 6690 ha répartis en terre nue, terres improductives, bois et forêts... comme illustrer dans la figure suivante :

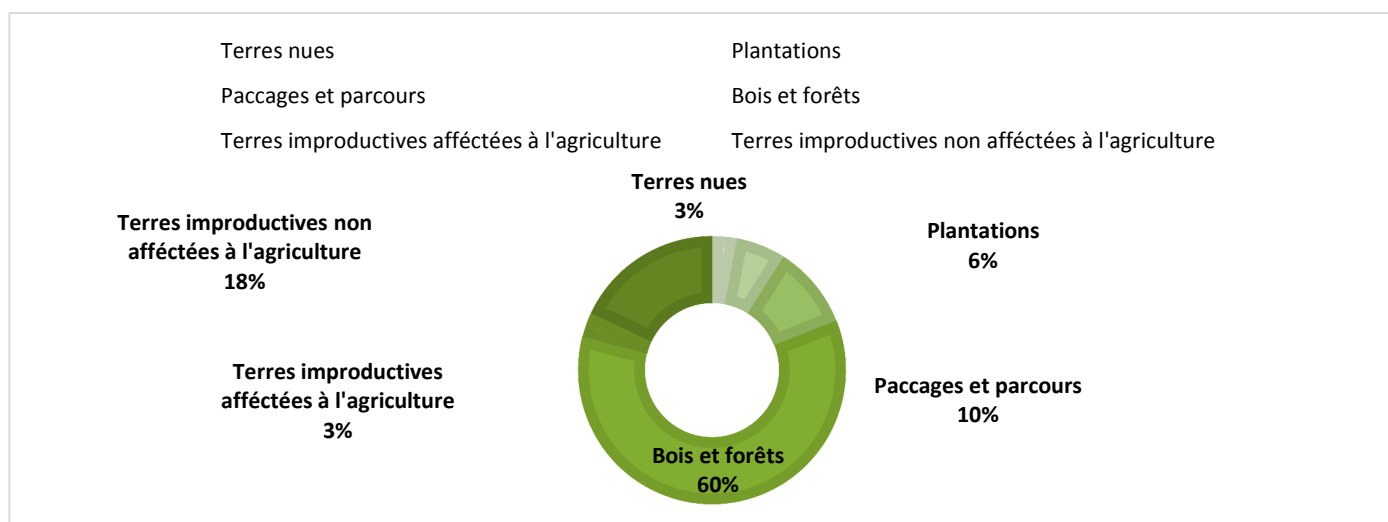


Figure N°45 : Répartition générale des sols de la commune de Bouzeguene

Source : Fait par nous-même à base des données collectées au niveau de la DSA de T-O.

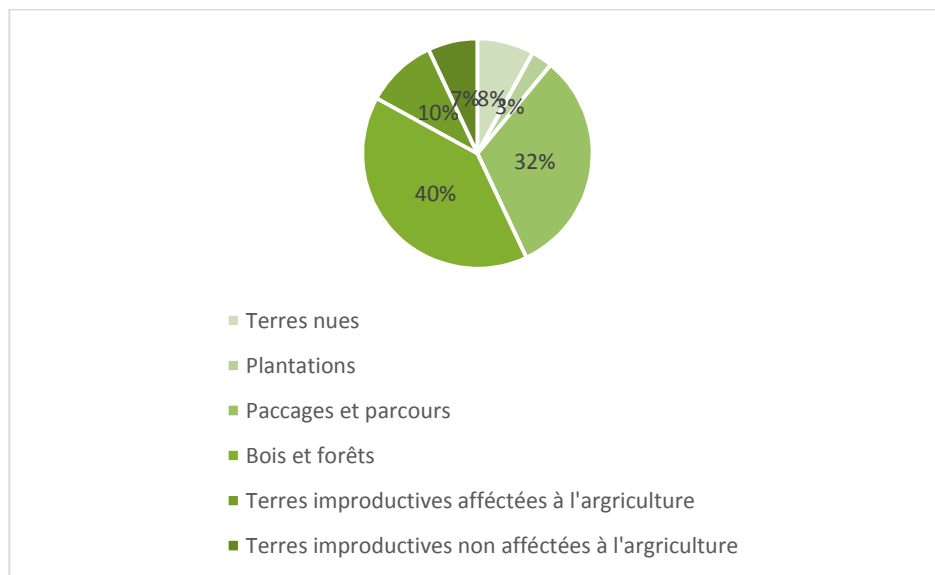
Dans la commune de Bouzeguene, c'est les forêts qui dominent. Elles couvrent une superficie de 4038.70 ha, soit 60% de la superficie totale. Les terres nues en occupent 3% soit 2333.25ha (légumes secs, maraichages, fourrages...etc.). Les plantations telles que les agrumes et la vigne n'occupent que 6% de la superficie totale. 49% des SAU sont occupé par l'oliviers ce qui fait 4% de la superficie totale. La commune se caractérise par un climat méditerranéen tempéré avec deux saisons, un hiver froid et humide et un été sec et chaud. Elle est composée de différentes classes d'altitude (de 250m à 1500m) la classant dans la zone de moyenne montagne.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

I.1.2. La commune de Béni-Zeki

La commune de Béni-Zeki se situe à l'est de la wilaya de Tizi-Ouzou avec une superficie de 20.64km² répartis entre terres nues, terres improductives, paccage et parcours.... Comme illustrer dans la figure suivante :

Figure N°46 : Répartition générale des sols de la commune de Béni-Zeki :



Source : Réalisé par nous-même à base des données collectées au niveau de la DSA de T-O.

Le graphe précédent représente la répartition des terres de la commune de Béni-Zeki qui se caractérise par la dominance des forêts avec une superficie de 930 ha (40%), alors que les terres nues (maraichage) n'occupent que 8% soit 167ha, et enfin les plantations (agrumes, vigne...) qui occupe 3% de la superficie totale. L'olivier occupe 21% des SAU et 2% de la superficie totale.

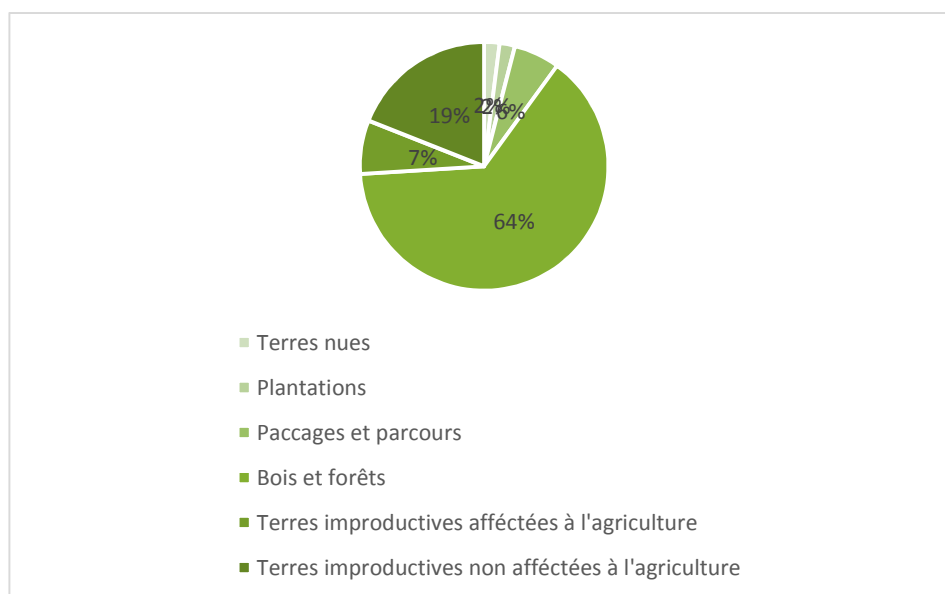
Cette commune est située dans une zone de montagne avec une altitude moyenne entre 800 à 1200m ce qui rend son climat rude et contrasté, à la fois méditerranéen et montagnard avec un hiver très fort, de fortes pluies et des neiges. La période estivale dans la région reste chaude et sèche.

I.1.3. La commune d'Idjeur

Elle se situe à l'est de la wilaya de Tizi-Ouzou et est délimitée par la commune de Yakouren au Nord-Est, au Nord par Adekar et Akfadou, Chemini par l'Ouest (Wilaya de Béjaia) et par Bouzeguene au Sud. Sa superficie est de 72.06km², répartis comme illustrer dans la figure suivante :

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N°47 : Répartition générale des sols de la commune de Idjeur :



Source : Fait par nous-même à base des données collectées au niveau de la DSA de T-O.

Les forêts dominent dans la commune d'Idjeur, elles couvrent une superficie de 4582.26 ha, soit 64% de la superficie totale, les terres nue occupent 183ha et enfin les plantations occupe 2%. L'olivier représente 32% des SAU et uniquement 1% de la superficie totale.

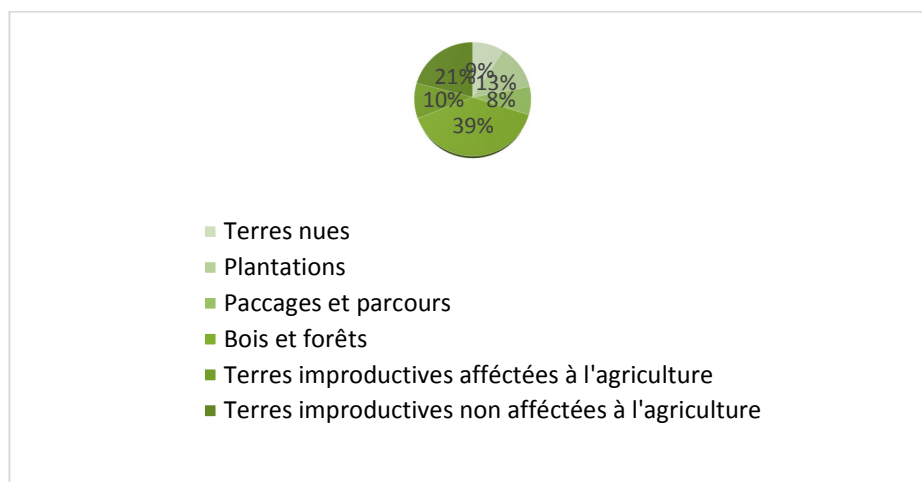
Le climat de la commune est un climat rude et contrasté, à la fois méditerranéen et montagnard avec un hiver pluvieux et neigeux et un été chaud, sec et tempéré par l'effet de l'altitude qui dépasse les 1000m. Elle est classée dans les zones moyennes montagnes.

I.1.4. La commune d'Illoula

Elle est située au Sud-Est de la Wilaya de Tizi-Ouzou. Elle est délimitée par les deux communes Bouzeguene et Ifigha au Nord, au Sud par la wilaya de Béjaia, par la commune de Béni-Ziki à l'Est et à l'Ouest par la commune d'Ait Yahia, Imsouhal et d'Illilten, avec une superficie de 50.42km² répartis en terres nues, pacages et parcours, terres productives et improductives, comme le montre la figure suivante :

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N° 48: Répartition générale des sols de la commune de Illoula :



Source : Fait par nous-même à base des données collectées au niveau de la DSA de T-O.

Comme les autres communes de Bouzeguene, leur terre est caractérisée par la dominance des forêts. Dans la commune d'Illoula, ces derniers occupent une superficie de 1968 ha et les terres nues occupent 445.25 de la superficie totale. Les plantations occupent 13% dont l'olivier représente 43% des SAU et 9.5% de la superficie totale. Un hiver pluvieux et neigeux et un été chaud et sec.

II.2 La daïra d'Azazga

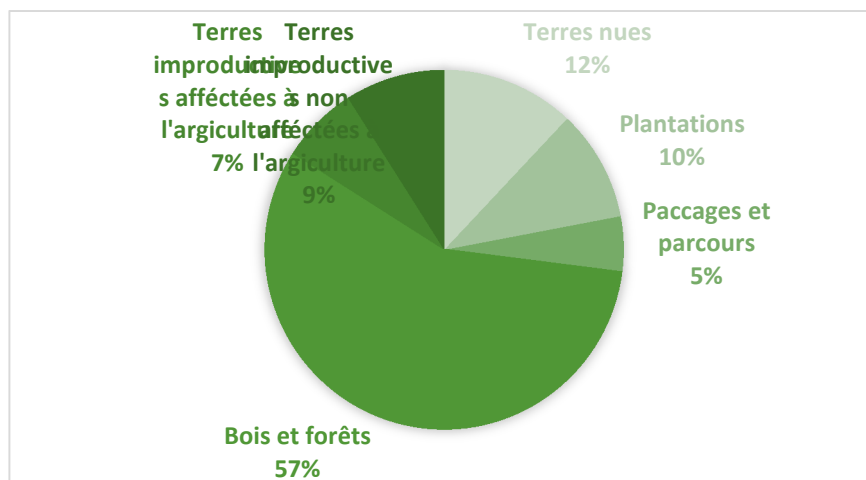
La daïra d'Azazga est constituée de cinq communes qui sont : Azazga, Ifigha, Yakouren, Zekri, Akerrou.

II.2.1. La communes d'Azazga

La commune d'Azazga s'étale sur une superficie de 77.05km² située en amont du fleuve Sébaou, entre Tizi-Ouzou et Yakouren. Elle occupe une position centrale faisant d'elle, au fil des années, un axe de transit très fréquent par les routiers des autres wilayas. Elle est entourée de montagnes, de terres agricoles et de forêts, avec 550m d'altitude.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N°49 : Répartition générale des sols de la commune d'Azazga



Source : Fait par nous-même à base des données collectées au niveau de la DSA de T-O.

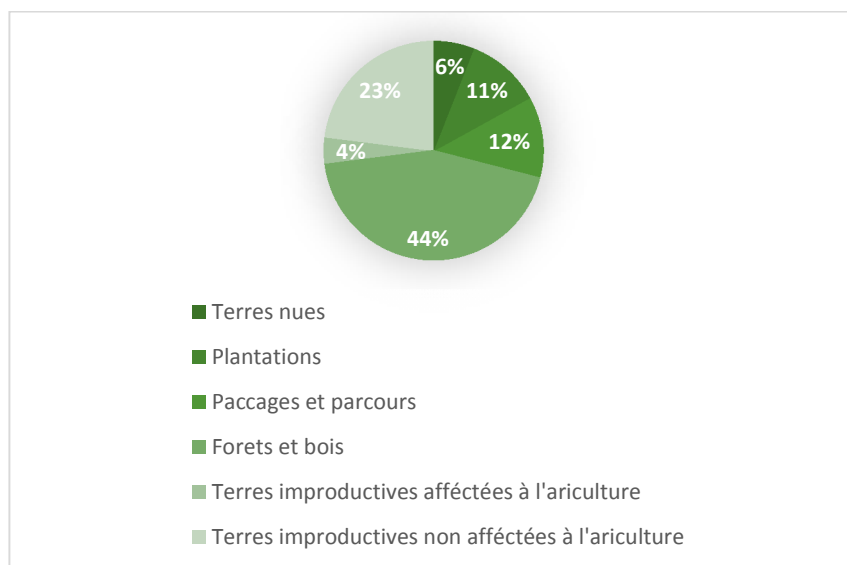
Les forêts couvrent une superficie de 4388.99ha soit 57%, les terres nues occupent une superficie de 900.25ha et enfin les plantations occupent 10% de la superficie totale. L'olivier représente 34% des SAU et 7% de la superficie totale. Le climat de cette commune est méditerranéen et subhumide et se caractérise par un hiver froid pluvieux et parfois neigeux et un été chaud et sec dont les températures peuvent atteindre 40°C.

II.2.2. La commune d'Ifigha

La commune d'Ifigha est délimitée par la commune d'Azazga au nord, à l'est par la commune de Yakouren et celle d'Idjeur, par Bouzeguene et Illoula au sud et enfin par la commune de Souamaa à l'ouest. Elle a une superficie de 45.86km² répartis en terres nues, terres improductives, forêts et bois, comme illustrer dans la figure suivante :

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N°50 : Répartition générale des sols de la commune d'Ifigha :



Source : Fait par nous-même à base des données collectées au niveau de la DSA de T-O.

La répartition générale des terres dans la commune d'Ifigha est caractérisée par la dominance des forêts qui couvrent une superficie de 2068ha. Les terres nues occupent 11% de la superficie totale. Les plantations représentent 11% des superficies totales dont l'olivier occupe 52% de la superficie des SAU et 8% de la superficie totale.

Ifigha est classée dans la catégorie des communes moyennes montagnes (c-à-d comprise entre la basse montagne et la hausse montagne). 13% du territoire a une altitude inférieure à 800m et le 87% du territoire restant est d'une altitude comprise entre 800 à 1200m (comme les villages de Moknéa, Achalam et Aourir). Le climat est caractérisé par un hiver pluvieux et neigeux et par un été chaud et sec.

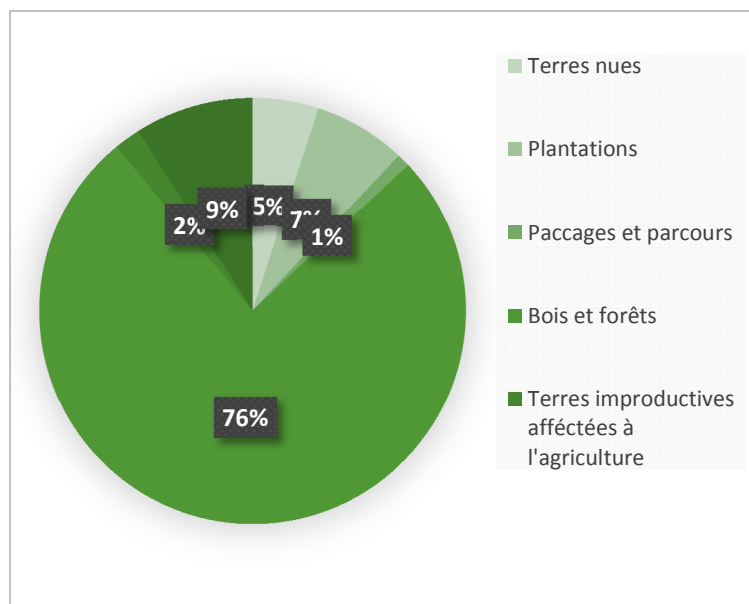
II.2.3. La commune de Yakouren

La commune de Yakouren est située à l'est du chef-lieu de la wilaya de Tizi-Ouzou. Sa superficie est de 7930ha. La commune est délimitée comme suit :

- Au nord : par les communes d'Akerou, Ait Chaffa et Zekri ;
- Au sud : par les communes d'Ifigha et Idjeur ;
- À l'ouest : par la commune d'Azazga ;
- À l'est : par les communes de Zekri et Adekar.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N°51 : Répartition générale des sols de la commune de Yakouren



Source : Fait par nous-même à base des données collectées au niveau de la DSA de T-O.

La répartition générale des terres se caractérise par la dominance des forêts qui occupent 76% de la superficie totale soit 6050.9 ha. Les terres nues occupent 368.75ha soit 5%, les plantations occupent 7% de la superficie totale. L'olivier représente 45% des SAU et 5% de la superficie totale. Le climat de la commune de Yakouren est méditerranéen subhumide caractérisé par un hiver froid avec des températures variant entre 5°C à 15°C, pluvieux et neigeux vu son altitude (de 400m à 800m) et un été chaud et sec avec des températures atteignant 40°C.

II.2.4. La commune de Zekri

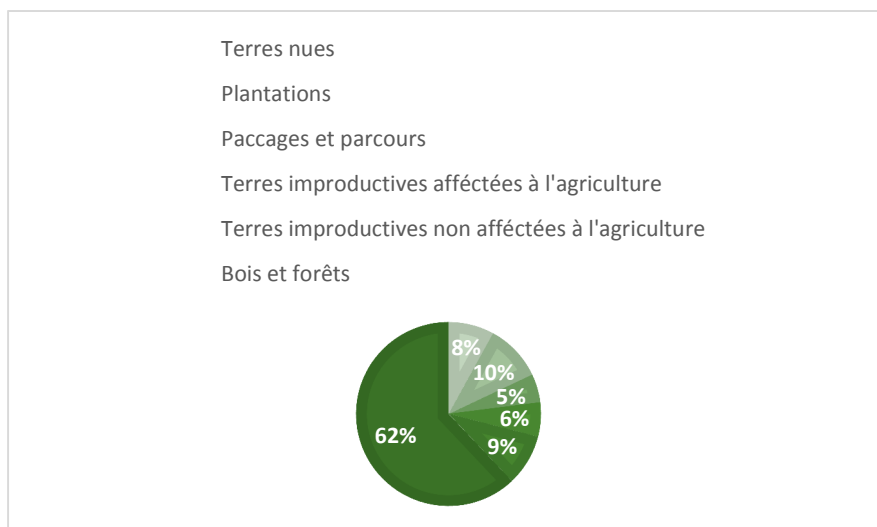
Elle est située à l'extrême est de la wilaya de Tizi-Ouzou, avec un climat subhumide de type méditerranéen caractérisé par un hiver doux et humide et un été chaud et sec. Elle est délimitée comme suit :

- À l'est et au sud par la commune d'Adekar (wilaya de Béjaïa);
- Au nord par la commune d'Ait Chafaa ;
- À l'ouest par la commune d'Ait Chafaa et Yakouren.

La superficie de la commune Zekri, qui est de 88.51km², est répartie en terres nues, terres improductives, plantations... comme le montre la figure qui suit :

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N°52 : Répartition générale des sols de la commune de Zekri :



Source : Fait par nous-même à base des données collectées au niveau de la DSA de T-O.

La répartition générale des terres de la commune est caractérisée par la dominance des forêts qui couvrent 5517.56ha de la superficie totale, les terres nues occupent 368.75ha de la superficie soit 5% et les plantations occupent 8% de la superficie totale. L'olivier occupe 47% de ces plantations et 8% de la superficie totale.

II.2.5. La commune d'Akerrou

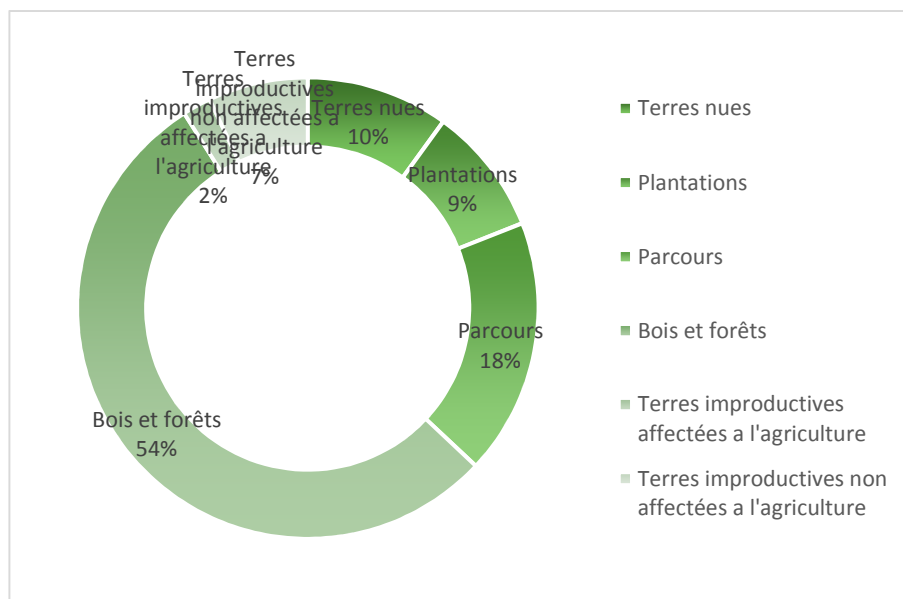
La commune Akerrou fait partie de ARCH Ait Flik, elle est rattachée à la dira d'Azeffoun, mais vu le rapprochement des territoires c'est la subdivision agricole d'Azazga qui fait son bilan agricole, elle est d'une superficie de 4175ha elle est délimitée :

- Au Nord : par la commune d'Azeffoun ;
- Au Sud : par les communes de Yakouren et Azazel ;
- À l'Est : par la commune d'Ait Chaffa ;
- À l'Ouest : par la commune d'Agreb.

Le climat d'Akerrou est caractérisé par un climat méditerranéen avec un hiver pluvieux, très froid (les températures arrivent à 0°C) et neigeux, et un été chaud sec, tempéré par l'effet de la mer et de l'altitude.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N°53 : Répartition générale des sols de la commune d'Akerrou



Source : Fait par nous-même à base des données collectées au niveau de la DSA de T-O.

La répartition générale des terres de la commune est caractérisée par la dominance des zones de forêts qui occupent près de 2242.46 ha, soit 54% de la superficie totale et les terres nues couvrent une superficie de 406.26ha soit 10% de la superficie totale. Les plantations couvrent 9% de la superficie totale. 73% des SAU est occupé par l'olivier et 7% de la superficie totale.

La commune Akerrou est une commune de la daïra d'Azeffoun mais, vu son rapprochement au territoire de la commune Azazga, c'est la subdivision agricole d'Azazga qui prend en charge son bilan et son service agricole.

Pour la commune d>Ifigha, malgré son appartenance à la daïra d'Azazga, c'est la subdivision agricole de Bouzeguene qui prend en charge son service agricole vu le rapprochement de leur territoire, (d'après M. MOUASSI le directeur de la subdivision agricole de Azazga).

Après avoir présenté les communes des deux daïras, nous constatons qu'il existe un ensemble de caractéristiques géographiques communes. Le territoire d'Ath Ghobri se localise dans une zone de moyennes montagnes où les zones de forêts dominant et occupent la majorité de la superficie totale.

Cette zone se caractérise aussi par un climat méditerranéen et montagnard avec un hiver froid, pluvieux, neigeux et un été chaud et sec causant des incendies dans cette saison. Ce climat contrasté convient parfaitement à la culture oléicole. Les oliviers occupent une place importante dans certaines communes comme Illoula, moins dans d'autres comme Ath Zeki, ce que nous allons voir dans la section suivante.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Section 02 : Place de l'olivier dans le territoire Ath Ghobri

Le territoire Ath Ghobri est un territoire montagneux avec un climat méditerranéen. Il est considéré comme étant un territoire idéal pour le développement de la culture de l'olivier. Grâce à notre enquête de terrain menée sur ce territoire, nous avons pu constater l'évolution de la production de l'olive et de l'huile d'olive durant ces dernières années. Notre étude est penchée sur une période de cinq années allant de 2016 à 2021, pour les communes d'Azazga et les communes de Bouzeguene.

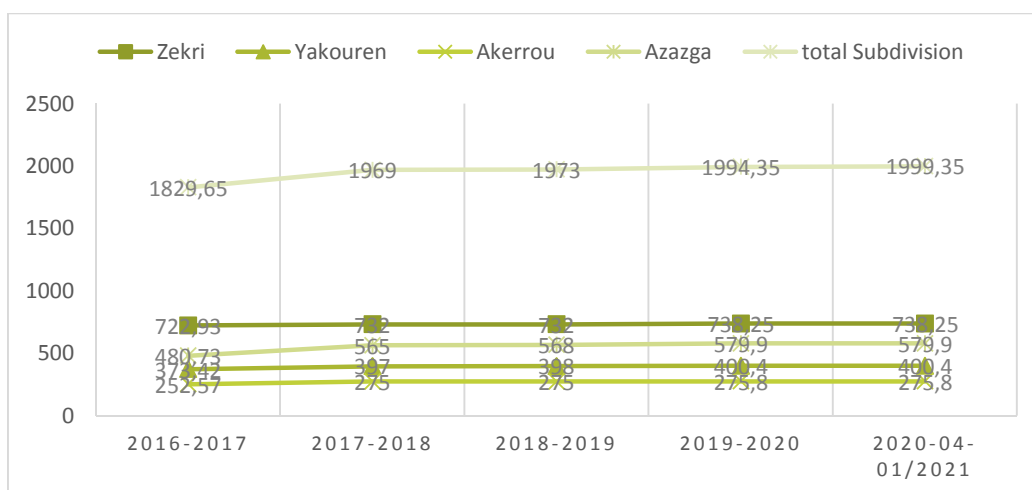
I. Les communes d'Azazga

Le point suivant mettra l'accent sur l'évolution, la place de l'olivier.... Dans les communes d'Azazga.

I.1. L'évolution de la superficie oléicole durant la période 2016-2021

Durant ces dernières années, nous avons constaté que la superficie oléicole totale des communes a augmenté de 1829.65 ha en 2016-2017 à 1994.35 ha en 2020-2021. La commune de Zekri couvre 39.51% suivi par Azazga avec 26.27%, 20.40% par la commune de Yakouren et enfin 13.80% sont occupés par la commune d'Akerrou, durant la campagne 2016-2017. Durant la dernière campagne, les superficies ont légèrement augmenté. La commune de Zekri garde sa première place avec 37.01% de la superficie totale, suivie par Azazga avec 29.11% puis Yakouren en troisième place avec 20.07% et enfin Akerrou qui occupe 13.82%. La figure suivante illustre l'évolution des superficies oléicoles en ha.

Figure N° 54 : L'évolution de la superficie oléicole dans les communes : Azazga, Yakouren, Zekri, Akerrou durant la période 2016-2021 « superficie oléicole (ha) ».



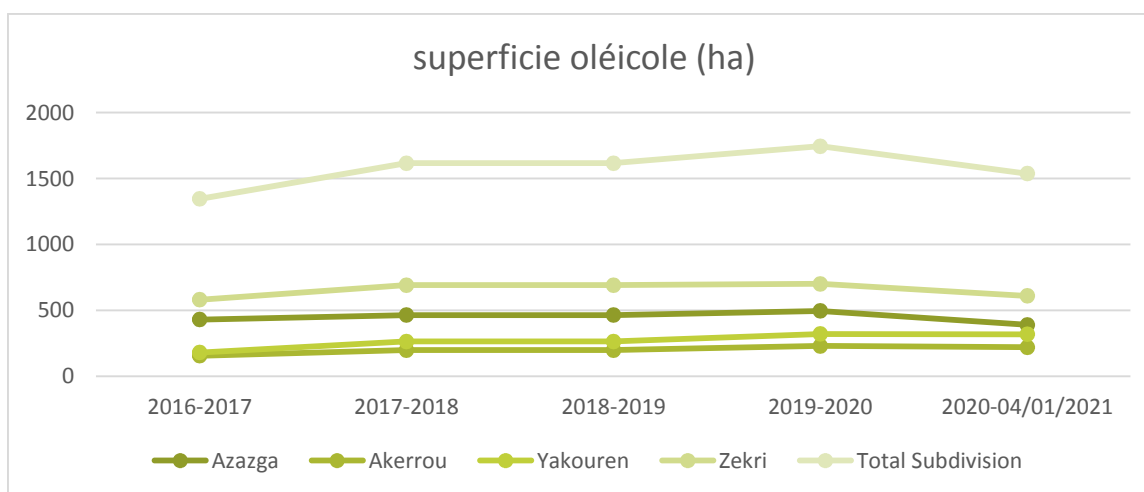
Source : Fait par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Azazga.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

I.2. L'évolution de la superficie oléicole récoltée entre la période 2016-2021

Les superficies récoltées ont augmenté durant les trois dernières compagnies oléicoles. D'après la figure N°55, la campagne 2019-2020a connu une augmentation considérable des quantités récoltées des olives. La superficie totale récoltée est passée de 1345 ha, en 2016-2017, à 1745 ha, en 2019-2020. Cependant durant cette dernière campagne, 2020-2021, nous avons assisté à une baisse des superficies oléicoles récoltées.

Figure N° 55 : L'évolution de la superficie oléicole récoltée dans les communes : Azazga, Zekri, Yakouren, Akerrou :



Source : Fait par nous-mêmes à base des données de la subdivision agricole de Azazga.

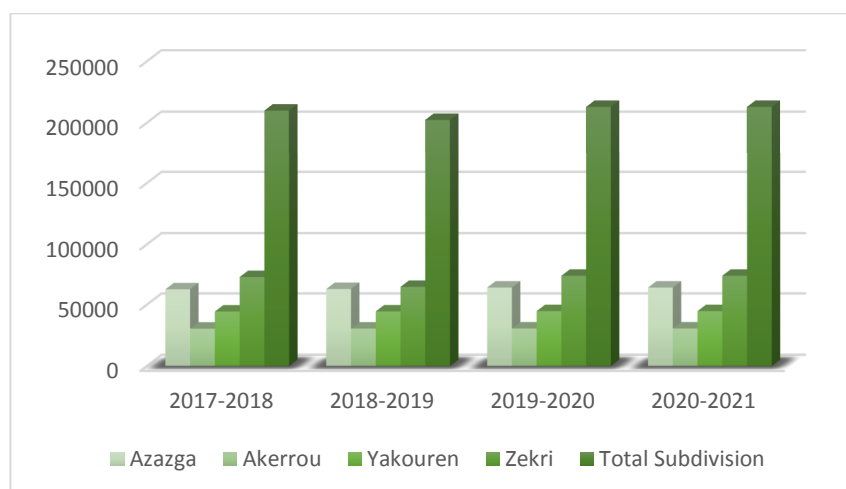
D'après la figure, il ressort que la commune de Zekri occupe toujours la première place en termes de superficie récoltée avec 580 ha, durant la campagne 2016-2017, et en 2017-2018/2018-2019 la superficie a connu une augmentation pour atteindre 691 ha, suivi par Azazga 430 ha en 2016-2017 et 464 ha en 2019-2020. La commune de Yakouren occupe la troisième place avec 180 ha en 2016-2018 avec une augmentation, en 2019-2020, pour atteindre 320ha et enfin la commune de Akerrou qui occupe la dernière place avec 155 ha, en 2016-2017, et 230 ha, en 2019-2020.

I.3. L'évolution du nombre total d'oliviers entre la période 2016-2021

D'après les données collectées au niveau de la zone d'Ath Ghobri, nous avons pu réaliser le graphe ci-dessous et constater l'évolution du nombre d'oliviers durant les quatre dernières compagnes. Vu que c'est la commune de Zekri qui couvre la plus grande superficie, elle possède 32% du nombre d'oliviers total (64 544 oliviers) en 2018-2019, suivie par Azazga avec 62 784 oliviers soit 31.01 %, Yakouren en troisième position avec 44 528 oliviers représentant 21% du nombre d'oliviers total, et enfin Akerrou avec 30549 oliviers soit 15% du nombre total.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N°56 : Évolution du nombre d'oliviers dans les communes :



Source : Fait par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Azazga.

D'après la figure ci-dessus, nous remarquons que, durant la campagne 2018-2019, le nombre total des oliviers dans les communes avait baissé passant de 210 005 en 2017-2018 à 202405 oliviers en 2018-2019. Ce nombre d'olivier sa de nouveau augmenté à 212984 oliviers en 2019-2020 et est resté le même en 2020-2021.

I.4. L'évolution du nombre d'oliviers en rapport (productifs) entre la période 2016-2021

Ce n'est pas la totalité des oliviers qui est en production. Le tableau suivant illustre le nombre d'oliviers en production. En 2017-2018, uniquement 163 985 oliviers sont en production soit 78% du nombre total d'oliviers. En 2018-2019, le pourcentage a augmenté pour atteindre les 81% (le même nombre d'oliviers en production mais pas le même pourcentage car le nombre total d'oliviers a connu une diminution). En 2019-2020, le nombre d'oliviers en rapport est passé à 176 890 soit 83% du nombre total. Enfin, durant cette campagne 2020-2021, 179 720 oliviers (84%) du nombre total d'oliviers est en rapport.

Tableau N°11 : Nombre d'oliviers récoltés

Région/Année	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Azazga	46952	46952	50052	51330
Akerrou	20322	20322	23522	23620
Yakouren	27181	27181	32881	33270
Zekri	69530	69530	70435	71500
Total Subdivision	163985	163985	176890	179720

Source : Fait par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Azazga.

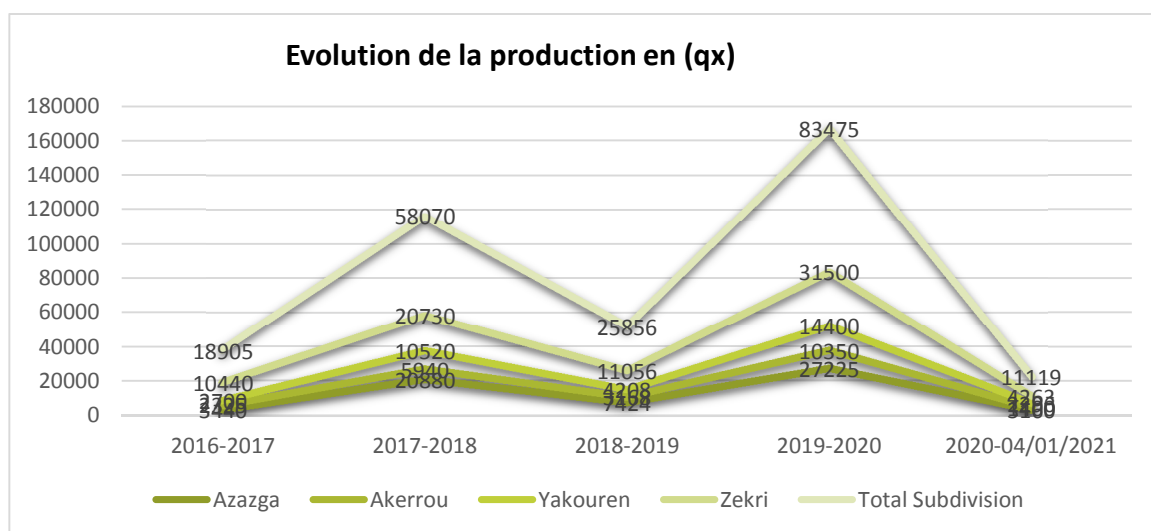
Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

I.5.L'évolution de la production totale des olives et des quantités triturées entre la période 2016-2021

Le rendement des olives par hectare varie d'une année à une autre et d'une région à une autre. En 2016-2017, le rendement moyen des olives par hectare dans ces communes était de 14.06 qx/ha. La commune de Zekri réalise toujours le meilleur rendement par rapport aux autres communes avec 18 quintaux / hectare, suivi des deux commune Yakouren et Akerrou avec 15 quintaux/hectare et enfin la commune d'Azazga avec seulement 8qx/ha.

La campagne 2017-2018 a connu une hausse importante dans les rendements moyens des communesatteignant 35.93 quintaux/ hectare. La commune d'Azazga est passé de sa dernière place à la première place avec 45qx/ha, suivie par la commune de Yakouren avec 40qx/ha, ensuite Akerrou et Zekri avec 30qx/ha. En 2018-2019 le rendement moyen des communes à enregistrer une baisse remarquable il a passé a 16qx/ha. En 2019-2020, le rendement moyen a augmenté jusqu'à 47.84qx/ha. Pour la commune d'Azazga, il a atteint 55qx/ha et pour les autres communes Yakouren, Zekri et Akerrou le rendement a augmenté à 45qx/ha.

Figure N°57: Les productions totales d'olive :



Source : Fait par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Azazga.

La figure ci-dessus illustre l'évolution les campagnes oléicoles allant de 2016-2017 à 2020/2021. Les deux campagnes 2017-2018 et 2019-2020ont connu un pic dans la production des olives notamment la dernière compagne (2019-2020) où la production est passée de 58 070 à 83 475qx/ha, ce qui représente une augmentation remarquable. Comme toujours, la commune de

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

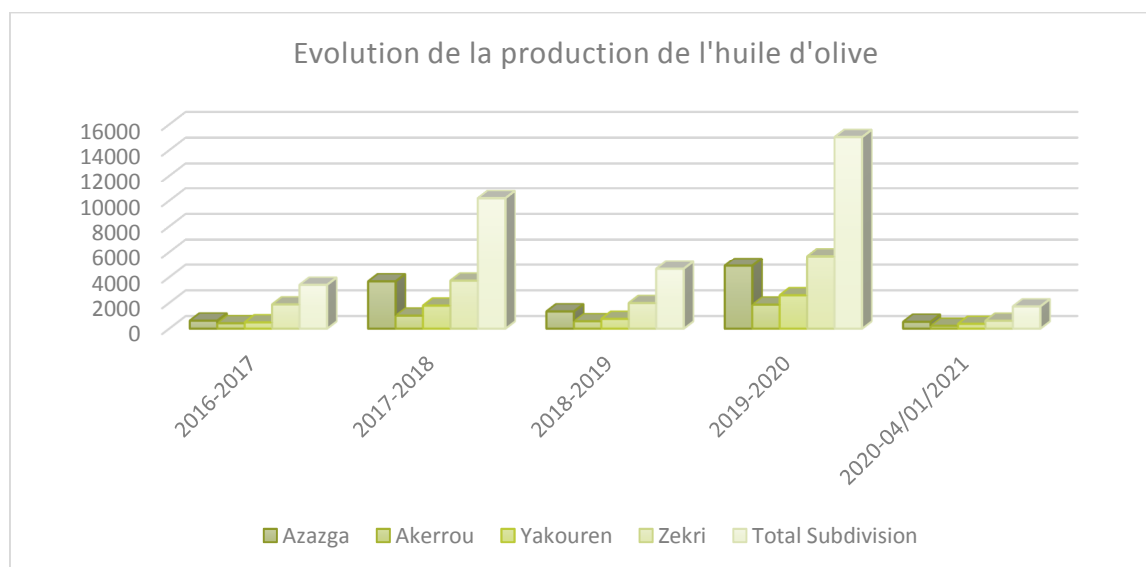
Zekri réalise la plus importante production suivie par Yakouren et Akerrou puis la commune d'Azazga.

La totalité des quantités collectées sont destinée à la trituration dans les huileries.

I.6.L'évolution de la production d'huile d'olive entre la période 2016-2021

Les quantités des huiles produites dépendent toujours des quantités des olives récoltées.

Figure N°58 : Évolution de la production d'huile d'olive 2016-2021 dans les communes Azazga, Zekri, Yakouren et Akerrou :



Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Azazga.

Le graphe précédent montre que, durant les campagnes 2017-2018 /2019-2020, la production oléicole a été importante passant de 10 201.6 hl à 15 025.5hl. Les trois autres campagnes représentées dans le graphe ont connu une baisse de quantité, entre 1725.3 hl durant celle de 2020/2021 (bilan jusqu'au 04/01/2021) et 4657 hl durant la campagne de 2018-2019. La commune de Zekri occupe, comme d'habitude, la première place suivie par Azazga et Yakouren en troisième place et enfin la commune d'Akerrou en dernière place.

II. Les communes de Bouzeguene

Ce présent point résume l'évolution de la filière oléicole dans les communes de Bouzeguene.

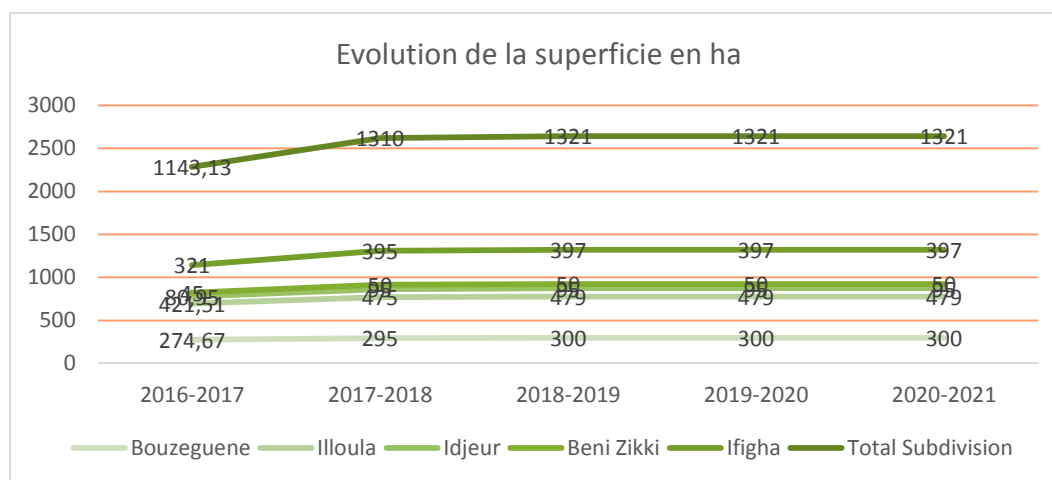
II.1.L'évolution de la superficie oléicole (2016-2021)

La superficie oléicole dans les communes de Bouzeguene n'a pas évolué durant ces quatre dernières années. En 2017-2018, cette superficie a connu une légère augmentation par rapport à la campagne précédente. Elle est passée de 1143.13 ha à 13212ha (graphe N°21) et, depuis, elle a

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

gardé globalement la même superficie. Pour le classement des communes, Illoula occupe le premier rang avec 37% de la superficie totale, suivie par la commune d'Ifigha avec 28%. La commune de Bouzeguene est classée troisième avec 24% de la superficie totale et enfin les deux communes : Idjeur qui couvre 7.08% et Beni Zikki qui occupe 4%. La petite superficie oléicole occupée par ces dernières communes est justifiée par la dominance des forêts.

Figure N° 59 : L'évolution de la superficie oléicole dans les communes de Bouzeguene :

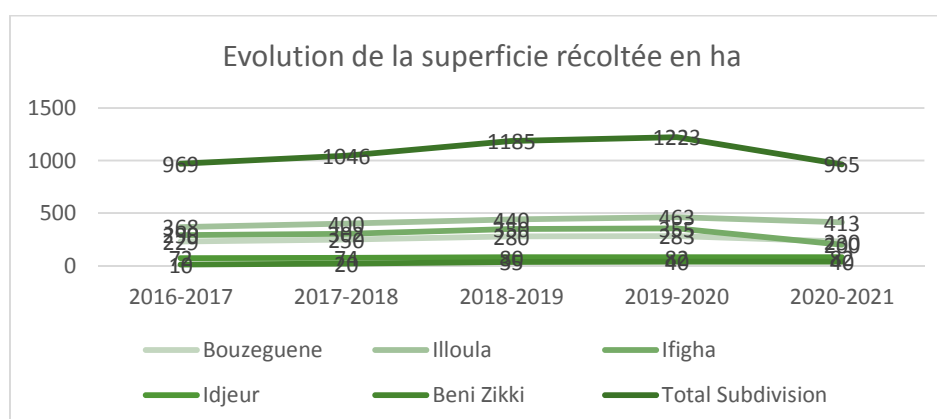


Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Bouzeguene.

II.2.L'évolution de la superficie oléicole récoltée 2016-2021

En 2016-2017, un total de 969 ha (soit 85%) de la superficie oléicole en production a été récoltée. En 2017-2018, cette superficie récoltée a enregistré une augmentation de 77ha avec l'augmentation de la superficie totale oléicole qui est passée de 1143ha à 1310ha.

Figure N° 60 : L'évolution de la superficie oléicole récoltée dans les communes de Bouzeguene.



Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Bouzeguene.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

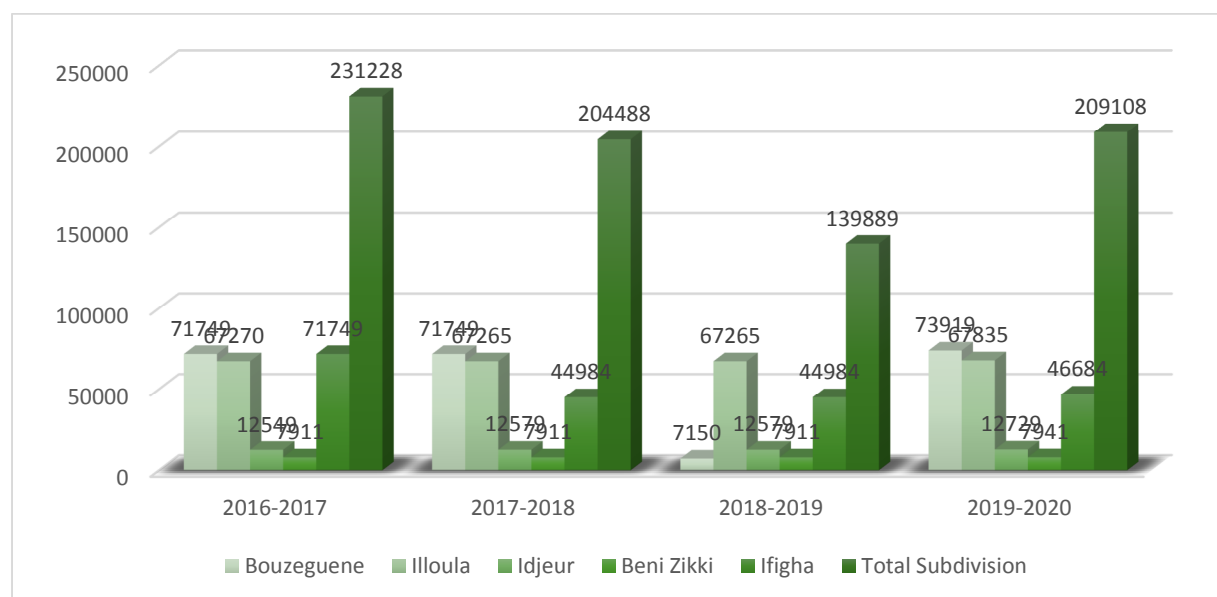
Le rendement par hectare varie d'une région à une autre et d'une campagne à une autre. Dans la campagne 2018-2019, la production a été importante et le rendement a atteint 45 qx/ha dans la commune d'Ifigha suivie par les communes Bouzeguene, Idjeur et Beni Zikki avec 40 qx/ha et enfin la commune d'Illoula avec 35qx/ha. Mais cette année, 2020-2021, les rendements ont baissé ne variant qu'entre 5 et 6 qx/ha. Le rendement moyen varie entre 6 et 45qx/ha.

II.3.L'évolution du nombre d'olivier

La figure ci-dessous montre que le nombre total d'oliviers a connu une baisse progressive depuis 2016-2017 en raison, particulièrement, des incendies. La dernière campagne représentée dans la figure, 2019-2020, a marqué une augmentation.

C'est la commune de Bouzeguene qui possède le plus grand nombre d'oliviers, suivie par Illoula, Ifigha, Idjeur et, en dernier lieu, Beni Zikki.

Figure N°61 : L'évolution du nombre d'oliviers.



Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Bouzeguene.

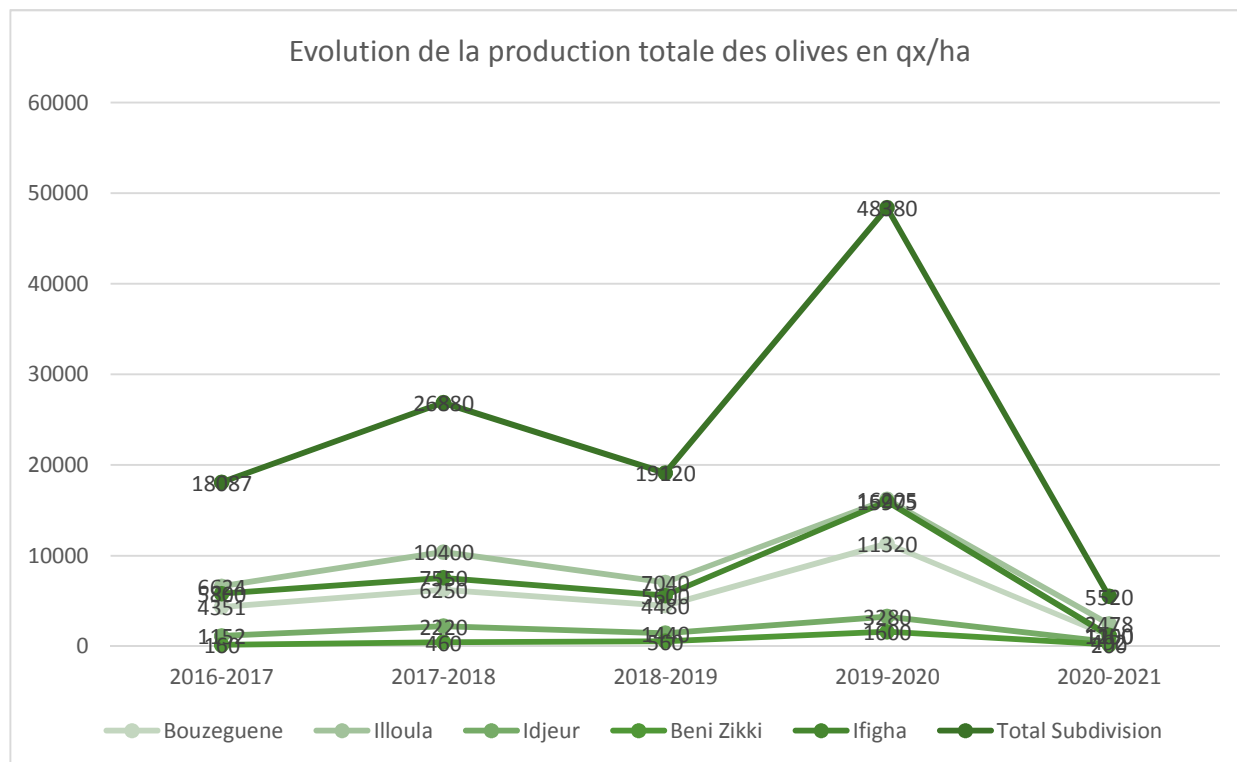
II.4.L'évolution de la production totale des olives et des quantités triturées entre 2016-2021

Il est à signaler que la totalité de la production des olives est destinée à la trituration. La campagne 2019-2020 est la plus importante parmi les dernières campagnes vues que la production totale des olives y a atteint 48 380qx. La commune de Illoula et Ifigha occupent la première place dans la production des olives avec 16 205 qx et 15975 qx, respectivement, soit 33% de la production totale, suivie par la commune de Bouzeguene avec 11 320 qx représentant 23% de la production

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

totale. Les deux autres communes : Idjeur réalise uniquement 7% de la production totale et Beni Zikki qui produit uniquement 3.3%.

Figure N° 62 : L'évolution de la production totale des olives et des quantités triturées entre 2016-2021 :

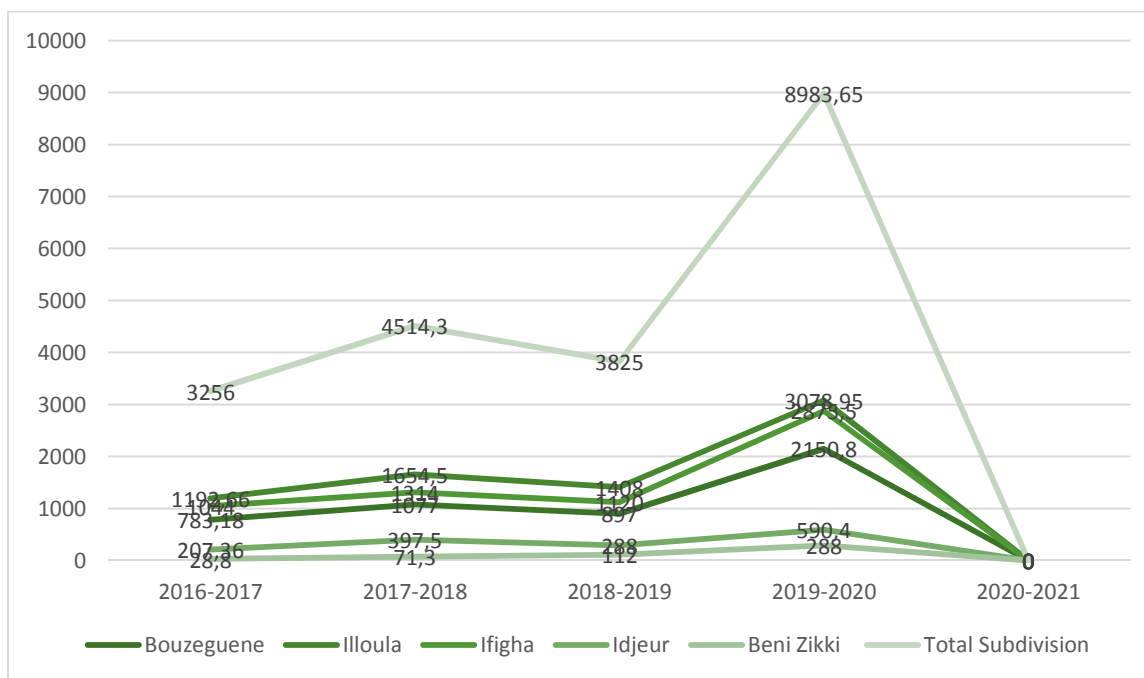


Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Bouzeguene.

Le figure ci-dessus montre que la production de l'huile d'olive, en hl, a été élevée durant la campagne 2019-2020, par rapport au campagnes précédentes, en raison des conditions climatiques favorables. Selon la Subdivision agricole de Bouzeguene, l'opération de la trituration a été prolongée durant cette campagne. Ce prolongement s'est répercuté négativement sur la campagne suivante qui a connu une baisse de production du eau manque de repos des oliviers. La commune d'Illoula occupe la première place en termes de production avec 1408 hl en 2018-2019 et 3078.95 hl (34.24%), en 2019-2020, suivie par Ifigha avec 2875.5 hl (32%) en 2019-2020 puis par Bouzeguene avec 23% de la production totale (2150.8hl en 2019-2020), Idjeur avec 590.4 hl soit 7% en 2019-2020 et enfin la commune de Beni Ziki qui produit uniquement 288 hl qui ne représentent que 3.2% en 2019-2020.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N° 63 : L'évolution de la production d'huile d'olive (en hl):



Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données de la subdivision agricole de Bouzeguene.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Section 03 : Présentation du cahier des charges de processus de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri

L'appellation « Achbali Nath Ghobri » se rapporte à la réserve de la survie et de la richesse au village Tabourt Ath Ghobri qui a été créé par les deux saints de la région Sidi Abderrahmane Yaluli et Sidi Meziane Oumedour Ikdhacen vers l'an 1650 lors de leur passage à ce village pour l'instauration de l'Achour agricole (Moulla AO ; 2015). Après chaque campagne oléicole, les huiles obtenues par les « Achours agricoles », qui en représente le dixième, sont ajoutées aux huiles obtenues par les oliveraies communes du village, qui s'appellent BOUGNAW. Ces Achours seront partagés en trois parts égales comme suit : le premier tier sera conservé dans la réserve du village « Thadarth » puis redistribué aux pauvres et aux mendiants de passage et les deux autres tiers seront partagés entre les deux saints de la région, la Zawiya de Sidi Abderrahmane et la Zawiya de Sidi Meziane Oumedour.

Cette coutume est présente à nos jours chez les citoyens du village Thabourth et c'est dans cette réserve que la nomination « Achbali Nath Ghobri », liée aux traditions et à l'histoire du village, a été créée. Parmi les produits de terroir que possède le territoire Nath Ghobri, l'huile d'olive qui présente des caractéristiques spécifiques à la région qui lui confère une renommée locale.

I. Le projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri

Le projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri a été initié par le ministère de l'agriculture, du développement rural et de la pêche. C'est une demande d'IG jointe d'un cahier de charges élaboré par la commission de labellisation de la DSA, dans lequel le produit est présenté en précisant son aire géographique, ses conditions de récolte et de trituration. Ce cahier est formulé par l'association des oléiculteurs et oléifacteurs Achbali Nath Ghobri. Il définit l'itinéraire technique de l'huile d'olive d'Ath Ghobri ce qui sera détaillé dans le point suivant.

Le projet concerne une aire géographique qui englobe neuf communes (figure N°23) des deux daïras de Bouzeguene et Azazga. Les acteurs locaux de ces daïras se sont déjà organisés en association d'Achbali Nath Ghobri présidé par Mr MOULLA AO (Agrément N°2016/01). Ces acteurs ont déposé une demande de création d'une coopérative oléicole au niveau de la direction des services agricoles de la wilaya de Tizi-Ouzou, ce qui a eu une suite favorable le 20/11/2018.

Ce projet de labellisation de l'huile d'olive d'Achbali Nath Ghobri a un chef de file qui est la DSA de T-O représentée par :

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

- Un directeur des services agricoles de la wilaya de Tizi-Ouzou,
- Un chargé de la filière oléicole au niveau de la DSA,
- Un chef de service de l'inspection vétérinaire et phytosanitaire à la DSA.

L'objectif de la DSA est d'assurer l'accompagnement afin de consolider les acquis et permettre de relever les nouveaux défis commerciaux et réglementaires écoulant du marché local et extérieur.

La mission confiée à la DSA, dans ce projet, consiste à présenter les besoins et les propositions de développement du territoire et également à étudier les doléances des agriculteurs pour pouvoir les orienter et les intégrer dans les projets de développement de l'agriculture soutenus par les pouvoirs publics. La DSA est également chargée d'organiser des conférences, séminaires, expositions et événements en collaboration avec les partenaires qui visent à promouvoir le secteur. Ces partenaires sont :

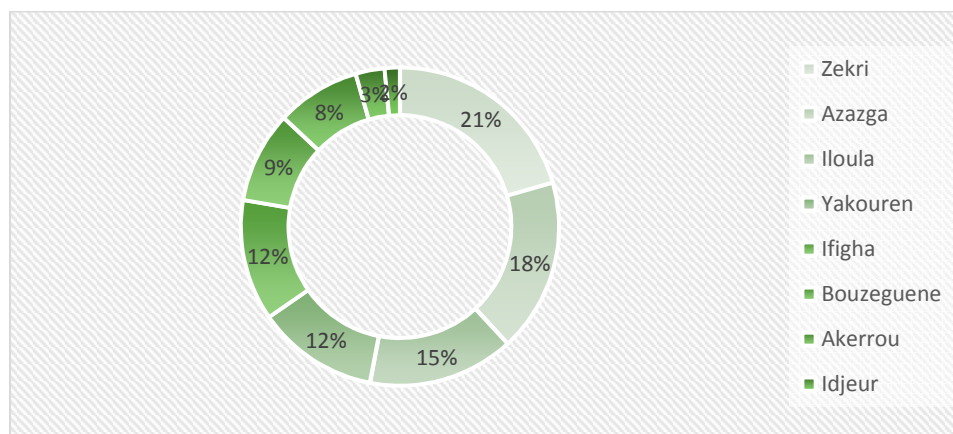
- **Chambre de l'agriculture de la wilaya de Tizi-Ouzou** : elle prend en charge l'organisation des regroupements et des réunions avec la commission de labellisation et s'occupe aussi de la sensibilisation des agriculteurs pour adhérer à ce projet.
- **UMMTO** : veille au lancement des travaux de recherche dans la région d'Achbali Nath Ghobri et à l'élaboration d'une banque de données qui concerne la région en question.
- **Institut National de la Recherche Agronomique INRAA** : cet institut est chargé de la recherche et de développement de ce projet.
- **Institut de l'Arboriculture Fruitière et de la Vigne ITAFV** : cet institut est chargé de participer à l'élaboration du programme de formation des oléiculteurs et oléifacteurs de l'aire géographique concernée par le projet et veille aussi au respect du processus de production de l'olive et de l'huile d'olive et leur analyse.

Les neuf communes impliquées dans cette démarche de labellisation possèdent un patrimoine oléicole important (qui sera illustré en pourcentage dans la figure qui suit). Ce patrimoine représente une superficie totale de 3294 ha, avec une production moyenne annuelle de 1 502 270 litres. La commune de Zekri occupe la première place en termes de superficie et couvre à elle seule 732ha du patrimoine oléicole du territoire Ath Ghobri, suivie par Azazga avec 568ha, Illoula Oumalou 479ha, Yakouren avec 398ha, Ifigha 397ha, Bouzeguene 300ha ; Akerou 275ha, Idjeur 95ha et enfin Beni Zikki avec 50ha de ce patrimoine. Sur les neuf communes, uniquement

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

cinq, Azazga, Ifigha, Bouzeguene, Illoula, Zekri, ont adhéré à la coopérative d'Achbali Nath Ghobri pour la gestion du label IG.

Figure N°64 : Répartition des superficies oléicoles dans les deux daïras Bouzeguene et Ifigha réparties en 09 communes.



Source :Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées auprès de la DSA de Tizi-Ouzou.

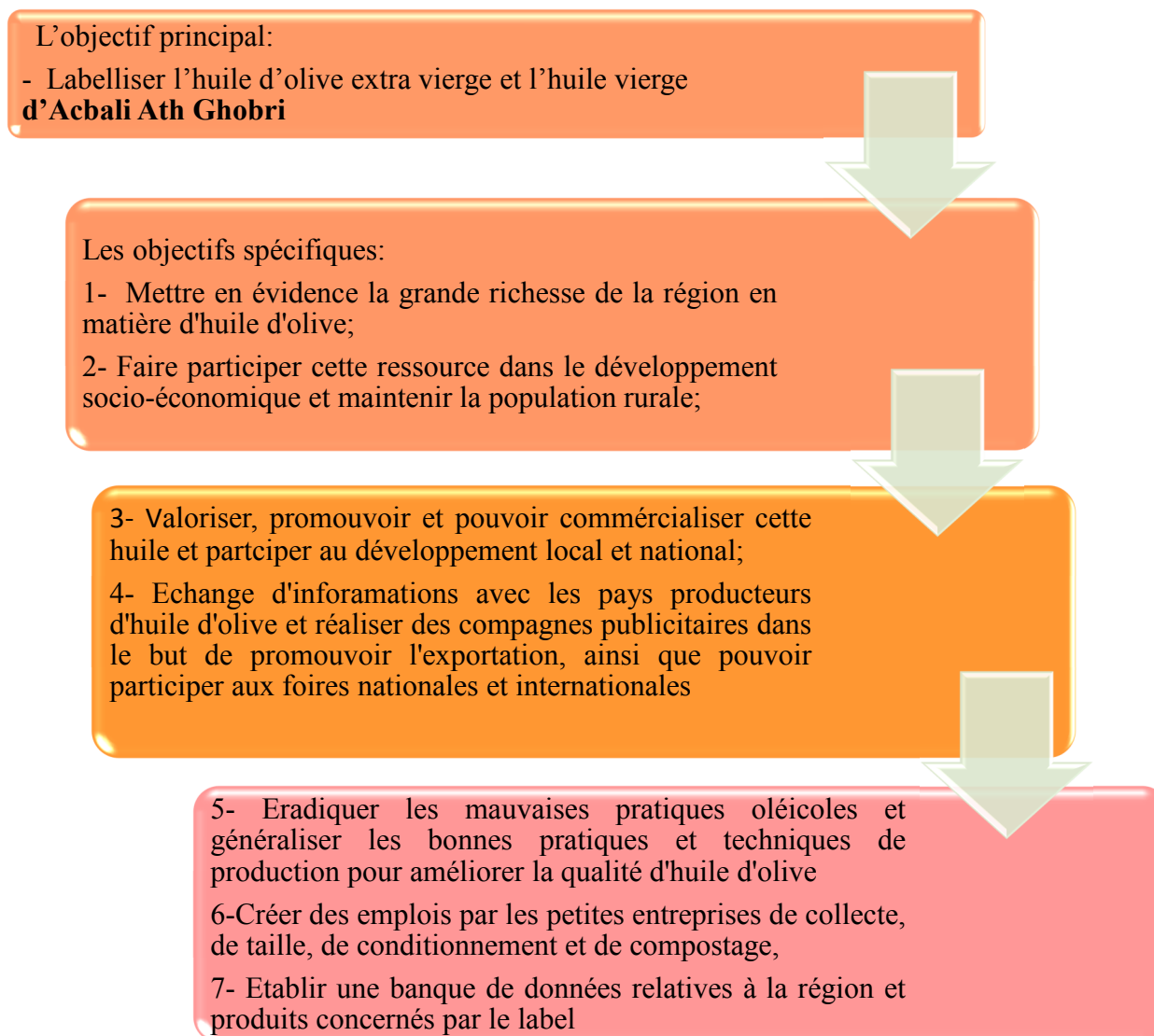
D'après la figure précédente, la commune de Zekri est classée première en termes de superficie oléicole avec 732 ha, ce qui représente 21%, suivie par Azazga avec 568 ha soit 18%, Illoula avec 479 ha (15%), Yakouren avec 398ha (12%), Ifigha avec 397ha (12%), Bouzeguene avec 300 ha (9%), Akerrou avec 275ha (8%), Idjeur avec 95ha (3%) et enfin Beni Zikki avec une superficie de 50ha ce qui représente uniquement 2% de la superficie totale.

II. Les objectifs du projet de labellisation de l'huile d'olive vierge et extra vierge d'Achbali Ath Ghobri

Ce projet a été initié dans le but de réaliser des objectifs que nous allons illustrer dans la figure suivante.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N° 65 : Les objectifs du projet de labellisation de l'huile d'olive vierge et extra vierge d'AchbaliAth Ghobri



Source : Réalisé par nous-même sur la base des données collectés auprès de M. MOULLA.

Un ensemble de règles spécifiques que les unités de conditionnement doivent suivre ont été établies dans un cahier de charges pour répondre à l'ensemble des caractéristiques réglementaires relatives à la qualité, au conditionnement, à l'élaboration, à la conservation et à la commercialisation de l'huile d'olive. Ce cahier de charges spécifie également les caractéristiques

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

spécifiques de l'huile d'olive d'Achbali Nath Ghobri afin de garantir aux consommateurs la conformité, la traçabilité et la qualité de cette huile.

Les huiles d'olive vierge et extra vierge, qui répondent aux exigences établies par la réglementation internationale régit par le COI et à celles qui figurent dans le cahier de charges, sont les seules à pouvoir obtenir le label de l'huile d'olive d'Achbali Nath Ghobri. Ces huiles doivent être produites et conditionnées dans l'aire géographique définie et issue, à 75% de la variété de Chamlal de Kabylie griffée sur oléastre, qui est la principale variété d'olive présente sur le territoire de la région d'Ath Ghobri, 15% des olives doit être de la variété d'Azzeradj et 5% des autres variétés.

Selon M. MOULLA. AO, pour que le projet de labellisation voit le jour, il faut respecter toutes les étapes du processus de production et toutes les conditions inscrites dans le cahier de charges que nous allons présenter dans le point suivant.

Le cahier de charges du label d'huile d'olive vierge et extra vierge stipule que le produit doit suivre le schéma suivant :

III. Schéma de la vie du produit

Le produit doit suivre plusieurs étapes qui peuvent être synthétiser dans le schéma ci-après.

III.1. Matière première

Qui est l'olive. La qualité de ce dernier est déterminante pour la qualité de l'huile obtenue. Cette qualité est également influencée par : les techniques culturales appliquées à l'olivier, le climat sous lequel l'olivier est cultivé, les traitements phytosanitaires utilisés sur l'olivier qui ne doivent se faire qu'en cas de risque avéré et sur autorisation.

III.1.1. La variété

Les huiles d'olive, vierge et extra vierge, obtenues doivent provenir majoritairement de la variété Chamlal de Kabylie griffée sur oléastres dans le territoire concerné par la labellisation Ath Ghobri, comme cité précédemment.

III.1.2. La cueillette des olives

La récolte doit commencer à partir du mois de novembre et se terminer au mois de janvier. Elle doit se faire directement sur l'arbre (les huiles d'olive obtenue des olives ramassées au sol ne peuvent pas être labellisées) et doit préférablement être manuelle comme elle peut également être mécanique. L'utilisation des produits d'abscission qui facilitent la récolte n'est pas permise. Les olives doivent être collectées à maturité optimale au stade véraison qui correspond à la couleur violacée de l'olive.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

III.1.3. Le transport et le stockage

L'utilisation des sacs ou des contenants en plastique pour stocker les olives destinées à la production des huiles d'olive vierge et extra vierge d'Achbali Nath Ghobri est déconseillée car ils ne conviennent pas au stockage des produits alimentaires et à leur transport. Les olives doivent être stockées et transportées dans des caisses en plastique alimentaire, rigide et aérées pour ne pas abîmer l'olive et ne pas altérer l'huile. Les olives doivent être stockées dans un local couvert, frais et aéré jusqu'à trituration pour assurer la qualité comme décrit dans le cahier de charges qui répond aux normes du COI.

III.2. Elaboration de l'huile d'olive

Les huiles doivent être produites en respectant les conditions suivantes :

III.2.1. Dispositions relatives aux huilleries

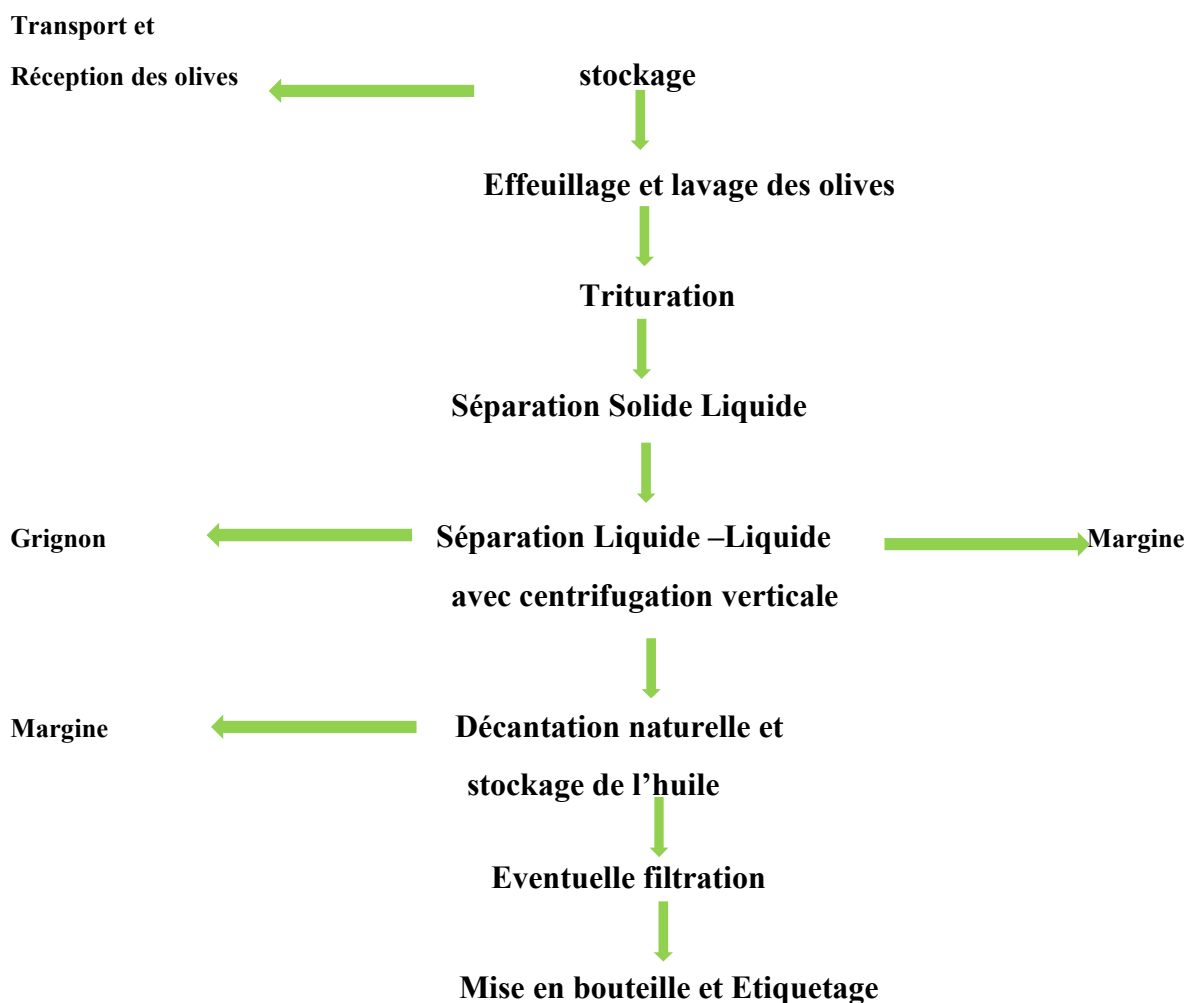
Les huiles d'olives doivent provenir des huilleries respectant les conditions techniques et sanitaires conformément à la réglementation en vigueur et au cahier de charges. Les unités de transformation et de conditionnement doivent être localisées dans le territoire Ath Ghobri.

III.2.2. Processus de fabrication des huiles d'olive vierge et extra vierge

L'huile d'olive doit être produite selon le processus de trituration par les huilleries modernes avec le respect des délais et des conditions de trituration (notamment la température qui ne doit pas dépasser les 27-28 C°) et le respect de la durée de malaxage (de 30 à 45 minutes).

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N° 66 :Processus de production.



Source : rééliser par nous-mêmes sur la base des données collectées du terrain.

- **La réception et le stockage des olives :** les olives transportées doivent être reçues dans des conditions optimales, ce qui va permettre la conservation de la qualité des olives et de l'huile qui sera produite.

Comme il a été déjà dit précédemment, les olives doivent être stockées dans des caisses ou palettes en plastique alimentaire. La hauteur des olives stockées ne doit pas dépasser 70 cm.

- **Lavage et Effeillage :** Le lavage des olives peut être effectué au moyen de systèmes utilisant une circulation forcée d'eau potable et propre permettant l'élimination des substances solubles dans l'eau, de la boue, de la terre et des pierres.

L'opération de l'effeuillage peut être réalisée manuellement ou avec des machines qui font le lavage et l'effeuillage au même temps : effeuilleuse-laveuse.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

L'eau utilisée dans le lavage doit répondre aux critères de l'OMS. Ça doit être une eau propre et potable ou de qualité supérieure et renouvelée le plus souvent possible.

- **La trituration des olives** : Le délais de trituration des olives doit être compris entre 48 heures et cinq jours. Le procédé utilisé doit être mécanique et la pâte doit être chauffée à une température ne dépassant pas les 27°C. La trituration peut être effectuée avec des broyeurs à meules en granit ou de broyeurs métalliques, munis de trous permettant de régler la taille des grains de la pâte ou dénoyant les olives. Dans le cas où l'extraction est faite sur une chaîne continue à trois phases, les quantités d'eau incorporée mises en œuvre au moment du malaxage ne doivent pas dépasser 50% du poids d'olive à triturer.

Pour la production des huiles d'olive vierge et extra vierge, l'extraction supplémentaire de la pâte n'est pas autorisée. En ce qui concerne les matériaux en plastique utilisés dans les installations des moteurs, ils doivent être sans additifs plastifiants.

- **La séparation liquide- solide** : l'extraction de l'huile est réalisée soit par :
 - **Percolation** : par un procédé qui utilise l'effet de la tension interfaciale de l'huile sur une lame ou une maille d'acier inoxydable séparant l'huile de la pâte malaxée.
 - **Pression** : par l'effet de la pression hydraulique de la pâte malaxée préalablement distribuée manuellement ou mécaniquement sur des scourtins permettant l'écoulement du jus de l'olive (huile et eau de végétation) de la fraction solide.
 - **Centrifugation** : par l'effet de la force centrifuge que le décanteur centrifuge horizontal génère permettant la séparation des composantes de la pâte d'olive malaxée en fonction de sa densité.
- **Séparation liquide- liquide** : la réalisation de cette étape se fait grâce à la centrifugation verticale, système employé dans toutes les installations pour séparer les fluides par l'effet de la différence de densité. Lors de la rotation, les deux liquides, l'eau et l'huile, se séparent l'un de l'autre et les résidus solides s'accumulent et sont expulsés par l'intermédiaire d'un système de sécurité automatisé.

III.3. La mise en bouteilles et étiquetage

La mise en bouteilles doit suivre le chemin suivant.

- **Dispositions relatives à la zone de mise en bouteille** : L'unité de mise en bouteilles ou l'unité de conditionnement doit être agréée conformément à la réglementation en vigueur. Elle doit comprendre des espaces couverts et indépendants les uns des autres qui doivent

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

être conçus en fonction de la capacité de production et de la taille des équipements nécessaires. Chacun de ces espaces doit être réservé à :

- stockage des matières premières nécessaires à la mise en bouteilles;
- stockage des bouteilles vides;
- stockage des huiles destinées à la mise en bouteilles ;
- conditionnement (mise en bouteille) des huiles ;
- stockage des huiles embouteillées ;
- stockage des produits et matériel de nettoyage et désinfection.

L'unité de mise en bouteilles doit être équipée des matériaux suivants :

- Des citernes pour le stockage de l'huile ;
- Un appareil de purification et de filtration ;
- Une remplisseuse ;
- Une capsuleuse ;
- Une étiqueteuse.

Une fois les huiles d'olive mises en bouteilles, ces dernières doivent être fermées hermétiquement et réservées à l'abri de la chaleur et de la lumière.

- **Filtration** : une éventuelle filtration de l'huile d'olive avant son conditionnement peut être réalisée par des dispositifs ou des équipements permettant la séparation de l'huile de toutes les particules solides au moyen de filtres utilisant des auxiliaires autorisés.
- **Mise en bouteille** : les huiles d'olive vierge et extra vierge produites sous label Achbali Nath Ghobri seront conditionnées dans des récipients en verre fumé, de préférence, ou en inox. Les autres matières, telles que le plastique, peuvent diffuser des substances dangereuses pour la santé du consommateur. Les huiles doivent occuper 90% ou plus du volume du récipient. La fermeture hermétique de ce dernier doit garantir la sécurité du produit et sa protection contre l'oxydation par l'air et éviter sa détérioration en empêchant son exposition aux rayonnements de la lumière.

Le conditionnement doit se faire à une température ne dépassant jamais 27°C.

- **Étiquetage et commercialisation** : les huiles produites sous label Achbali Nath Ghobri doivent porter des étiquettes réalisées conformément aux dispositions prévues par la réglementation nationale et internationale relative à l'étiquetage des produits alimentaires conditionnés. Selon ces dispositions, l'étiquetage doit comporter les mentions suivantes :
 - le logo d'Achbali Nath Ghobri ;

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

- les coordonnées, en clair, du responsable de la mise sur le marché ;
- les coordonnées de l'organisme de gestion de label ;
- origine de l'huile : Huile d'Achbali Nath Ghobri.

Ces mentions doivent être regroupées sur la même étiquette et présentées dans des caractères apparents, lisibles, indélébiles et suffisamment grands.

Les huiles obtenues au final (huile d'olive vierge et extra vierge) sous le label Achbali Nath Ghobri doivent être conformes aux caractéristiques physico-chimiques et sensorielles. Afin qu'une huile obtienne le label « huile d'olive d'Achabli Nath Ghobri », son producteur doit respecter toutes ces étapes et le non respect d'une seule étape conduira inévitablement à un produit non souhaité. Le point précédent résume le chemin de production que l'huile d'olive doit suivre pour pouvoir obtenir le label Achbali Nath Ghobri. Le point suivant mettra en relief la gestion de la qualité du produit et les conditions exigées par le cahier de charges du label.

IV. Gestion de la qualité

La gestion de la qualité comme énoncée dans le cahier de charges doit être comme suit :

IV.1. Les programmes prérequis en matière d'hygiène

- **Emplacement** : les unités de conditionnement des huiles d'olive vierge et extra vierge sous label Achbali Nath Ghobri doivent être situées dans des zones :
 - éloignées des sources de pollution et/ou sujettes aux inondations ou à des infestations par les ravageurs.
 - où les déchets, solides ou liquides, peuvent être évacués facilement.
- **Installation et équipements** : l'installation et les équipements doivent être soumis aux conditions suivantes :
 - L'installation doit être solide et réalisée de façon à permettre l'entretien, le nettoyage et la désinfection du matériel et avec des matériaux durables et résistants à toute détérioration causée par les conditions météorologiques, pédologiques ou autres;
 - L'installation doit être conçue de manière à ce que l'éclairage naturelle et l'aération soit suffisantes dans chacune de ses zones de travail et pourvue d'un dispositif contre les incendies;
 - Le matériel et/ou les équipements doivent fonctionner conformément à l'usage qui leur est destiné. Ils doivent être en bon état de fonctionnement et bien entretenus, fabriqués à base de matériaux inoxydables permettant de préserver la nature, la qualité et la composition des huiles destinées au conditionnement ;

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

- Tous les matériaux et les objets destinés à être mis en contact avec les huiles d'olive vierge et extra vierge du label Achbali Nath Ghobri doivent être fabriqués, stockés et transportés avec des moyens de qualité alimentaire, conformément aux règles d'hygiène et à la réglementation en vigueur, et doivent être justifiés d'une attestation sanitaire d'utilisation ;
- les équipements mobiles des machines doivent être protégés au moyen de dispositifs de sécurité ;
- le local (ou l'unité de production) doit être séparé à l'intérieur de façon à ce que les zones de travail soit nettement différenciées :
 - zone de conditionnement proprement dite éclairée, aérée, sans odeurs étrangères, sans fumées et munie d'un système d'évacuation d'air force ;
 - zones de stockage et de conservation de l'huile : de température stable inférieure à 22°C et un minimum d'éclairage et d'aération.
- **Personnel** : le personnel exerçant dans l'unité de conditionnement est tenu à :
 - être en bonne santé ;
 - être assuré ;
 - être soumis au contrôle médical et sanitaire à l'embauche et périodiquement, conformément à la réglementation en vigueur ;
 - porter la tenue de travail adéquate et propre ;
 - porter une coiffe et des bottes si nécessaire ;
 - respecter les règles d'hygiène, de propreté corporelle et de comportement personnel, conformément à la réglementation en vigueur.
- **Locaux** : Les locaux de l'unité de conditionnement doivent être :
 - propres avec un bon entretien régulier, conforme aux règles d'hygiène et de sécurité professionnelle en vigueur ;
 - construits avec des matériaux solides, faciles à entretenir, à nettoyer et à désinfecter ;
 - bien aérés, ventilés mécaniquement ou naturellement ;

Ces unités doivent aussi répondre aux conditions suivantes :

- existence des réseaux d'évacuation des eaux pluviales et des eaux usées et déchets qui doivent être traités dans des espaces indépendants ;
- respect des dispositions liées à la protection de l'environnement et du milieu, conformément à la réglementation en vigueur ;
- les sols doivent être pavés de matériaux étanches, non absorbants et antidérapants ;

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

- les murs et les cloisons doivent être couverts de matériaux étanches et non absorbants, de couleur claire et facile à désinfecter. Ils doivent avoir une surface lisse jusqu'à une hauteur appropriée.
- les plafonds et les accessoires suspendus au plafond doivent être construits et finis de manière à minimiser l'accumulation de la saleté et la condensation des vapeurs.

Section 04 : L'interprétation des résultats

I. Présentation de l'enquête

Notre enquête s'est déroulée au niveau du territoire d'Ath Ghobri durant la période mars 2020 / janvier 2021, auprès des principaux acteurs du projet de labellisation Achbali Nath Ghobri tels que les administrations locales, la chambre d'agriculture de Tizi-Ouzou, la Direction du Service Agricole, la Subdivision Agricole de la daïra de Bouzeguene et d'Azazga et les quelques producteurs.

Notre investigation s'est faite auprès de 15 producteurs d'huile d'olive dans les deux dairas Azazga et Bouzeguene, 15 huileries modernes et 02 quelques huileries traditionnelles afin de pouvoir faire une petite comparaison entre elles.

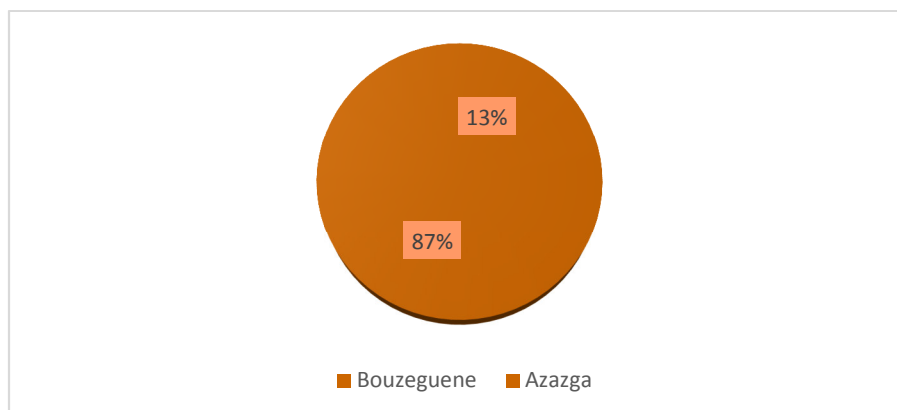
Les conditions énoncées dans le cahier de charges de labellisation des huiles d'olive vierge et extra vierge d'Achbali Nath Ghobri ont été vérifiées sur le terrain et les résultats sont détaillés dans ce qui suit.

I.1. Répartition des huileries selon les deux daïras

Les 15 huileries que nous avons visitées sont réparties comme suit : 11 dans la daïra de Azazga et 4 dans la daïra de Bouzeguene.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Graphe N° 67 : Répartition des huileries en fonction des daïras.



Source : Fait par nous-mêmes sur la base des données collectées sur le terrain.

I.1.1. Matière première

Le point qui suit interprète les résultats collectés sur le terrain

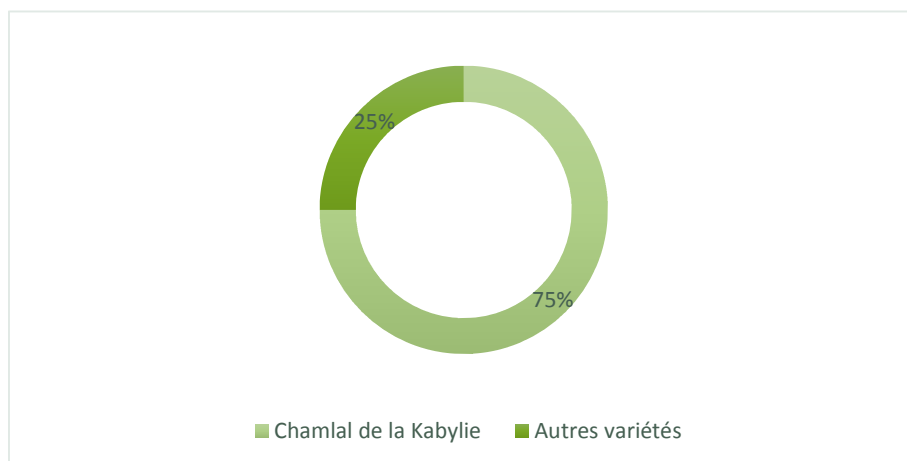
1. La situation des vergers : selon le cahier de charges, nous avons cités précédemment les conditions posées sur la situation des vergers qui doivent être dans le territoire Ath Ghobri et sur les olives collectées qui doivent provenir de ce territoire.

Sur le terrain, ces conditions ne sont pas respectées car les huileries reçoivent les olives de régions hors ce territoire. Les producteurs achètent des olives d'ailleurs tels que Akbou, Bouira et Batna. Près de 80% des productions proviennent des olives de ce territoire.

2. Variété d'oliviers : Selon la figure, les huiles sont produites avec 75% de la variété Chamlal de la Kabylie, le reste des olives provient des autres variétés (Azerraj et autres). La condition sur les variétés des olives utilisées pour la production des huiles vierge et extra vierge d'Achbali Nath Ghobri, comme énoncée dans le cahier de charges, est respectée avec une provenance majoritaire de la variété recommandée.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N°68 : Les résultats de notre enquête.



Source :Fait par nous-mêmes sur la base des données collectées sur le terrain.

3. La cueillette des olives : les conditions et les constatations faites sur le terrain à propos de ce point sont résumées dans le tableau suivant:

Tableau N°12 : conditions et les constatations faites sur le terrain

Conditions	Constatations sur le terrain
La cueillette doit se faire directement de l'arbre	Seulement 5% des producteurs respectent cette condition
La cueillette doit se faire entre début novembre et fin janvier tradition pratique ancestrale	90% des producteurs respectent cette condition
Les olives ramassées du sol ne doivent pas être triturées	Tous les types d'olives reçues sont triturées

Source : Fait par nous-mêmes sur la base des données collectées du terrain ;

Selon les données contenues dans le tableau, uniquement 5 % des producteurs respectent la méthode de collecte des olives qui doit se faire directement sur l'arbre.

La seconde condition concernant la période de la collecte est, quant à elle, majoritairement respectée. La quasi-totalité des producteurs commencent la cueillette des olives au mois d'octobre et terminent en fin janvier (une tradition ancestrale qui influe positivement sur cette condition). Selon les saisons, si la production est importante la période de la cueillette va jusqu'au mois de février.

Les olives doivent être récoltées lorsque leur couleur est violette pour avoir une huile vierge et extra vierge, comme indiqué sur la photo (01). Cependant, sur le terrain, nous constatons que la

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

plupart des producteurs récoltent les olives lorsque leur couleur passe du violet au noir car les olives noires produisent plus d'huile (photo 02 et 03). Ce raisonnement est typiquement traditionnel. La préoccupation primaire de nos anciens était d'avoir une quantité d'huile suffisante pour toute l'année, le critère de la qualité leur importait peu. Sur ce point encore, les traditions dominent.



Image (01)



Image (02)



Image (03)

La troisième condition, celle ne permettant pas la trituration des olives ramassées au sol, n'est respectée par presque aucun producteur. Ces derniers triturent tous les types d'olives reçues, qu'elles soient cueillies directement sur l'arbre ou ramassées du sol. Les agriculteurs qui séparent ces deux types d'olives sont vraiment rares, 95% des olives reçues sont mélangées.

En somme, ces conditions ne sont pas respectées par la totalité des producteurs ce qui fait que le produit final n'est pas celui souhaité.

4. Le stockage de la matière première (olives) : les olives doivent être stockées et transportées dans des caisses en plastique. Sur les 15 huilerie, uniquement 07% des quantités des olives sont reçues dans des caisses. Le restant arrive des sacs en plastique (photo N°04 et 05).

- **Les olives reçues doivent être stockées dans des locaux couverts, aérés et aménagés**



Image N°04



Image N°05

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Comme indiqué sur les deux photos précédentes, la condition sur le stockage n'est pas respectée par les producteurs. Celui-ci se fait dans des cours devant les huileries où les sacs d'olives sont remplis et superposés, ce qui abîme systématiquement presque toute les olives.

Les producteurs et agriculteurs que nous avons interrogés déclarent ne pas vouloir investir dans l'achat des caisses pour le transport car le stockage, dans ce cas, coûterait cher.

I.1.2. Le processus de production

Les résultats de notre investigation concernant le processus de production est détaillera dans le point suivant

1. Effeillage et lavage : les 15 producteurs auprès desquels nos investigations se sont faites utilisent des effeuilleuses- laveuses pour laver et effeuiller les olives. Cette condition est respectée par la totalité des producteurs. L'eau utilisée pour le lavage est également propre et souvent renouvelée.

2. La trituration des olives : selon nos constatations, les olives sont triturées dans un délai qui ne dépasse pas les cinq jours, comme exigé dans le cahier de charges. Mais parfois, lorsque les compagnes oléicoles sont importantes, cela prend jusqu'à un mois. Certaines huileries respectent cette condition et triturent les olives dans les plus brefs délais (huilerie de Mr Boukersi, Mr Amazit, Mr Cherifi).

Les 15 producteurs interrogés n'utilisent que des procédés mécaniques dans l'extraction de l'huile.

Un échauffement supplémentaire de la pâte pour une extraction de plus d'huile est interdit mais il est cependant fait par un certain nombre de producteurs pour obtenir plus d'huile tout en respectant la température de 27° (au froid). L'addition de l'eau est nécessaire dans le procédé d'extraction à trois phases mais avec des quantités ne dépassant pas 50% du poids d'olives destinées à la trituration. Cette condition est respectée par les producteurs.

La durée de malaxage des olives ne doit pas dépasser 40 à 45 minutes pour produire des huiles vierge et extra vierge d'Achbali Nath Ghobri. Notre enquête révèle que 04 producteurs sur les 15 prolongent cette durée de malaxage dans le but de produire plus d'huile ce qui se répercute négativement sur la qualité finale du produit.

Le non-respect de ces conditions et négligence de ces facteurs (la température, le temps de malaxage, la durée du stockage, les conditions du transports) influe sur la qualité de l'huile obtenue qui sera appauvrie en composants aromatiques avec une couleur claire et un goût amer.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

I.1.3 Le stockage

Les huiles produites doivent être stockées à l'abri de la lumière et de la chaleur car ces deux facteurs ont un effet négatif sur sa qualité. L'inox est la matière la plus adéquate pour stocker l'huile, et ce, dans des zones de températures entre 12 et 22°C. Cependant, le stockage se fait le plus souvent dans des cuves en plastique alimentaire ce qui se répercute négativement sur la qualité de l'huile. Nous avons constaté sur le terrain que les producteurs utilisent des citernes en inox et aussi en plastique pour le stockage mais le facteur température n'est généralement pas pris en considération.

Ces récipients (bouteilles) de stockage sont hermétiquement fermés avec un contenu qui ne dépasse les 90 % mais elles sont en plastique. Les bouteilles en verre sont destinées à une clientèle particulière.

I.1.4 Conditions de travail

Pour ce présent point nous avons profité de notre présence au niveau des huileries pour observer si elle dispose de ces conditions ou pas et les résultats sont les suivants :

- Équipement : les producteurs utilisent des matériaux en inox inoxydable qui sont entretenus, nettoyés et désinfectés d'une façon régulière, selon les 15 huileries interrogées.
- Le transport se fait dans des camions.
- Locaux : toutes les unités de production possèdent un réseau d'évacuation des eaux usées et des espaces indépendants pour collecter les déchets solides.
- Personnels : Les travailleurs dans les huileries portent des combinaisons (parfois des tabliers et des bottes) propres pour le travail.

Les résultats précédents de notre enquête nous ont amené à constater que le processus de production tel décrit dans le cahier de charges pour l'obtention d'une huile d'olive vierge extra n'est pas respecté. Nous rappelons que si l'une des étapes est non respectée, la labellisation du produit ne sera pas possible. Ces résultats confirment notre seconde hypothèse

Malgré ce non-respect de la totalité des étapes du processus nécessaire pour la labellisation de l'huile d'olive, cet objectif ne semble pas être impossible à atteindre vu la volonté des producteurs. Nous avons sélectionné 20 questions que nous avons estimé être les plus pertinentes (Annexe 01) parmi celles posées aux producteurs concernant la matière première, le processus de production et le stockage (les trois plus importants piliers). Après analyse des réponses obtenues,

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

nous avons conclu que près de 80% de ces étapes sont respectées par tous les producteurs. Ce résultat nous prouve que l'espoir nous est permis.

II. Niveau de formation des producteurs et des salariés

Durant notre première enquête sur le terrain, nous avons rencontré des difficultés à interviewer les producteurs et/ou travailleurs ce qui nous a obligé à utiliser la langue maternelle (Kabyle) pour expliquer certains termes tels que « la labellisation » de l'huile d'olive. Nous en avons conclu que certains d'entre eux ne sont pas formés et nous en avons eu le réflexe de faire une petite recherche concernant leur niveau d'étude.

II.1. Répartition des producteurs (gérants, propriétaires) selon leur niveau de formation

Le tableau suivant illustre le nombre des producteurs en fonction de leur niveau d'étude.

Tableau N° 13 : Répartition des producteurs selon le niveau de formation.

Niveau de formation	Nombre	Pourcentage
Sans formation	1	7%
Niveau primaire	2	13%
Niveau secondaire	3	20%
Niveau Bac	4	27%
Bac et plus	5	33%
Total	15	100%

Source : Fait par nous-mêmes sur la base des données collectées sur le terrain.

20% des producteurs interrogés ont un niveau secondaire, 27% n'ont pas eu leur bac, 13% des oléificateurs n'ont fait que des études primaires, 7% sont sans formation et 33% sont diplômés (Technique, Comptabilité, Économie...). Ces derniers ont, comme mentionné, des diplômes hors de filière oléicole et exercent, pour la quasi-totalité, d'autres activités en parallèle.

II.2. Répartition des travailleurs dans les huileries selon leur niveau de formation

Dans chaque huilerie visitée, le nombre des travailleurs varie entre cinq et neuf dans les huileries modernes et entre trois et cinq dans les huileries traditionnelles (ceci dépend de la compagnie oléicole). Nous allons étudier le cas des huileries modernes : dans ce type d'unités, durant les compagnes oléicoles importantes, le nombre de travailleurs peut atteindre 10 et, parfois, des équipes sont formées pour s'alterner jour et nuit. Le tableau suivant illustre les données collectées auprès de ces huileries concernant le niveau d'étude des travailleurs.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Tableau N° 14: Répartition des travailleurs selon le niveau de formation.

Niveau de formation	Effectifs	Pourcentage
Sans formation	11	10%
Niveau primaire	39	36%
Niveau secondaire	47	44%
Niveau Bac	4	4%
Bac et plus	7	6%
Total	108	100%

Source : Fait par nous-mêmes sur la base des données de notre enquête.

Selon les données résumées sur le tableau précédent, la majorité des travailleurs (80%) ont un niveau d'étude ne dépassant pas le secondaire.

Selon les résultats obtenus, nous constatons que le niveau d'étude des travailleurs et producteurs est très limité.

III. Vente et Revenu d'huile d'olive

85% des producteurs oléicole du territoire Achbali Nath Ghobri commercialisent leurs huiles d'une façon directe. Cette vente se fait dans les unités de production, les huileries ou dans des résidences conditionnées, et même dans les alimentations générales, dans des bouteilles en plastiques de différents volumes : 1L, 1.5L, 2L, 5L, 10L, 20L, selon les besoins du client à des prix soit fixes ou variables allant de 600 DA à 850 DA.

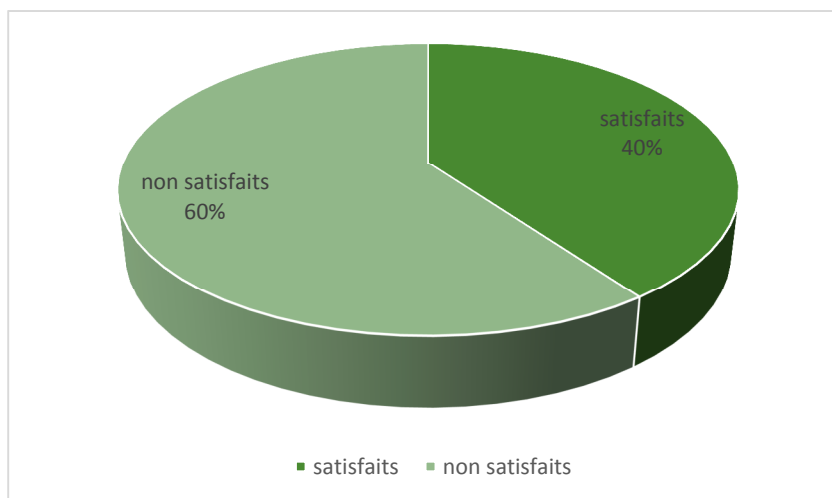
Les agriculteurs augmentent, parfois, le prix de l'huile qui atteint 850 DA en raison de l'entretien des verges et des charges liées à la production qui sont importantes. Les prix dépendent également des quantités produites par compagne oléicole. À titre d'exemple, durant la compagne de 2019-2020 où les productions ont été importantes les prix ont baissé jusqu'à 600 DA/L.

Près de 60% des producteurs d'huile d'olive ne sont pas satisfaits du revenu de leur activité oléicole et exercent, en général, d'autres activités en parallèle.

Le 40% restants ont satisfaits de leurs activités oléicoles mais exercent, eux aussi, d'autres activités en parallèle.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Figure N°69 : Le revenu des producteurs.



Source : Fait par nous-mêmes sur la base des données de notre enquête.

Notre enquête nous permet de constater que les producteurs d'huile d'olive de la région Ath Ghobri sont obligés d'acheter des olives des autres régions et parfois d'autres wilayas que Tizi-Ouzou (Bouira, Akbou...). Ceci est justifié par le fait que la région Ath Ghobri ne possède pas d'excès de production d'olive. L'huile de cette région possède, néanmoins, une bonne réputation qui attire les consommateurs.

Les producteurs de la région de notre étude participent à des manifestations et à des expositions régionales et, certains, à des foires nationales dans le but de faire connaître leurs huiles d'olive (participer à des fêtes des produits de terroir, aux festivals qui se font dans les différentes régions, à la foire nationale des produits de terroir...).

Le Village Tabourt, commune d'Ifigha organise, durant ces dernières années, une fête d'huile d'olive (la première fois a été célébrée le 20-21 février 2014 et la dernière le 2-3 mars 2019). Cette fête est organisée par le comité du village avec l'aide de tous les villageois ainsi que celui du président de l'APC. Elle est célébrée dans le but de faire connaître le territoire de production de ce produit précieux et de le promouvoir.

Les 15 producteurs interrogés rencontrent un ensemble de difficultés période pour vendre leur huile d'olive telles que :

- La difficulté d'accès au marché vu les prix élevés qui sont justifiés par les charges liées à la production ainsi que celle que les agriculteurs supportent pour l'entretien de leurs vergers. Ces charges sont importantes comparées aux quantités récoltées.
- Les conditions de transport
- Les conditions de stockage

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

- Le conditionnement
- La forte concurrence
- L'exigence de qualité

Cet ensemble de difficultés représentent un argument suffisant pour pousser et encourager ce projet de labellisation.

Incontestablement, l'accès au marché est le premier argument motivant dans cette démarche de labellisation avancée par la coopérative oléicole Achbali Nath Ghobri, dans le but de trouver une place à leurs produits que ce soit à l'échelle nationale ou internationale.

IV. Le rôle social de l'activité oléicole dans le territoire d'Ath Ghobri

Nous avons constaté que l'activité oléicole sur le territoire d'Ath Ghobri possède une place sociale importante plutôt qu'économique. C'est une activité familiale transmise d'une génération à une autre, ce qui fait d'elle un héritage à protéger. L'huile d'olive est un produit qui confirme sa valeur sociale, c'est un moyen d'échange, d'organisation sociale et de création de liens sociaux. C'est durant ces dernières années que ce produit fameux commence à regagner sa place dans l'économie et que les gens commencent à se rendre compte de la valeur et des revenus que l'huile d'olive peut générer c'est ce qui a encouragé beaucoup plus ce projet de labellisation d'huile d'olive.

98% des unités de production enquêtées sont héritées et c'est un patrimoine qui doit être protégé et transféré d'une génération à une autre. Dans ce territoire cette activité est ancrée dans leur culture et elle est principalement orientée vers l'autoconsommation.

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

Conclusion

Labelliser un produit consiste à lui attribuer un signe de qualité ou d'authentification. La labellisation a été développée pour récompenser les producteurs qui respectent les normes officielles de qualité et, également, pour permettre d'indiquer aux consommateurs la provenance et l'origine du produit.

Dans cette présente étude, qui est une tentative d'analyser les contraintes de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri, nous avons constaté que les oléiculteurs interrogés, qui sont généralement de petits exploitants ou des propriétaires de huileries héritées de leurs familles, les huiles ne sont pas suffisamment rentables. Ses producteurs se plaignent de ce manque de rendement.

Nous avons vérifié les conditions énoncées dans le cahier de charges sur le terrain. Nous avons scindé ces conditions en quatre piliers principaux : la matière première, la trituration des olives, le stockage et le conditionnement et, enfin, les conditions de travail. Nous avons constaté que la majorité de ces conditions sont respectées par les producteurs, parmi lesquelles nous citons :

- La situation des verges, qui doit être sur le territoire Ath Ghobri ainsi que les unités de production,
- Les variétés des oliviers : 75% des olives destinées à la production de l'huile d'olive vierge extra qui aspire à l'obtention d'un label doit provenir de la variété Chamllal de la Kabylie, 15% de Azzeradj et 5% des autres variétés,
- La cueillette des olives : Elle doit être manuelle et commencer au début du mois de novembre et peut se prolonger jusqu'à la fin du mois de janvier,
- Le processus de production : Celui-ci est majoritairement respecté, particulièrement, concernant l'eau utilisée qui doit être propre et constamment renouvelée. Le lavage et l'effeuillage doivent se faire manuellement ou avec des effeuilleuses-laveuses. Enfin, le malaxage qui doit faire intervenir des procédés mécaniques en respectant les températures recommandées (ne doivent pas dépasser 27°) et une durée n'excédant pas 45min,
- Les conditions de travail telles que l'évacuation des eaux usées et la gestion des déchets sont respectées par tous les producteurs interrogés.

Il reste, néanmoins, des conditions qui ne sont pas respectées par la totalité des producteurs, nous en citons :

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l'huile d'olive Achbali Nath Ghobri.

- La cueillette des olives qui doit se faire directement sur l'arbre lorsque leur couleur passe du vert au violet, et ce, sans avoir recours à des outils agressant les branches. Les producteurs interrogés reçoivent tous types d'olives même celles ramassées du sol.
- Le stockage : Celui-ci devrait se faire dans des caisses en plastique aérées, dans des locaux couverts et à l'abri de la lumière et de la chaleur alors que, sur le terrain, le stockage se fait dans des sacs en plastique souvent empilés avec des durées dépassant les 5 jours énoncés dans le cahier de charge ;
- Le processus de production : Les 45 min de malaxage recommandées dans le cahier de charges sont souvent prolongées par certains producteurs dans le but d'avoir une plus grande quantité d'huile.
- Le stockage de l'huile : Il devrait se faire uniquement dans des citernes en inox alors que les producteurs utilisent des citernes en plastique alimentaire.

Cette labellisation peut entraîner et générer des surplus de coûts de production d'huile d'olive extra vierge que le producteur seul ne peut pas supporter. Dans ce cas-là, l'opportunité de cette démarche se pose avec acuité mais avec un peu plus d'effort, de volonté, de mobilisation ainsi que de formation et d'information de ces producteurs, cette labellisation pourra voir le jour.

Conclusion Générale

Conclusion générale

Nous avons essayé de montrer dans ce travail, dans un premier temps, la place importante qu'occupe le secteur agricole dans les économies des pays. L'agriculture a une mission majeure qui est l'alimentation de la population. Malgré que la majorité de la population mondiale soit urbaine, l'activité agricole reste une activité principale exercée par une large part de l'humanité.

Dans les pays en développement, en matière d'agriculture et d'alimentation, l'État doit intervenir pour assurer la sécurité alimentaire de façon permanente et favoriser l'augmentation de la productivité de toutes les terres disponibles. Cela est valable pour les pays Sud de la méditerranée, où les États doivent également intervenir pour préserver la fertilité des terres agricoles à long terme par la lutte contre l'érosion et la désertification. En Algérie, durant les années 1960 jusqu'au années 1980, les pouvoirs publics sont intervenus dans le secteur agricole à travers un ensemble de plans et de programmes. Les missions principales assurées durant cette période, dans le cadre d'un système politique et économique planifié, sont inhérentes particulièrement à la concrétisation de l'autosuffisance alimentaire. Cet objectif n'est pas réalisé étant donné que cette vision des choses exige la réalisation de tous les besoins alimentaires du pays, chose irréaliste même dans les pays développés.

Durant les années 2000, une redynamisation du secteur agricole est concrétisée à travers un ensemble de plans dédiés au développement de différentes filières de production. La filière oléicole a bénéficié d'un montage financier permettant de prendre en charge les actions relatives à l'investissement et à la modernisation de l'activité. Un intérêt particulier est accordé à la création des huileries modernes. Dans ce cadre, la wilaya de Tizi-Ouzou a bénéficié de plusieurs investissements relevant de la modernisation de l'activité apicole.

Par ailleurs, nous avons mis l'accent sur le concept de territoire qui est au cœur des préoccupations des scientifiques et des acteurs économiques. L'ensemble des définitions décrivent ce dernier comme étant un lieu géographique délimité qui implique l'existence de frontières ou de limites.

C'est un espace transformé par l'homme. Il est également défini par ses acteurs locaux et ses ressources qui font de lui un lieu spécifique. Nous avons également abordé le concept « terroir » qui est une portion du territoire, c'est un lieu géographique délimité et qui englobe un ensemble de composantes humaines, techniques, culturelles, historiques, agronomiques et pédoclimatiques mesurables. Le lien d'un produit à son aire de production est représenté par un ensemble de caractéristiques que ce dernier obtient de son terroir et qui lui confère une spécificité, une différenciation des autres produits comparable et une réputation sur le marché. C'est une identité.

Conclusion Générale

Nous avons, ensuite, posé la problématique des produits de terroir comme richesse territoriale et locale non valorisée. Ces produits de terroir recèlent des potentialités qui doivent être exploitées.

La valorisation de ces produits participera au développement du pays, à la protection du producteur de la fraude, de l'usurpation de l'identité-image d'un produit et d'un territoire. Cette valorisation ne se limite pas uniquement à ça mais tend aussi à défendre les terroirs et leurs produits et à faire participer ces richesses aux évolutions mondiales.

La valorisation et la promotion de ces produits de terroir de type agricole se fait via une labellisation. Cette dernière consiste à lui attribuer un signe de qualité ou d'authentification (AOC, AOP, Label rouge, AB, STG, IGP...) dans le but de récompenser les producteurs qui respectent les normes officielles de qualité et d'indiquer aux consommateurs la provenance et l'origine du produit. Nous avons présenté quelques exemples comme celui du Maroc et de la Tunisie qui ont réussi à labelliser certains de leurs produits de terroir de type agricole. En France, également, les produits agro-alimentaires sous signes officiels d'origine et de qualité ont été d'une très grande importance dans le secteur économique. En 2016, par exemple, plus de 1000 produits sous SIQO ont réalisé un chiffre d'affaires total de 30 milliards de dollars soit plus d'un tiers de la valeur de la production agricole dont 21 milliards de dollars pour les vins et spiritueux et 4.2 milliards de dollars pour les produits issus de l'agriculture biologique.

En Algérie, cette démarche comme nous venons de le vérifier est encore à ses débuts. Afin de pouvoir réaliser ce processus, un ensemble d'actions et de mesures doivent être entreprises, et ce, avec une meilleure coordination des acteurs locaux et en incitant les agriculteurs à se regrouper en associations et/ou coopératives. Ce processus nécessite la participation et la mobilisation de tous les acteurs locaux notamment les pouvoirs publics. Ces derniers jouent un rôle primordial dans ce processus de labellisation que ce soit au niveau local ou national.

Nous avons enchaîné en mettant en exergue l'olivier et son fruit, l'olive, que nous avons choisi pour notre étude. Cet arbre est omniprésent dans le bassin méditerranéen en faveur des conditions climatiques qui sont favorables à sa culture à savoir : un été chaud et sec en été et un hiver froid et pluvieux. La plus grande production de l'huile d'olive dans le monde est détenue par l'Espagne avec plus de 1 millions de tonnes annuellement. La Grèce, l'Italie, le Maroc, la Tunisie et la Turquie sont parmi les dix premiers producteurs mondiaux de l'huile d'olive. L'Algérie occupe généralement le 7ème rang en termes de production mais n'arrive toujours pas à avoir une place sur le marché mondial étant donné que son huile n'est pas labellisée.

Conclusion Générale

L'huile d'olive d'Ath Ghobri, qui est un trésor national d'utilité publique, est l'un des produits les plus ciblés par cette démarche de valorisation et qui fait l'objet d'une démarche d'Indication Géographique (IG). Afin de valoriser ce précieux produit, un ensemble d'acteurs locaux se sont mis en coopérative, baptisée « Achbali Nath Ghobri ». Cette coopérative a eu des suites favorables mais cette huile n'arrive toujours pas à avoir un label. Ce projet de labellisation de l'huile d'olive concerne le territoire Ath Ghobri. Ce dernier englobe neuf communes appartenant à deux daïras principales : Azazga et Bouzeguene.

Un cahier de charges a été établi par cette coopérative. Il énonce un certain nombre de conditions que nous avons scindé, dans le quatrième chapitre, en quatre piliers principaux : la matière première, le processus de trituration, le stockage et le conditionnement et, enfin, les conditions de travail. Nous avons vérifié ces conditions sur le terrain. Notre investigation s'est faite auprès d'un échantillon de 15 huileries modernes sur les 22 huileries se situant sur le territoire Ath Ghobri. Nous avons constaté que la plupart des conditions citées précédemment sont respectées par les producteurs telles que : la période de la collecte, la collecte manuelle, le temps et la température de malaxage, l'échauffement de la pâte, le stockage qui se fait par certains producteurs dans des citernes en inox et la gestion des déchets et eaux usées dans les huileries. D'autres conditions restent, néanmoins, non respectées par la totalité des producteurs comme : le ramassage des olives du sol, l'utilisation des sacs en plastique pour le stockage des olives et des citernes en plastiques pour le stockage des huiles produites, la réception des olives provenant d'ailleurs que le territoire Ath Ghobri, le malaxage qui dépasse la durée recommandée (45 min) et le stockage qui se prolonge jusqu'à plus de cinq jours.

Les conditions non respectées constituent des contraintes à lever pour que l'huile d'olive produite soit éligible à l'obtention d'un label.

La réussite de cette démarche de labellisation nécessite, également, l'intervention des pouvoirs publics. Un ensemble de conditions essentielles pour l'aboutissement de cette démarche devraient être assurées par l'État telles que :

- Des organismes réglementaires,
- Des organismes de certification,
- Un circuit commercial.

L'absence de ces conditions forment les principales obstacles qui entravent l'atteinte de l'objectif m

Conclusion Générale

ajeur de la coopérative qui consiste à labelliser l'huile d'olive d'Achbali Nath Ghobri, ce qui confirme notre première hypothèse.

La concrétisation du processus de labellisation des produits de terroir peut constituer une voie vers l'exportation contribuant au développement local. En effet, pour la réussite de cette démarche de labellisation, un ensemble d'actions doit être mis en place :

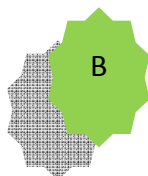
- Sensibiliser : afin de développer les motivations, et ce, à travers des conférences, des séminaires et des journées de formation des agriculteurs et des producteurs...
- Prédire : dans le but de développer l'esprit d'entreprendre à travers des études de cas, d'organisation de projets en équipe...
- Former : pour développer les compétences spécifiques pour la création d'une unité de production et le suivi des étapes nécessaires pour atteindre la production souhaitée « huile d'olive vierge extra »
- Incuber : accompagner le lancement de nouvelles huileries pour une meilleure réussite.

Pour terminer nous pouvons confirmer l'existence de fortes potentialités territoriales qui peuvent constituer un élément déclencheur de développement de plusieurs localités au regard de la valeur nutritionnelle dont elles disposent et le climat favorable permettant le développement des produits de terroirs en Algérie.

BIBLIOGRAPHIE



- ❖ **AMZIANE L**, (2016), « La datté algérienne : un produit du terroir de qualité mais faiblement valorisé » ; p. 24.
- ❖ **ABDELAOUI I**, (2016), Université Mohamed Khider, Biskra, mémoire de magister en sciences agronomiques, Les produits de terroir en Algérie : état des lieux, enjeux et efficacité des stratégies de développement (Cas des dattes Deglet Nour de Tolga) ;
- ❖ **ADRIEN S**, (2013), « Les produits de terroir en France et leur influence sur l'authenticité perçue de la clientèle en grande distribution » ;
- ❖ **AMANI F**, (2011), mémoire de recherche : innovation et développement des terroirs ruraux. Thème : « construction d'un terroir : modalités, approches et perspectives (synthèse de sept terroirs méditerranéennes) ». société rural : territoires et gestion de ressources naturelles – IDTR SOTERN, Montpellier : CIHEAM/IAMM ;
- ❖ **ALLAIRE G**, (2010), (INRA, Toulouse, France), décembre. Produits de terroir : dimensions culturelles et attentes sociétales ; p01 ;
- ❖ **ALLAIRE G. (2009)**. « Diversité des Indications Géographiques et positionnement dans le nouveau régime de commerce international », Options Méditerranéennes N°89. P.P. 53-68.



- ❖ **BARJOLLE D, BOISSEAU S, DUFOUR M**,(1998) Le lien au terroir bilan des travaux de recherche ;
- ❖ **BOUDICHE S, BORNAZ S, KACHOURI F.** (2003), « La compétitivité du secteur de l'huile d'olive en Tunisie » : prix, qualités et avantage concurrentiel national.
- ❖ **BOUCHAMA I, BOUCHEMAL. S** (2016), Université 8 Mai 1945 Guelma, Mémoire de Master, Thème : Labellisation des Produits Agricoles ou d'Origine Agricole : État des Lieux et Contraintes (cas de l'Algérie) ;
- ❖ **BODSON D, DUQUESNEB, LEBAILLY.PH**, décembre 2005- juillet 2006, UCL France : « produit de terroir : nourriture nostalgique et/ou appétit nouveaux ? » enquête lors de

BIBLIOGRAPHIE

manifestation agricole, Unité d'Économie de Développement Rural, FUSAGX ? Unité d'Anthropologie et Sociologie, P.01

❖ **BERNARD B** (2018); « Le nouveau contexte du développement de l'agriculture dans le monde » ;

❖ **BENYOUCEF B** (2016), I.T.A de Mostaganem, Université de Montpellier I et Université de Batna, Le rôle de l'agriculture dans le développement économique et social. Qu'en est-il de l'Algérie ?

❖ **BENDRISS K**,« Chef de la Division de la Labellisation (DDFP) », (2018) « Cadre législatif et réglementaire des signes distinctifs d'origine et de qualité au Maroc » ;

❖ **BERNARD B**, (2008) « le nouveau Contexte du Développement De l'agriculture Dans le monde », P. 01 ;

❖ **BESSAOUD O**(2009). « Dynamique de l'offre de produits de qualité, marchés et organisations des producteurs en Méditerranée ». In Options Méditerranéennes, A, N°89, p.73-87.

❖ **BESSAOUD O**. L'agriculture en Algérie : de l'autogestion à l'ajustement (1963-1992);

❖ **BERARD L, et MARCHENAY P**, (2004) Produits de terroir - Comprendre et agir, édition CNRC, Paris, p.17
CHERIET (F), (2017), La valorisation des produits de terroir en Algérie : démarches en cours, contraintes institutionnelles et perspectives, in WorkingPapers MOISA ;



❖ **CE**. (2006). RÈGLEMENT (CE) No 510/2006 DU CONSEIL du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, Journal officiel de l'Union européenne 31.3.2006, L 93/12-L 93/25.

❖ **CHOUKACHE K**, (2018), UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU, Mémoire de Master, thème : La filière oléicole et son impact sur le développement local : Cas de la wilaya de Tizi-Ouzou ;

❖ **COURVOISIER F et COURVOISIER F**, (2005), la jungle des labels de qualité et d'origine sur les produits alimentaires : analyse de la situation en Suisse Francophone. Actes du 4^{ème} InternationalCongres Of Makreting Trends ;

BIBLIOGRAPHIE

❖ **CHANTAL BLANC-PAMARD et LUC CAMBREZY**, Dynamique des systèmes agraires, TERRE, TERROIR, TERRITOIRE, LES TENSIONS FONCIERES,

❖ **CHERIET F (2012)**, UMR 1110 MOISA, F-34000 Montpellier, France, « La valorisation des produits de terroir en Algérie : démarches en cours, contraintes institutionnelles et perspectives Montpellier » SupAgro, P03 ;

❖ **CHERIET F, MOHAVEDI N et RASTOIN J L.** (2012), Paris. « Les dynamiques des ressources agricoles en Méditerranée : Enjeux stratégiques pour la sécurité alimentaire ». Rapport final du projet DYRESAMED, Série « Construire la Méditerranée », IPEMED,

❖ **CHABROL D, SAUTIER D,** (2008), In : Séminaire Biodivalloc, Niamey, Niger, 2-3 avril 2008. Diaporama (33 pages). Séminaire Biodivalloc, 2008-04-02/2008-04-03, Niamey, Niger.2007



❖ **DUQUESNE B, BODSON D., LEBAILLY PH ; (DÉCEMBRE 2005- JUILLET 2006)**, France, « Produit de terroir : nourriture nostalgique et/ou appétit nouveaux ? » enquête lors de manifestation agricole, Unité d'économie de Développement Rural, FUSAGX, Unité d'Anthropologie et Sociologie, UCL ;

❖ **DESJEUX Y (2009)**, LE CONSEIL EN AGRICULTURE : Revue de littérature et analyse des dispositifs de conseil ;

❖ Dictionnaire de définition de l'agriculture <https://www.larous.fr/pdf>; 12/12/2019



❖ **EL MOUHTADI I, AGOUZZAL M ET GUY F,** (2014) ; La filière oléagineuse en Afrique « La filière huile d'olive au Maroc » ;



❖ **FORT (F) et COUDERC (J-P),** (2001), Le terroir : un avantage concurrentiel à l'exportation ? Le cas des entreprises agroalimentaires du Languedoc-Roussillon. In : Économie rurale. N°264-265, pp. 46-59 ;

BIBLIOGRAPHIE

❖ **FAOSTAT**,(2011, 2010 et 2018), Food and Agriculture Organization of the United Nations, consulté le sur:<http://faostat.fao.org/default.aspx>

❖ **FOURNIER S, VERDEAUX F, AVRIL M, DURAND C.**, 2009. UNESCO, Paris, 9, 10 et 11 juin 2009. Le développement des indications géographiques au sud : attentes des acteurs locaux et fonction jouées. Études de cas en Indications et en Éthiopie. Congrès internationaux« Localiser les produits : une voie durable au service de la diversité naturelle et culturelle des Suds ? ».



❖ **GHARBI I. M, HAMMAMI M**,(2014), La filière oléagineuse en Afrique « La filière huile d'olive en Tunisie » ;

❖ **GUITTARD M, RÉDACTION, REGOLO J et ROUSSEL L** (2018), « LES PRODUITS SOUS SIGNE D'IDENTIFICATION DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE » ;

❖ **GUAZLAOUI M**, (2011),université de Tlemcen, mémoire de magister, thème :influence de la variété, nature du sol et les conditions climatiques sur la qualité des huiles des variétés *CHAMLAL*, *SIGOISE* et d'*OLEASTRE* dans la Wilaya de Tlemcen.



❖ **HADJOU L, LAMANI OU, CHERIET F**, (2013), labellisation des huiles d'olives algériennes : contraintes et opportunités du processus ? NEW MEDIT N° 2, pp 35-46

❖ **HADJOU L, CHENANE A**, (2013),Faiblesse des coopérations entre les petites entreprises algériennes exportatrices de dattes: quelles explications.

❖ **HADJOU L. ET CHERIET F.** (2013), Contraintes institutionnelles et labellisation des produits algériens d'exportation : cas du vin et des dattes. Les cahiers du CREAD n°103, pp 65-84

❖ **HADJOU L, CHERIET F, ET DJENANE A.** (2013). « Agriculture biologique en Algérie : potentiel et perspectives de développement ». Les cahiers du CREAD n°105/106 P.P. 110-138

❖ **HAMMADI CH**, Juin 2006, Maroc, Technologie d'extraction de l'huile d'olive et gestion de sa qualité, Bulletin mensuel d'information et de liaison du PNTTA ;



BIBLIOGRAPHIE

❖ **ILBERT H, PETTIT M**, (2005), série A. Séminaires méditerranéens ; N°89, « produit du terroir méditerranéen : conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance PTM : CEE et MG. Option méditerranéenne ;

❖ **ILBERTH**, Juin 2005, **rapport final** sur les produits du terroir méditerranéen : conditions d'émergence, d'efficacité et modes de gouvernance (PTM : CEE ET MG) **p.40** ;

❖ **ILBERT H, PETTIT M**, (2005). Marseille : FEMISE. (Montpellier : CIHEAM-IAM). Rapporte finale.« Politiques internationales : conflits, marques et Indications Géographiques à l'OMC », In : **ILBERT.H.**, (coord.). **Produit du terroir méditerranéen : conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance (PTM : CEE et MG »).**



❖ **JORA** : Journal officiel de la république algérienne démocratique et populaire conventions et accords internationaux- lois et décrets arrêtés, décisions, avis, communications et annonces (traduction française) N°12 ; 27 février 2013 ;

❖ **JEAN-LOUIS JOSEPH ET DOMINIQUE MARMIER** (2018), « Les signes officiels de qualité et d'origine des produits alimentaires », **JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE** Mandature 2015-2020 – Séance du 19 juin 2018 P16 ;

❖ **JACKSON D**, (2015), « Spécialiste des marchés agricoles, LMC International », **PAGLIETTI. L** « Economist, Centre d'investissement, FAO », **MARSHA. R** « Spécialiste des politiques agricoles, LMC International », avec la contribution de : **BOUBAKER. K** « Agroéconomiste, Institut National de la Recherche Agronomique de Tunis »: Analyse de la filière oléicole Tunisienne ;

❖ Journal Officiel de la République Algérienne (JORA 2013) N°36 du 18/07/2013.

❖ **JEDDI N, et ZAIEM I**,(2010),The impact of label perception on consumer's purchase intention : an application on foodproducts. **IBIMA business review** ;



BIBLIOGRAPHIE

❖ **KENNYL, HANAFI A,** (2001), l'agriculture biologique au Maroc Bulletin d'information du PNTTA (IAV), transfert de technologie en agriculture 82 ;



❖ **LAMANI O,** (2014), École Nationale supérieure d'Algérie, Alger, thèse de doctorat en science de gestion, « 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 », Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, site internet : http://www.wipo.int/geo_indications/fr/;

❖ **LAURENCE B** (2011), « Du terroir au sens des lieux » paru In Claire Delfosse (dir.), La mode du terroir et les produits alimentaires. Paris, Les Indes savantes, pp. 41-55 ;

❖ **LE DOUARIN S,** observatoire national de l'agriculture biologique (2019), « L'AGRICULTURE BIO DANS LE MONDE » ;

❖ **LEGRAND S, BOURGEOIS M, BLANC K, GUERRA J,** (2010), Paris-Singapore. Mémoire de master, option : Marketing Management Business School. Thème : « le pillage des terroirs : des différentes formes, pistes de réflexion pour les enrayer » ;

❖ **LOUSSERT R et BROUSSE E,** (1978), Paris, l'olivier. ED maisonnerie et Lose ;



❖ **Mizouni Chtourou Dhouha** (2019) « experte » et le Ministère de l'Industrie et des Petites et Moyennes Entreprises, « guide d'exportation d'huile d'olive Tunisienne » ;

❖ **MAGHNI B,** (2018), Université A. MIRA-BEJAIA, thèse de DOCTORAT, « Analyse de la dynamique d'innovation en oléiculture dans la wilaya de Béjaïa » : déterminants et perspectives ;

❖ **MEZIANI W & CHACHOUA T** (2018), UNIVERSITE AKLI MOHAND OULHADJ – BOUIRA, Mémoire de Master, thème : Enquête sur l'évolution de la production oléicole dans la wilaya de Bouira (subdivisions M'chedallah et Elesnam) ;

❖ **MADR**(2008). L'arrêté du 25 novembre 2008 du MADR, fixant les modalités et procédures d'attribution des indications géographiques ;

❖ **MADR**(2009). La décision du 1er février 2009 du MADR fixant la composition et le fonctionnement du comité technique des indications géographiques des produits agricoles ;

BIBLIOGRAPHIE

- ❖ **MOULLA AO**, (2015). « Porte de l'indépendance Tabourt n tleli », éd, al Amal, Algérie ;
- ❖ **MORLAT R**, (2001). Facteur naturels et humains des terroirs viticoles français méthodes d'études et valorisation. INRA. Unité de recherche sur la vigne et le vin » ;
- ❖ **MINER J.M.M**, 1995, (2006). L'huile d'olive, un luxe quasi éternel. Revue Olivae N°59 Décembre 1995. Mission USAID/ Maroc, P 15-26 ;



- ❖ **OUAOUICH A. (ONUDI) et CHIMI H(IAV Hassan II), expert national** (2007), « Guide du producteur de l'huile d'olive » Cas de : KalaâtBniRotten à Chefchaouen et de Jabryne à Ouazzane ;



- ❖ **PECQUEUR B.**, (2002), Montpellier (France) 17-18 Décembre 2002, politique publiques, action publique et spécificités territoriales. In Séminaire DADP ;
- ❖ **PSYLLAKIS N, MIKROS L, KIRITSAKIS A**, (1980). Caractéristiques qualitatives d'huile d'olive et les facteurs qui influencent sur ces caractéristiques. Actes 3^{ème} cong. Inter sur la valeur biologiques d'huile d'olive.



- ❖ **RASTOIN J-L**, (2009), série A89. Créé un label méditerranéen pour les produits agro-alimentaire d'origine : quelques justifications théoriques et empiriques, in option méditerranéenne ;
- ❖ **RAYAN D, ROBARDSK, LAVEE S**, (1998). Évaluations de la qualité d'huile d'olive. Olivae75.

BIBLIOGRAPHIE

- ❖ **RASTOINE L, FORT F**, (2005),Marseille : FEMISE. Montpellier. CIHEAM-IAM.Rapport finale marchés, choix du consommateur et stratégies d'entreprise : le modèle européen. In : ILBERT.H. (coord), produits du terroir méditerranéen : conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance (PTM : CEE et MG). P 30-65;
- ❖ **RECHAM H**(2015), (Directeur Général de GS1 Algeria, et coordinateur de la région GS1 MEMA), « Le Marché des Industries Alimentaires en Algérie » ;



- ❖ **SAHLI Z.** (2009), Université de Blida, Algérie, « Produits de terroir et développement local en Algérie » : cas des zones rurales de montagnes et de piémonts ; Options méditerranéennes ;p 307 ;
- ❖ **SAHALI N, HADJOU L et DJENANE A**, 2016, "L'Agriculture Algérienne Face Aux Défis De La Sécurité Alimentaire : Analyse Rétrospective Et Bilan De La Nouvelle Politique Agricole,"
- ❖ **SFACENE L**, (2018), Université A. MIRA-BEJAIA, Mémoire de Master, thème : « L'exportation des produits de terroir : contraintes et perspectives » : Cas de la figue sèche de Beni Maouche ;
- ❖ **SCUDELLER A, (2009).** « Les produits sous indications géographique : avantages et inconvénients pour les producteurs, le rôle des institutions locale et régionale». In : **ILBERT H., TEKELIOGLU Y., TAZANLI S.**, (coord). « Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement locales durable des pays méditerranéens. Options méditerranéennes ». A N° 89. P067-72.
- ❖ Statistiques agricoles- Ministère de l'Agriculture Développement Rural MADR, <http://madrp.gov.dz/agriculture/statistiques-agricoles/>
- ❖ **SAHLI Z**, (2006), Alger, MADR/ Union Européenne, projet MARA, « Rapport sur la Stratégie de valorisation de la qualité des produits agricoles destinés à l'exportation Processus de Certification, labellisation (fruits et légumes et produits de l'élevage) » ;
- ❖ **SANZ CAÑADA J**,(2009). « Les appellations d'origine protégée d'huile d'olive en Espagne : systèmes agroalimentaires localisés, gouvernance et externalités territoriales», Options Méditerranéennes, N. 89. pp. 238-254 ;

BIBLIOGRAPHIE

❖ **SASSU A,**(2001).Paris ESPROM. « SAVOIR faire et productions locales dans les pays de la méditerranée ».



❖ **TROGNON L, LAGRANGE L,** (2008), « Produits alimentaires de terroir : L'appellation d'origine c TOUITI. T, (2018), université de Strasbourg, thèse de DOCTORAT, thème : les stratégies D'implantation en grandes et moyennes surfaces : cas des produits de terroir » ; contrôlée » - © Educagri éditions p :01 ;

❖ **TRAVOULARIS, G, RECOURS F et HEBEL P,**(2007). Perception de la qualité et des signes officiels de qualité dans le secteur alimentaire. In cahier de recherche N° 236. Centre de recherche pour l'étude et l'Observation des conditions de Vie P.144 ;



❖ **UZZAN A,**(1992), Huile d'olive. In Manuel des corps gras. Tome. I Ed. Tec et Doc Lavoisier.

❖ <https://www.persee.fr/pdfA> ;



❖ **YOUSRI S,** (2014). La production des produits agricoles des produits de terroir « Cas de la figue sèche de Béni Maouche »

❖ www.agroligne.com;

❖ <https://journals.openedition.org/le-terroir> un concept pour l'action dans le développement des territoires consulté le 27/12/2019.

Liste Des Tableaux

Tableau N°01 : Comparaison entre les IGP et AOP.....	51
Tableau N°02 : Les différents produits labellisés au Maroc.....	60
Tableau N°03 : Les huiles d'olives labellisées au Maroc.....	62
Tableau N° 04 : Comparaison entre les deux SOQ : AOC et IP	64
Tableau N° 05 : Les produits agricoles Tunisiens labélisées	65
Tableau N° 06 : les variétés des oliviers dans le monde.....	85
Tableau N°07 : les variétés des oliviers en Algérie.....	86
Tableau N°08 : Les différentes phases de développement avec leurs températures optimales.....	92
Tableau N° 09 : Production mondiale de l'huile d'olive en 1000 tonnes.....	111
Tableau N°10 : Signes officiels de qualité enregistrés sur le registre le registre européen par les premiers pays producteurs	119
Tableau N°11 : Nombre d'oliviers récoltés	137
Tableau N°12 : conditions et les constatations faites sur le terrain	156
Tableau N° 13 : Répartition des producteurs selon le niveau de formation.....	161
Tableau N° 14 : Répartition des travailleurs selon le niveau de formation.....	162

- 1- Variété doit parvenir de la variété Chamllal de la Kabylie griffé sur l'oléastre ;
- 2- Les vergers doivent être situés dans l'air géographique défini dans le cahier de charges, ATH GHOBRI ;
- 3- La cueillette des olives doit se faire directement sur l'arbre ;
- 4- Les olives doivent être collectées entre début octobre fin janvier ;
- 5- Les olives ramassés du sol ne doivent pas être triturés ;
- 6- Les olives doivent être stockées et transportées dans des caisses alimentaires en plastique;
- 7- Les olives destinés à la trituration doivent être stockés dans les locaux ouverts, aménagés à cet effet et aérés jusqu'à leurs triturations ;
- 8- La durée du stockage ne doit pas dépasser 48h jusqu'à 5 jours le maximum ;
- 9- La hauteur des olives stockées ne doit pas dépasser 70 CM pour ne pas abîmer les olives ;
- 10- Les unités de production doivent être localisées dans le territoire ATH GHOBRI ;
- 11- La température lors du malaxage ne doit pas dépasser 27 à 28 C° et la durée ne doit pas dépasser 30 à 45 min ;
- 12- L'eau utilisée pour le lavage doit être renouvelé le plus souvent possible par une eau propre et potable ;
- 13- L'extraction doit uniquement intervenir les procédés mécaniques sans échauffement de la pâte au-delà de 27°C et une extraction supplémentaire dans la production de l'huile d'olive vierge et extra vierge est interdite ;
- 14- L'huile d'olive doit être stockée immédiatement dans des cuves en inox dans une température qui varie de 12°C et 22°C ;
- 15- Tous les métaux utilisés doivent être en matière non oxydable pour préserver la qualité et la nature de l'huile ;
- 16- Les bouteilles de conservation de l'huile doivent être et de préférence en verre fumé ou en inox ;
- 17- Les récipients doivent être remplis $\geq 90\%$ de sa capacité ;
- 18- Les récipients doivent être fermés hermétiquement ;
- 19- Les bouteilles doivent être préservées à l'abri de la chaleur et la lumière ;

Remerciement	
Dédicace	
Liste des abréviations	
Sommaire	
Introduction générale	01
Chapitre I : Agriculture et Territoire	
Introduction	07
Section 01 : Notions de base de l’agriculture.....	08
I. Aperçu historique sur l’agriculture.....	08
I.1. Définition de l’agriculture.....	08
I.2. Type d’agriculture.....	09
I.2.1. Définition de l’agriculture biologique (AB).....	11
II. L’agriculture dans le monde.....	11
II.1. Répartition des terres émergées dans le monde.....	12
III. L’agriculture en Algérie.....	13
III.1. Répartition de la terre en Algérie.....	13
Section 02 : La place de l’agriculture dans l’économie Algérienne.....	15
I. Production agricole en Algérie.....	15
I.1. Le rôle de l’agriculture dans l’économie nationale.....	18
II. Les politiques agricoles en Algérie après l’indépendance 1962-2000.....	19
II.1 Première période : de 1962 à 1980.....	20
II.2. Deuxième période : de 1980 à 2000.....	21
II.3. Troisième période après les années 2000.....	23
II.3.1. Le Plan National de Développement Agricole PNDA.....	23
II.3.1.1. Les objectifs du Plan National de Développement Agricole (PNDA).....	23
II.3.1.2. Les programmes mis en place pour réaliser les objectifs du PNDA.....	24
1-Programme d’adaptation des systèmes de production (reconversion).....	24
2-Programme de développement par filière.....	24
3-Le plan national de reboisement PNR.....	24
4-Le Programme de Mise en Concession et de Dynamisation au Développement de l’Agriculture Saharienne.....	24
II.3.2. Plan National de Développement Agricole et Rural (PNDAR).....	25
Section 03 : Notion et concept du territoire et terroir.....	26
I. Le concept « territoire ».....	26

II. Le passage du territoire au terroir	27
III. Définition du terroir	27
IV. Les dimensions du terroir	29
IV.1 Dimension Physique.....	29
IV.2 Dimension Humaine.....	29
IV.3 Dimension Temporelle.....	29
V. Caractéristiques du terroir	30
VI. Liens au terroir	31
Section 04 : Produit de Terroir	32
I. Définition des produits de terroir.....	32
I.1 Définition des produits de terroir selon le consommateur	34
II. Les caractéristiques des produits de terroir	35
II.1. Qualité.....	35
II.2. Réputation	36
II.3. Histoire.....	36
II.4. Savoir-faire collectif	36
III Les produits de terroir, outils de développement local.....	37
IV. Potentialités de l'Algérie en produits de terroir.....	38
IV.1. Pour les produits agricoles	38
IV.2. Pour les produits forestiers	38
IV.3. Pour produits artisanaux	38
IV.4. Pour les produits agro-alimentaires.....	39
V. Les produits de terroir dans la Wilaya de Tizi-Ouzou	40
V.1. Produits du terroir forestier à Tizi-Ouzou	40
V.2. Les produits du terroir artisanaux	40
V.3. Les produits agricoles du terroir	41
CONCLUSION.....	43
Chapitre II : Processus de valorisation par la labellisation des produits de terroir : cas de l'Algérie	
Introduction.....	45
Section 01 : Les outils de la valorisation des produits de terroir	45
I. Comment valoriser les produits de terroir.....	45
II. Les instruments de valorisation des produits de terroir	47
II.1. Les signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO).....	47

II.1.1. Les Appellations d'Origine Contrôlé : AOC.....	47
II.1.2 Les Appellations d'Origine Protégé : AOP.....	48
II.1.3 Label rouge : LR.....	48
II.1.4. L'Agriculture Biologique : AB.....	49
II.2.5. Spécialité Traditionnelle Garantie : STG	50
II.2.6. Indication Géographique Protégée : (IGP).....	50
II.2. Certificat de conformité de produit (CCP).....	51
II.3. Les mentions de la valorisation.....	52
II.3.1. Produit de Montagne ou Montagne	52
II.3.2. Fermier, Produit à la Ferme ou Produit de la Ferme	52
II.3.3. Produits Pays	52
II.3.4. Issu d'une Exploitation de Haute Valeur Environnementale	53
III. Les signes de qualité en Algérie	55
III.1. L'Appellation d'Origine (AO)	55
III.2. L'Indication Géographique (IG)	55
III.3. L'Agriculture Biologique (AB).....	55
III.4. Les labels agricoles de qualité.....	56
Section 02 : La labellisation des produits de terroir en France, Maroc et Tunisie.....	56
I. Définition du label.....	56
II. Importance économique des produits agro-alimentaires sous signes officiels d'origine et de qualité en France.....	56
III. La labellisation dans les deux pays Maghrébins : le Maroc et la Tunisie	59
III.1. Maroc	59
III.1.1. Présentation générale	59
III.1.2. Les SDOQ (Signe Distinctifs d'Origine et de la Qualité) au Maroc	59
III.1.3. L'huile d'olive Marocaine	61
III.1.4. Situation d'exportation d'huile d'olive au Maroc.....	63
III.2. La Tunisie.....	63
III.2.1. Dispositifs juridiques en Tunisie	63
III.2.2. La filière d'huile d'olive en Tunisie	65
III.2.3. Situation d'exportation de l'huile d'olive en Tunisie	66
Section 03 : Procédure de labellisation des produits agricoles ou d'origine agricole en Algérie	67

I. Les textes de lois relatives à la labellisation des produits de terroir en Algérie	67
II. Les dispositifs institutionnels en Algérie	70
II.1. L'institut national de la normalisation et de la propriété industrielle (INAPI)	70
II.2. L'Institut Algérien de la Normalisation (IANOR)	71
II.3. L'Office National du Droit d'Auteur (ONDA)	71
II.4. Le Centre National de Registre de Commerce (CNRC).....	71
III. Fonctionnement du système national de labellisation	72
IV. État des lieux de labellisation des produits de terroir en Algérie	73
IV.1. La fête de la figue barbarie	73
IV.2. La fête de la cerise	73
IV.3. La fête de l'olivier	73
V. Les produits ciblés par la labellisation	74
V.1. Filière phoenicicole	74
V.2. Filière oléicole	76
Conclusion	78
Chapitre III : Ancrage Historique De L'olivier : Une Opportunité De Labellisation	
Introduction	80
Section 01 : Généralités sur l'olivier en Algérie	81
I. Cycle de vie de l'olivier.....	81
I.1. Cycle de développement de l'olivier	82
I.2. Le cycle de reproduction de l'olivier	83
I.3. Les exigences de grandissement de l'olivier	84
I.3.1. Les exigences écologiques de la culture de l'olivier	84
1. Le climat	84
2. Le sol	84
3. L'eau	84
I.3.2. Les exigences culturales de l'olivier	84
1. Le travail du sol	84
2. L'irrigation d'appoint	84
3. Les traitements phytosanitaires	85
II. Les variétés de l'olivier et ses maladies	85
II.1. Les variétés	85
II.1.1. Dans le monde.....	85
II.1.2. En Algérie	86

II.2. Les maladies de l'olivier	88
II. L'exploitation de l'olivier	89
III.1 L'huile d'olive	89
III.1.1. L'huile d'olive vierge (l'huile naturelle).....	89
1. Huile d'olive Extra vierge	90
2. Huile d'olive Vierge	90
3. Huile d'olive Vierge courante	90
III.1.2. L'huile d'olive raffinée	90
1. Huile d'olive raffinée	90
2. Huile d'olive.....	90
III.1.3. L'huile de grignon d'olive.....	90
1. L'huile de grignon d'olive brute	90
2. L'huile de grignon d'olive raffinée.....	90
3. L'huile de grignon d'olive	90
III.2. Olives noires	91
III.3. Olives cueillies vertes.....	91
IV. Les facteurs influençant sur la qualité de l'huile d'olive.....	92
IV.1. Le facteur variété.....	91
IV.2. Le facteur climatique.....	92
IV.3. Le facteur pédologique.....	92
IV.4. Le facteur géographique.....	92
IV.5. La période de maturation et la période de récolte	92
Section 02 : Le processus de production de l'huile d'olive et l'évolution de la filière oléicole en	
Algérie depuis l'indépendance à ce jour	94
I. Histoire de l'oléiculture en Algérie	94
I.1. La filière oléicole de 1962 à 1999	94
I.2. La filière oléicole de 1999 à nos jours.....	95
II. Production de l'huile d'olive	98
II.1. Processus de transformation des olives en huile.....	98
II.1.1. La récolte des olives	98
II.1.2. Stockage.....	99
II.1.3. Défoliation et lavage des olives.....	99
II.1.4. Broyage.....	99
II.1.5. Malaxage	100

II.1.6. Extraction.....	100
II.1.7. Préservation	103
III. La filière oléicole algérienne.....	103
III.1. Le système traditionnel.....	104
III.2. Le système moderne	105
III.3. Les performances du secteur oléicole national.....	105
IV.La labellisation de l’huile d’olive Algérienne	106
VI.1. Les objectifs recherchés par la démarche de la labellisation.....	107
Section 03 : L’importance économique de l’huile d’olive	110
I. Répartition de l’olivier dans le monde	110
II. Production mondiale de l’huile d’olive	110
III.Consommation mondiale d’huile d’olive.....	112
IV. Les exportations et les importations mondiales d’huile d’olive	115
IV.1. Les exportations	115
IV.2. Les importations	117
IV.3. L’importance économique de l’huile d’olive sous l’indication géographique.....	118
IV. L’huile d’olive et la santé	120
VI.L’importance économiques de l’huile d’olive en Algérie	120
Conclusion.....	122

Chapitre IV : Étude de cas : projet de labellisation de l’huile d’olive AchbaliNathGhobri

Introduction	124
Section 01 : Présentation de la région d’étude « Ath Ghobri ».....	125
I.Présentation de la région Ath Ghobri	125
II.Présentation des communes	126
II.1. Les Communes de Bouzeguene	126
II.1.1. La commune de Bouzeguene.....	126
I.1.2. La commune de Béni-Zeki.....	127
I.1.3. La commune d’Idjeur.....	127
I.1.4. La commune d’Illoula.....	128
II.2 La daïra d’Azazga	128
II.2.1. La communes d’Azazga	129
II.2.2. La commune d’Ifigha	130
II.2.3. La commune de Yakouren.....	131

II.2.4. La commune de Zekri.....	132
II.2.5. La commune d'Akerrou.....	133
Section 02 : Place de l'olivier dans le territoire Ath Ghobri	135
I. Les communes d'Azazga	135
I.1. L'évolution de la superficie oléicole durant la période 2016-2021	135
I.2. L'évolution de la superficie oléicole récoltée entre la période 2016-2021	136
I.3. L'évolution du nombre total d'oliviers entre la période 2016-2021	136
I.4. L'évolution du nombre d'oliviers en rapport entre la période 2016-2021.....	137
I.5. L'évolution de la production totale des olives et des quantités triturées entre la période 2016-2021.....	138
I.6. L'évolution de la production d'huile d'olive entre la période 2016-2021	139
II. Les communes de Bouzeguene	139
II.1. L'évolution de la superficie oléicole (2016-2021)	139
II.2. L'évolution de la superficie oléicole récoltée 2016-2021	140
II.3. L'évolution du nombre d'olivier	141
II.4. L'évolution de la production totale des olives et des quantités triturées entre 2016-2021	141
Section 03 : Présentation du cahier des charges de processus de labellisation de l'huile d'olive AchbaliNathGhobri.....	144
I. Le projet de labellisation de l'huile d'olive AchbaliNathGhobri.....	144
II. Les objectifs du projet de labellisation de l'huile d'olive vierge et extra vierge d'Achbali Ath Ghobri.....	146
III. Schéma de la vie du produit.....	148
III.1. Matière première.....	148
III.1.1. La variété	148
III.1.2. La cueillette des olives	148
III.1.3. Le transport et le stockage	149
III.2. Elaboration de l'huile d'olive	149
III.2.1. Dispositions relatives aux huileries	149
III.2.2. Processus de fabrication des huiles d'olive vierge et extra vierge	149
III.3. La mise en bouteilles et étiquetage	151
III. Gestion de la qualité.....	153
IV.1. Les programmes prérequis en matière d'hygiène.....	153
Section 04 : L'interprétation des résultats.....	155

I.Présentation de l'enquête.....	155
I.1.1. Matière première.....	155
1.La situation des vergers.....	155
2- Variété d'oliviers.....	155
3.La cueillette des olives.....	157
4.Le stockage de la matière première (olives).....	158
I.1.2. Le processus de production.....	159
1. Effeillage et lavage.....	159
2. La trituration des olives.....	159
I.1.3 Le stockage.....	160
I.1.4 Conditions de travail.....	160
II.Niveau de formation des producteurs et des salariés.....	161
II.1. Répartition des producteurs (gérants, propriétaires) selon leur niveau de formation	161
II.2. Répartition des travailleurs dans les huileries selon leur niveau de formation.....	161
IV. Vente et Revenu d'huile d'olive.....	162
V. Le rôle social de l'activité oléicole dans le territoire d'Ath Ghobri.....	164
Conclusion.....	165
CONCLUSION GENERALE.....	167

Bibliographie

Liste des tableaux

Liste des figures

Annexe

Table des matières

Résumé

L'agriculture représente un atout pour le développement d'une économie donnée grâce à la croissance et à la création d'emplois qu'elle génère. De ce fait, chaque territoire cherche à construire une stratégie de développement local en se focalisant sur ses propres ressources et ses propres spécificités. Le terroir englobe un ensemble de composantes humaines, techniques, culturelles et historiques.

Un produit de terroir se distingue à travers ses relations avec son aire géographique de production. Ce lien le rend spécifique, ce qui constitue un moyen de le valoriser. Sa valorisation peut se faire à travers un label qui est aussi un outil de protection et d'identification. Dans ce travail, nous avons pris le cas de l'huile d'olive d'Achbali Nath Ghobri, un produit localisé dans la zone rurale de Kabylie qui est un important réservoir de matières premières agricoles pour la ville. Cette étude est axée sur la compréhension du processus de valorisation d'un produit de terroir, en général, et sur les difficultés rencontrées pour la valorisation via la labellisation de cette huile d'olive, en particulier.

Mots clés : Agriculture, produit de terroir, labellisation, valorisation, Achabali Nath Ghobri, coopérative agricole, huile d'olive.