

ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'AGRONOMIE EL- HARRACH, ALGER
المدرسة الوطنية العليا للفلاحة الحراش الجزائر

Mémoire

En vue de l'obtention du diplôme de magister en sciences agronomiques

Département : Économie rurale

Option : Economie agricole et agro-alimentaire

Thème



Présenté par M^{elle} SAIDI Hayet

Soutenu le :29 /06 /2014

Devant le jury :

Président : M^r Kihal O.

Maître de conférences (ENSA)

Promoteur : M^{elle} Brabez F. Maître de conférences (ENSA)

Examineurs : M^r Daoudi A.
M^r Omari C.

Maitre de conférences (ENSA)
Chargé de cours (ENSA)

Année universitaire :2013/2014

Remerciements

Louange à ALLAH le tout puissant, nous le remercions pour tous et célébrons sa gloire.

Si ce mémoire a pu aboutir, il n'est pas le résultat de mes seuls efforts, mais est du aussi à l'aide d'un certain nombre de personnes que je tiens à remercier ici :

Melle BRABEZ F. d'avoir accepté d'encadrer ce modeste travail.

Mr KIHAL O. pour l'honneur qu'il me fait en présidant le jury.

Mr DAOUDI A. d'avoir accepté d'examiner ce travail.

Mr OMARI C. d'avoir accepté d'examiner ce travail.

Je voudrais témoigner ma gratitude au personnel de la subdivision de Ahnif et de la subdivision de M'Chedallah et de la DSA de Bouira leur compréhension.

Je voudrais aussi exprimer ma profonde reconnaissance à tous les oléiculteurs et oléifacteurs enquêtés.

Mes remerciements et ma gratitude vont à tous ceux qui, de près ou de loin, ont participé à l'accomplissement de ce travail.

Vie

Sommaire

Introduction, problématique et méthodologie.....1

Chapitre 1: *Produits de terroir, signe de qualité et réglementations des indications géographiques*

Introduction.....	6
1.1 La démarche stratégique « terroir ».....	6
1.1.1 Définition de terroir.....	7
1.1.2 Définition de produit de terroir.....	8
1.2 Les indications géographiques.....	9
1.2.1 Indications Géographiques pour le développement durable.....	10
1.2.2 Le cercle vertueux de qualité: une méthodologie pour le développement.....	11
1.3 Réglementations des indications géographiques.....	24
1.3.1 Dispositifs de protection et premières conventions internationale.....	24
1.3.2 Réglementation algérienne.....	34
Conclusion	42

Chapitre 2 : *L'huile d'olive dans le monde, situation algérienne et dans la zone d'étude*

Introduction.....	43
2.1 L'huile d'olive dans le monde.....	43
2.1.1 La production mondiale des huiles végétales.....	43
2.1.2 La production mondiale de l'huile d'olive.....	44
2.1.3 La consommation mondiale de l'huile d'olive	45
2.1.4 Norme commerciale applicable aux huiles d'olive.....	46
2.1.5 Les échanges internationaux de l'huile d'olive.....	48
2.2 Situation oléicole algérienne.....	50
2.2.1 Place de l'Algérie dans le commerce international de l'huile d'olive.....	50
2.2.2 La répartition géographique.....	50
2.2.3 La superficie et production.....	51
2.2.4 Le rendement.....	52
2.2.5 La consommation nationale de l'huile d'olive.....	53
2.2.6 Action public pour le développement de l'oléiculture	53
2.3 L'oléiculture dans la wilaya de Bouira.....	55
2.3.1 La place de l'olivier dans l'arboriculture la wilaya de Bouira en 2012.....	56
2.3.2 La superficie du verger oléicole de la wilaya de Bouira.....	56
2.3.3 La production de l'huile d'olive dans la wilaya de Bouira	57

2.3.4 Les rendements des vergers oléicoles de la wilaya de Bouira	57
2.3.5 Composition du parc huilier de la wilaya de Bouira en 2012	58
2.3.6 La coopérative « CHOK »	58
2.4 Présentation de la zone d'étude : la daïra de M'Chedallah.....	59
2.4 .1 Caractéristiques du relief	59
2.4 .2 Climat.....	61
2.4 .3 Situation hydrogéologique.....	61
2.4 .4 La répartition des terres.....	61
2.4 .5 La culture de l'olivier dans la région d'étude.....	61
2.4 .6 La production de l'huile d'olive dans la région d'étude	62
2.4 .7 Les huileries de la zone d'étude.....	63
Conclusion.....	64

Chapitre 3: Typologie des exploitations et des huileries enquêtées et détermination du prix de revient d'un litre de l'huile d'olive

Introduction	65
3.1 Analyse de l'enquête auprès des oléiculteurs et détermination du coût de revient d'un litre de l'huile d'olive et des marges.....	65
3.1.1 Les résultats de l'enquête auprès des oléiculteurs.....	65
3.1.2 Détermination du coût de revient d'un litre de l'huile d'olive auprès des oléiculteurs.....	70
3.1.3 Analyse et typologie des exploitations agricoles.....	73
3.1.4 Analyse des marges unitaires et globales	78
3.2 Analyse de l'enquête auprès des oléifacteurs et détermination du coût de revient d'un litre de l'huile d'olive et des marges.....	80
3.2.1 Coût de revient auprès des oléifacteurs.....	80
3.2.2. Analyse et typologie des huileries.....	90
3.2.3. Choix d'une classification des huileries.....	92
3.2.4. Marges nette unitaire des oléifacteurs.....	94
Conclusion.....	95

Chapitre 4: Valorisation de l'huile d'olive de M'Chedallah

Introduction.....	96
4.1 Les contraintes au Développement de la filière.....	96
4.2 Le processus de reconnaissance d'AOP de l'huile d'olive et proposition d'un modèle alternatif et territorial.....	102
4.3 Possibilité de mise en place d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP)	104
4.3.1 Appellation d'origine.....	104
4.3.2 Description de la démarche qualification.....	105
Conclusion.....	112

Conclusion générale.....	113
---------------------------------	------------

Liste des tableaux

Tableau n° 1 : Critères de pureté.....	46
Tableau n°2: Répartition régionale de la superficie oléicole en 2012.....	50
Tableau n°3: Composition du parc huilier de la wilaya de Bouira.....	58
Tableau n°4 La répartition des différentes classes d'altitude dans la daïra de M'Chedallah.....	60
Tableau n°5 : Répartition mensuelle des pluies en mm et en nombre de jours.....	60
Tableau n°6 : Répartition des terre dans la région de M'Chedallah.....	61
Tableau n°7: Répartition de la superficie de l'arboriculture fruitière dans la zone d'étude et la place de l'oléiculture 2012/2013.....	62
Tableau n° 8 : Evolution de la production de l'huile d'olive dans la zone d'étude durant les cinq dernières années.....	63
Tableau n° 9: Nombre et Type d'huileries de la zone d'étude durant la campagne 2012/2013.....	63
Tableau n°10 : Répartition des exploitations selon l'âge des exploitants.....	65
Tableau n°11 : Répartition des exploitations selon l'activité des exploitants.....	66
Tableau n°12 : Répartition des exploitations selon leur taille et emplacement.....	66
Tableau n°13: Répartition des exploitations selon l'âge des oliviers.....	67
Tableau n° 14: Répartition des exploitations selon le travail du sol.....	67
Tableau n° 15 : Répartition des exploitations en fonction de la taille.....	67
Tableau n° 16 : La répartition des exploitations selon le nombre de personnes assurant la récolte.....	68
Tableau n° 17 : Répartition des exploitations en fonction du mode de stockage des olives.....	68
Tableau n°18 : Répartition des exploitations en fonction du type de l'huilerie.....	69
Tableau n°19 : Production totale et rendement moyen des exploitations enquêtées.....	69
Tableau n° 20: Récapitulation des charges totales de production.....	65
Tableau n°21: Corrélations entre les variables initiales de l'ACP.	74
Tableau n° 22: Matrice des vecteurs propres.....	75
Tableau n° 23: Variance des variables initiales sur les axes principaux.....	75
Tableau n°24 : Caractéristiques de l'exploitation moyenne de chaque classe.....	77

Tableau n° 25: Répartition des charges et marges en fonction du produit global.....	79
Tableau n°26 : Estimation de la charge d’amortissement des huileries.....	82
Tableau n°27: Coût de la main d’œuvre de chaque huilerie.....	84
Tableau n°28: Estimation de la charge des matières consommables.....	85
Tableau n° 29: Récapitulatif des charges de chaque huilerie par jour.....	87
Tableau n° 30: Estimation de la production propre journalière de chaque huilerie selon les capacités de production utilisées.....	88
Tableau n° 31: Le coût de transformation pour l’obtention d’un litre d’huile d’olive.....	89
Tableau n°32 : Corrélations entre les variables initiales de l’ACP.	90
Tableau n°33: Matrice des vecteurs propres.....	91
Tableau n°34: Variance des variables initiales sur les axes principaux.....	91
Tableau n°35: Caractéristiques moyennes de chaque classe.....	93
Tableau n°36: Récapitulatif des marges unitaires de chaque classe.	94

Liste des figures

Figure n°1: Cercle vertueux de la qualité liée à l'origine.....	12
Figure n° 2 : Interaction entre les acteurs locaux, le produit et le territoire.....	14
Figure n° 3 : différents acteurs peuvent être impliqués dans le processus de valorisation...	15
Figure n°4 : Les éléments du marketing mix et le rôle de l'organisation.....	21
Figure n°5 : La production mondiale des huiles végétales campagne 2011-2012.....	44
Figure n°6 : Evolution de la production mondiale de l'huile d'olive de 2002 à 2012	44
Figure n°7 : Evolution de la consommation mondiale de l'huile d'olive de 2002 à 2012.....	45
Figure n° 8 : Evolution des exportations mondiales de l'huile d'olive de 2002 à 2012.....	48
Figure n° 9 : Evolution des importations mondiales de l'huile d'olive de 2002 à 2012.....	49
Figure n° 10: Importation et exportation de l'Algérie de l'huile d'olive.....	50
Figure n° 11: Evolution des superficies oléicoles et production de l'huile d'olive en Algérie de 2002 à 2012.....	51
Figure n° 12: Evolution du rendement moyen du verger oléicole national de 2002 à 2012.....	52
Figure n° 13: Evolution de la consommation nationale de l'huile d'olive de 2002 à 2012.....	53
Figure n°14: La place de l'olivier dans l'arboriculture la wilaya de Bouira en 2012.....	56
Figure n° 15: Evolution des superficies du verger oléicole de la wilaya de Bouira de 2002 à 2012.....	56
Figure n° 16: Evolution de la production de l'huile d'olive dans la wilaya de Bouira de 2002 à 2012.....	57
Figure n° 17: Evolution des rendements des vergers oléicoles de la wilaya de Bouira de 2002 à 2012.....	57
Figure n°18 : La carte géographique de la daïra de M'Chedallah	59
Figure n°19 : cercle des corrélations de l'ACP sur le plan principal.....	76
Figure n°20 : Représentation des groupes des exploitations.....	77
Figure n° 21: cercle des corrélations de l'ACP sur le plan principal.....	92
Figure n°22: Représentation des groupes des huileries.....	93
Figure n°23: Répartition des exploitations en fonction de la superficie.....	96
Figure n°24: La durée de stockage des olives avant la transformation.....	99
Figure n°25: Le processus de reconnaissance d'AOP de l'huile d'olive et proposition d'un modèle alternatif et territorial en cinq étapes-objectifs.....	102
Figure n°26: La délimitation de l'aire géographique de M'Chedallah.....	107
Figure n°27: Les étapes de la procédure de reconnaissance d'IG.....	111

Liste des abréviations

A.C.P.: Analyse en Composantes Principales

ADPIC : Accord sur les Droits de Propriété Intellectuelle relatifs au Commerce

AOP : Appellation d'Origine Protégée

AFIDOL : Association Française interprofessionnelle de l'Olive.

C.d.C. : Cahier des charges

C.F : Charges fixes

CT : Charges Totales.

ChLa : Charges de labour

ChTa : de la taille

ChMO : Charges de la main d'œuvre

ChTr : Charges de transport

ChT : Charges de trituration

COI : Conseil Oléicole International

CV : Charges variables

CVQ : Cercle Vertueux de la Qualité

DA : Dinar Algérien.

DSA : Direction des Service Agricole

EAC :Exploitation Agricole Collective.

FAO: Food end Agriculture Organisation

Fig.: Figure

Ha : Hectare

IG : Indication Géographique Protégée

Kg : Kilogramme

L : Litre

MADR : Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural

Mg : milligramme

n° : Numéro.

Nbre : Nombre.

O.M.C. : Organisation Mondiale du Commerce.

PNDA : Plan National de Développement Agricole

Q : Quintal, **Qx** : Quintaux

S.T.G. : Spécialité Traditionnelle Garantie

SAT : Superficie Agricole Totale

SAU : Superficie Agricole Utile

U : Unité.

% : Pourcentage.

Introduction et problématique

Les produits du terroir sont le résultat d'un ensemble d'interactions entre les communautés humaines (savoirs faire, culture...) et l'espace géographique (sol, climat, ressources naturelles...). Ils sont qualifiés d'authentiques car leur fabrication nécessite un savoir-faire local et des compétences régionales qui se transmettent de génération en génération : ils résultent donc d'une longue tradition.

Aujourd'hui, le lien entre un produit, un lieu et ses habitants représente une valeur entière sur le marché des produits de qualité liée à l'origine. « L'attitude des différents acteurs au sein de la zone de production (agriculteurs, transformateurs, consommateurs locaux, institutions publiques, organisations non-gouvernementales, etc.) et leur interaction avec d'autres acteurs extérieurs au territoire, construisent au fil du temps l'identité du produit et de son système de production. Ce processus implique différents acteurs, qui se coordonnent et harmonisent leur mode de production et leurs pratiques commerciales »¹(FAO, 2009).

La valorisation des produits du terroir est une manière de sauvegarder le patrimoine des régions. Ainsi le développement et la promotion des différents produits du terroir est une alternative prometteuse pour le développement local: en effet, selon Sahli (2009), « un processus de développement local qui serait basé sur la valorisation et la promotion des produits de terroir doit être aussi et surtout conditionné par un système d'organisation conduit par des professionnels, ces professionnels étant coordonnés entre eux à l'intérieur de réseaux ou de systèmes de production locaux »².

Le projet d'adhésion de l'Algérie à l'O.M.C. et l'accord d'association pour l'instauration d'une zone de libre-échange avec l'Union Européenne, traduisent, en effet, son inéluctable insertion au marché mondial. Cependant des segments de marché sont ouverts tels que quelques produits de terroir algérien à condition de les valoriser et de les mieux faire connaître.

¹FAO, (2009). « Territoires, produits et acteurs locaux: des liens de qualité :Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables ».

² Sahli, Z. (2009). « Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens. » Options méditerranéennes, A n°89, page 317.

Introduction, problématique et méthodologie

En Algérie, la plupart des produits du terroir n'ont pas été promus comme de produits spécifiques, ayant une qualité et une origine.

Dans ce contexte, 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.

L'oléiculture, fortement implantée en Méditerranée, nécessite une attention particulière de par son rôle social, patrimonial, environnemental et économique dans les zones rurales, notamment les plus fragiles (montagnes et piémonts). La forte concurrence qu'exercent les pays méditerranéens (Espagne, Italie, Grèce, Tunisie et Turquie) et la faible valorisation de l'huile d'olive algérienne incitent à s'interroger sur les voies et moyens de reconsidération de ce produit dans les circuits de qualité liés à l'origine.

L'huile d'olive présente le patrimoine et la culture de la région de M'Chedallah au point de faire toujours référence à la Kabylie, lorsque nous évoquons l'huile d'olive (qui dit l'huile d'olive, dit l'huile des Kabyles), et cela en raison de sa présence et son ancrage dans la vie socioéconomique des Kabyles.

L'huile d'olive de M'Chedallah est très appréciée par la population de la région et même au-delà notamment au niveau de la région centre. Elle est considérée de bonne qualité mais pour le marché international reste acide et ne répond pas aux normes établies.

Actuellement, les réglementations et les institutions se mettent peu à peu en place et une dynamique nouvelle est en train de s'opérer en faveur de la promotion des produits de qualité spécifique, notamment en prévision de l'ouverture des marchés. L'oléiculture est désormais considérée comme une des filières stratégiques qui devra garantir la sécurité alimentaire. Pour ce faire, le Ministère de l'agriculture et du développement rural (MADR) a initié une nouvelle approche et un ensemble de mesures dans le cadre du programme de Renouveau de l'économie agricole et rurale en matière de soutien à la relance des activités.

Dans ce cadre, les produits de terroirs bénéficieront d'indications géographiques et à cet effet, le MADR a fait appel, dans le cadre du projet de jumelage concernant la valorisation des produits agricoles de terroir par le système de qualité et par les indications géographiques, à des experts et ce, dans le cadre de l'accord d'association avec l'Union Européenne afin de

Introduction, problématique et méthodologie

mettre en œuvre un protocole d'enregistrement de trois produits agroalimentaire dont l'huile d'olive pour l'attribution d'une indication géographique.

Notre projet s'inscrit dans la recherche d'un équilibre entre un développement territorial pérenne et une gestion durable des espaces à vocation agricole passe par une valorisation des ressources des territoires et la promotion des productions agricoles.

Notre objectif à travers notre travail est de répondre à la question de **savoir pourquoi l'huile d'olive de M'Chedallah n'est pas valorisée ? Et quelles sont les actions à entreprendre pour la mise à niveau et l'optimisation de ce produit dans la région afin de s'imposer sur le marché de produits de qualité?**

Pour répondre à notre question on a les hypothèses suivantes :

Hypothèse 1:La faible valorisation de l'huile d'olive de la région de M'Chedallah s'explique par sa faible qualité qui ne répond pas aux normes internationales.

La faible qualité de l'huile d'olive de la région de M'Chedallah est due à plusieurs facteurs. Nous adoptons pour la mesure de la qualité en faisant référence à plusieurs variables concernant les techniques de récolte et de stockage des olives au niveau de l'exploitation oléicole. Ainsi qu'au niveau du segment de la transformation, la mesure de la réponse aux normes de traçabilité, de conditionnement et d'emballage de l'huile obtenue est à examiner.

Hypothèse 2 : La faible valorisation de l'huile d'olive de la région de M'Chedallah est due au coût de production élevé.

Le verger oléicole de la région est caractérisé par des coûts de production relativement élevés. La charge de la main d'œuvre est déterminante dans la structure du coût au niveau des exploitations enquêtées, cela est dû au mode de récolte qui est entièrement manuelle, dépendant strictement du facteur travail.

Hypothèse 3 :Les indications géographiques peuvent assurer une meilleure valorisation de l'huile d'olive de la région de M'Chedallah.

L'huile d'olive de la région de M'Chedallah de par sa qualité appréciée par les consommateurs et son lien fort aux terroirs et à la culture de la population, peut s'imposer sur le marché des huiles de qualité grâce aux indications d'origine.

Méthodologie :

Pour pouvoir répondre à la question de départ, vérifier les hypothèses émises nous avons opté pour la démarche suivante:

Pour la collecte des informations nous avons procédé tout d'abord à l'exploitation des ressources bibliographiques et des études déjà effectuées en relation avec le domaine de recherche, puis nous avons effectué des entretiens avec les acteurs de la filière.

1. Recherche documentaire :

Au premier stade de collecte un ensemble de supports bibliographiques disponibles ont été explorés : statistiques internationales, nationales et régionales (statistiques des services agricoles de la région et du ministère de l'agriculture et de développement rural, rapports, études et publications et bases de données internationales ...).

2. Entretiens :

- Dans une seconde étape, Sur la base de questionnaires, des enquêtes ont été effectuées auprès des oléiculteurs, des transformateurs et de l'administration agricole. Les informations obtenues ont fait l'objet de traitement par le logiciel Excel 2007 pour l'analyse descriptive et le logiciel SPAD V5.5 pour l'analyse en composantes principales (ACP) et CAH (classification ascendante hiérarchique).

Le choix de la zone d'étude est fait sur la base des critères suivants :

- L'importance de culture de l'olivier dans la zone ;
- Le processus de production et de transformation se fait dans la même aire géographique ;
- L'histoire de la culture et son lien avec la population de la région;

L'enquête a été réalisée en moyennant un questionnaire auprès de 200 oléiculteurs et 35 oléifacteurs.

Introduction, problématique et méthodologie

🚩 **Les oléiculteurs** : Nous avons réalisé une enquête sur un échantillon de 200 oléiculteurs. Le choix des oléiculteurs était aléatoire sur une population totale de 1000 oléiculteurs soit 20%. L'entretien visait à déterminer le coût de production au niveau des exploitations, à connaître les moyens utilisés, le mode d'exploitation ainsi que la coordination entre les acteurs et leurs liens avec le terroir.

Les oléifacteurs : Vu leur nombre réduit, nous avons jugé utile d'utiliser la méthode des strates.

Nous avons une population mère de 69 huileries. Nous avons 3 Strates (huilerie traditionnelle, huilerie semi-automatique et huilerie automatique). Nous avons tiré un échantillon aléatoire de chaque strate et nous avons combiné l'échantillon de chaque strate pour avoir un échantillon de 35 huileries dont 9 traditionnelles, 19 semi-automatiques et 7 automatiques.

Notre échantillon est réparti comme suit :

Commune	Traditionnelle	Semi automatique	Automatique	Total
Ahnif	0	3	2	5
Ath Mansour	2	3	1	6
M'Chedallah	3	7	1	11
Chorfa	1	1	1	3
Saharidj	0	1	1	2
Aghbalou	3	4	1	8
Total Daira	9	19	7	35

L'entretien visait à évaluer les moyens de trituration des olives et du stockage ainsi que le coût de production d'un litre de l'huile d'olive au niveau du segment de la transformation.

Pour aborder tous ces aspects, nous avons structuré notre travail en quatre chapitres :

Le premier chapitre : porte sur une revue de la littérature qui nous permet de définir les produits de terroir, signe de qualité et réglementations des indications géographiques.

Le deuxième chapitre : présente la filière oléicole au niveau international, national et dans la zone d'étude.

Le troisième chapitre : consacré à l'analyse des résultats de l'enquête et détermination du prix de revient d'un litre d'huile d'olive.

Le quatrième chapitre: s'intéresse à la valorisation de l'huile d'olive de M'Chedallah.

Introduction

Il n'est pas de pays au monde où l'origine géographique ne soit associée à des produits. La pratique qui consiste à désigner les productions locales par leur lieu d'origine, c'est-à-dire par le nom géographique de l'endroit où elles ont été élaborées, est universelle. Le principe de la protection de l'origine a été adopté à l'échelle internationale, mais son application soulève encore beaucoup de questions.

Dans un premier temps, une définition de ces produits sera donnée à partir de l'identification de quelques critères pertinents à travers une approche participative pour l'identification des produits afin d'assurer un développement durable des zones d'origines de ses produits à travers le cercle vertueux. Puis, après avoir présenté les procédures de protection, les questions réglementaires des indications géographiques au niveau international qu'au niveau national seront abordées.

1.1 La démarche stratégique « terroir »

Cette démarche relève de la « stratégie basée sur les ressources » qui stipule que sur un marché fortement concurrentiel, comme c'est le cas pour l'agroalimentaire, une solution pour les entreprises qui ne peuvent jouer l'effet de taille (abaissement des coûts), est de différencier leurs produits sur la base de compétences spécifiques non imitables et de ressources originales. Ces compétences et ressources sont mobilisables dans le cas d'entreprises fortement ancrées dans leur territoire d'activité. « Il s'agit principalement de la qualité spécifique du produit résultant de conditions agro-climatiques et agro-écologiques particulières (et donc d'un espace géographique bien délimité) et du savoir-faire de production résultant d'une accumulation historique d'expérience »³ (Sylvander et al., 2005). On a là la définition des produits de terroir et les conditions d'attribution d'une appellation d'origine dans la réglementation. « Un des avantages notoires des entreprises de terroir c'est qu'elles ne peuvent être délocalisées et qu'en conséquence elles maintiennent une activité économique et donc des emplois en milieu rural.

³ Sylvander B, Allaire G., Bellettig., Marescotti A., (2005). « Politiques publiques, réseaux d'acteurs, dynamiques territoriales et régionales : Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC. » in : justifications générales et contextes nationaux, Symposium international à Lyon du 9 au 11 mars 2005. INRA. 21 p.

L'approche stratégique fondée sur le terroir présente un second avantage. Il est en effet empiriquement démontré que l'usage d'un signe officiel de qualité pour un produit alimentaire procurait au stade agricole des prix supérieurs aux prix standards. En troisième lieu, les marchés des produits à indication d'origine (IG) commencent à se structurer et à représenter des volumes significatifs, tout en connaissant des progressions nettement supérieures à celles des produits standards de masse »⁴(Rastoin L., 2009).

La notion de ressources, fréquemment utilisée par de nombreuses disciplines comme la géographie, l'économie ou les sciences de la nature, est souvent au cœur des démarches de recherche qui mettent en œuvre la problématique territoriale. Selon Courvoisier et Kebir (2004), « cette question de ressources renvoie automatiquement à l'articulation entre ressources et systèmes de production, le territoire et le milieu. Il y aurait donc à la fois des ressources standards ou encore données, et des ressources directement issues de la dynamique territoriale »⁵.

1.1.1 Définition du terroir

« Un terroir est un espace géographique délimité, où une communauté humaine, a construit au cours de l'histoire un savoir intellectuel collectif de production, fondé sur un système d'interaction entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains, dans lequel les itinéraires sociotechniques mis en jeu, révèlent une originalité, confèrent une typicité et engendrent une réputation, pour un produit originaire de ce terroir »⁶.(Casabianca F., et al, 2005).

⁴Rastoin L., (2009). « Créer un label méditerranéen : pour les produits agroalimentaires d'origines : quelques justifications théoriques et empiriques ». in : Ilbert H., Tekelioglu Y., Tozanli S.(coord). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » *Options méditerranéennes, A n°89*.p.19-30.

⁵Courvoisier O., Kebir L., (2004). « Dynamiques des ressources et milieux innovateurs. In : Camagni R., Maillat D., Matteaccioli A. (eds). *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local.* Neuchâtel (Suisse) » : EDES. p. 261-290.

⁶Casabianca F., Sylvander B., Noel Y., Beranger C., Coulon J.B., Roncin F., (2005). « Terroir et typicité : deux concepts clés des appellations d'origine contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. Symposium international, « Territoires et enjeux du développement régional », Lyon, 9-11 mars.

Ilbert.,et al (2009) ajoutent que « la construction d'un terroir est la résultante d'interactions complexes entre des facteurs naturelset humains. Sa profondeur historique délimite son antériorité définie par des registres de justification variables selon les pays. La relation d'un produit à un territoire doit se démontrer ets'argumenter : les traces écrites ou orales sont donc précieuses »⁷.

1.1.2 Définition de produit de terroir

L'historique de l'expression « produits de terroir » n'est pas facile à faire. Bérard et Marchenay (2009) lui « trouvent des racines remontant à la Révolution française, qui reconnaît les particularismes locaux malgré la volonté politique unitaire. La gastronomie, la coutume et la langue sont reconnues comme des signes distinctifs du lieu. Ce qui est récent, c'est le télescopage entre le terme « produit »,relativement nouveau, et le vocable « terroir », beaucoup plus présent dans l'histoire »⁸.

Ait Kadi et Brulhet (2010) ajoutent que « les produits de terroir constituent une alternative à la standardisation des produits, car ils préservent la diversité des systèmes de production locaux et artisanaux. La valorisation de ces produits de terroir peut encourager des systèmes de production durables et des circuits de distribution courts assurant une meilleure répartition de la valeur ajoutée. Les savoirs faire locaux et les traditions sont reconnus et mieux préservés. Les savoirs faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et engendrent une réputation pour un produit originaire de ce terroir »⁹.

⁷Ilbert H., Tekelioglu Y ., Tozanli S., (2009). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » *Options méditerranéennes, A n°89*.p.67-72.

⁸Berard L., Marchenay P., (2009). « Lieux, cultures et diversité: un regard anthropologique sue les productions localisées. »In : Ilbert H.,Tekelioglu Y ., Tozanli S .(coord .). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » *Optionsméditerranéenne ,A n°89*.p.31-38.

⁹Ait Kadi M. et Brulhet J., (2010). « Terroirs et origine : leçons d'une lecture croisée des expériences du Maroc et de la France pour une méditerranée durable ».

1.2 Les indications géographiques

Lalague 2009 définit les indications géographiques comme « un droit de propriété intellectuelle, au même titre que les marques ou brevets, à cela près qu'elle est un droit d'usage collectif accordé aux opérateurs qui répondent aux conditions fixées dans le cahier des charges. Elle ne peut par conséquent faire l'objet d'une licence »¹⁰.

L'Accord sur les ADPIC, article 22, alinéa 1 contient la description suivante :

« Aux fins du présent accord, on entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique. »

Une indication géographique s'entend d'une indication servant à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire ou d'une région délimitée dans les cas où une qualité, une réputation ou toute autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique et/ou aux facteurs naturels ou aux facteurs humains qui y sont présents.

Dans l'article 2 de l'accord sur les ADPIC et Arrangement de Lisbonne, le pays d'origine est celui dont le nom, ou dans lequel est situé la région ou la localité dont le nom, constitue l'appellation d'origine qui a donné au produit sa notoriété.

Dans le cas de l'AOP, « la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée » (Berard L., Marchenay P., 2009). La philosophie de l'AOP est de protéger, à travers un nom, un produit unique et non reproductible dans un autre terroir. L'ensemble du processus de production doit se faire dans une seule et même zone dont il faut démontrer la cohérence et l'influence vis-à-vis des caractéristiques du produit.

¹⁰Lalague L., (2009). « Echelon politique et coordination d'une politique de reconnaissance des indications géographiques ». In : Ilbert H., Tekelioglu Y., Tozanli S. (coord). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » Options méditerranéennes, A n°89, p.89-92.

Dans le cas de l'IGP « une qualité déterminée, la réputation ou une autre caractéristique peut être attribuée à cette origine géographique et la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée » (Berard L., Marchenay P., 2009).

En Europe par exemple d'après FAO, les règles applicables à la délimitation de la zone en termes de choix entre IGP (Indication géographique protégée) et AOP (Appellation d'origine protégée) sont définies de la manière suivante:

- ❖ IGP: a minima, la phase la plus importante de production se déroule dans le territoire.
- ❖ AOC: toutes les étapes de la production sont menées sur le territoire (tous les ingrédients doivent normalement provenir de la zone délimitée, à l'exception des composants secondaires comme le sel ou d'autres ingrédients ou les ressources ne pouvant pas être et/ou n'ayant jamais été produits dans la zone délimitée).
- ❖ La STG (Spécialité Traditionnelle Garantie) : D'après Fort F., Rastoin L. (2005) « elle protège une tradition. Le produit doit présenter une certaine spécificité qui le distingue d'autres produits ou denrées similaires. Aucune obligation d'origine géographique n'est mentionnée »¹¹.

1.2.1 Indications Géographiques pour le développement durable

Un produit de terroir peut devenir le pivot d'un cercle vertueux de qualité spécifique au sein d'une approche territoriale, ainsi, sa valorisation en tant que produit IG peut avoir des effets positifs qui se renforcent au fil du temps, permettant ainsi de préserver le système agro-alimentaire et les réseaux sociaux associés, ce qui permet de contribuer à la durabilité économique, socioculturelle et environnementale:

- La durabilité économique suppose des améliorations en termes de revenu des producteurs et de qualité de vie, et doit permettre de dynamiser l'économie globale du milieu rural.
- La durabilité socioculturelle repose sur une appropriation de la dynamique par les acteurs locaux, en participant aux décisions et actions relatives aux produits IG et en bénéficiant d'une répartition équitable des bénéfices entre eux. S'en trouvent aussi renforcées leur identité, leur fierté dans leur travail ainsi que leur culture, via les savoirs locaux et les traditions.

¹¹Fort F., Rastoin L., (2005). Marchés, choix du consommateur et stratégies d'entreprises : le modèle européen In : Ilbert H.(coord). *Produits de terroir méditerranéen: condition d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance (PTM :CEE et MG).Rapport final*. Marseille : FEMISE .Montpellier : CIHEAM-IAM. p.39-64

- La durabilité environnementale doit permettre d'orienter les actions vers une meilleure préservation, voire amélioration des ressources naturelles locales, notamment la biodiversité, le paysage, les sols et l'eau, pour les générations futures.

La contribution de la démarche IG au développement durable dépendra de la manière dont les ressources locales sont utilisées et de l'interaction entre les acteurs locaux.

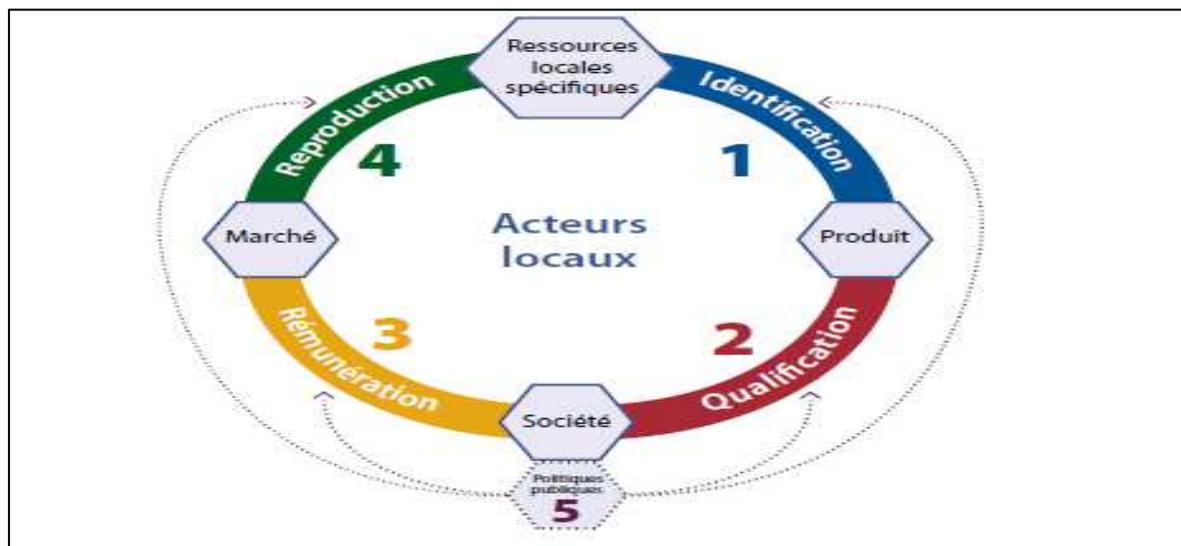
1.2.2 Le cercle vertueux de qualité: une méthodologie pour le développement

La FAO a récemment élargi le spectre de ses activités dans le domaine de la qualité spécifique pour y ajouter la qualité liée à l'origine géographique. Un Groupe de travail interdépartemental informel sur « les normes volontaires pour les produits de qualité spécifique » a été constitué pour superviser et coordonner le développement de ce nouveau secteur d'activité. Au cours des dernières années, plusieurs séminaires organisés dans différentes régions du monde ont permis de sensibiliser à l'importance de la qualité liée à l'origine et aux exigences en termes de cadre juridique, de systèmes de certification et d'activités d'appui. Ces séminaires ont eu lieu dans le Bassin méditerranéen (2007), en Amérique latine (2007), dans le Sud-ouest de l'Europe (2008) et en Asie (2009). Strengthening International Research on Geographical Indications (SINER-GI) est un projet de recherche et un réseau financé par l'Union européenne son objectif est de construire et partager une base mondiale et scientifique de connaissances cohérentes sur les conditions économiques, juridiques, institutionnelles et socioculturelles de réussite des indications géographiques.

Les participants à ces séminaires ont recommandé à la FAO de développer des lignes directrices en vue d'aider les représentants des gouvernements et les acteurs concernés à développer des démarches durables dans ce domaine.

La mise en œuvre d'une démarche IG à l'échelle locale suppose donc différentes activités et conditions. Le cercle vertueux de qualité liée à l'origine a été développé dans le guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables qui a été produit par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). Il peut être utilisé comme une méthodologie visant à soutenir les acteurs locaux dans leur gestion des activités du système IG et à optimiser son potentiel en matière de développement durable.

Fig. n°1: Cercle vertueux de la qualité liée à l'origine



Source : FAO, 2009

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

- A / Identification: prise de conscience et évaluation du potentiel du produit à l'échelle locale;
- B / Qualification du produit: mise en place de règles présidant à la création de valeur et à la préservation des ressources locales;
- C /Rémunération du produit en lien avec sa commercialisation et la gestion du système local;
- D /Reproduction des ressources locales renforçant la durabilité du système;
- E /Les politiques publiques fournissent le cadre institutionnel et une éventuelle assistance au fil des étapes du cercle.

A / L'identification des ressources locales : « C'est la prise de conscience et évaluation du potentiel du produit de terroir et des ressources locales spécifiques nécessaires à sa production. Cet aspect repose en grande partie sur la prise de conscience par les producteurs locaux c'est ce qui constitue la base de l'action collective visant à faire reconnaître la valeur du produit. L'identification de la réputation et des ressources spécifiques impliquées, ainsi que de leur lien avec la qualité spécifique du produit, peuvent aussi nécessiter des études et des analyses scientifiques, que ce soit au niveau des ressources (ex.: analyse de sol, histoire du produit), ou du produit et de sa réputation (dégustation, enquêtes auprès des consommateurs, etc.). A ce stade, l'appui externe peut être important en termes d'apport techniques et scientifiques particuliers ». (FAO, 2009)

Pour Amsallem I. et Rolland E. (2009), « le produit présente une qualité spécifique liée à l'origine géographique (sols, climat...) qui le différencie du produit standard sur le même marché, que ce soit au niveau local, national ou international. La qualité peut être mise en avant au travers d'une variété ou d'une race locale, d'un sol ou d'un climat particulier apportant au produit cultivé un aspect ou un goût unique. 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. Pour les produits transformés, cette définition est faite d'une part sur la matière brute agricole, et d'autre part sur le produit issu de la transformation. Les moyens pour identifier ces caractéristiques se font en interrogeant les producteurs eux-mêmes (surtout les anciens) et/ou par des travaux d'analyses physico-chimiques en laboratoire. Ces caractéristiques rendent le produit typique : il est unique du fait de la combinaison de facteurs de production naturels et humains ancrés au niveau du lieu d'origine. Un tel produit ne peut donc pas être reproduit ailleurs »¹².

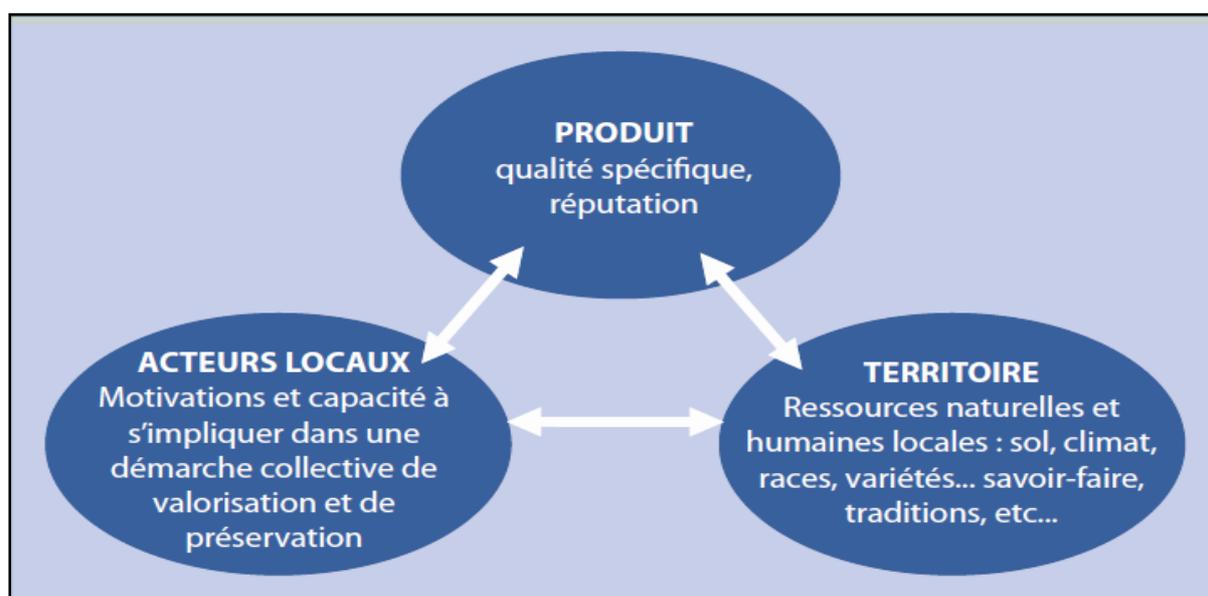
Ilbert H. (2005) ajoute que « les stratégies de terroir vont mobiliser trois types de ressources. Les premières sont matérielles ou tangibles, ce sont les ressources naturelles et agro climatiques (la terre, le climat) et les équipements spécifiques à l'élaboration de produits de très haute qualité pour lesquels les méthodes de fabrication se rapprochent davantage de l'univers de la cuisine que de celui de l'usine, en rupture avec le système industriel.

Le second type de ressources relève du domaine de l'immatériel, de l'intangible, de l'impalpable. Il s'agit des compétences, des savoirs -faire, des tours de main, des recettes originales. Ce lien au territoire est aussi un lien à un patrimoine naturel (paysage), architectural, à des traditions locales (folklore), bref à une culture. Enfin, les ressources temporelles, c'est-à-dire une histoire qui rassemble en général plusieurs générations de professionnels souvent liées par des parentés familiales et ancrées dans une petite région sont souvent indispensables pour qualifier un produit de terroir »¹³.

¹²Amsallem I., Rolland E., (2009). « Indications géographiques : qualité des produits, environnement et cultures.in: Savoir communs »n°9 .AFD, FFEM. 99 p.

¹³Ilbert H., (2005). « *Produits du terroir méditerranéen: conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance (PTM : CEE et MG).Rapport final.* Marseille : FEMISE .Montpellier : CIHEAM-IAM.p.1-6.

Fig. n° 2 : Interaction entre les acteurs locaux, le produit et le territoire



Source : FAO, 2009

D'après la FAO, la démarche de valorisation d'un produit IG nécessite l'implication de tous les acteurs locaux qui sont en droit de définir les règles pour l'utilisation de l'IG. Pour y parvenir, une approche participative est requise afin de partager une vision et une stratégie communes, d'identifier les différents liens à l'origine et d'établir un système IG.

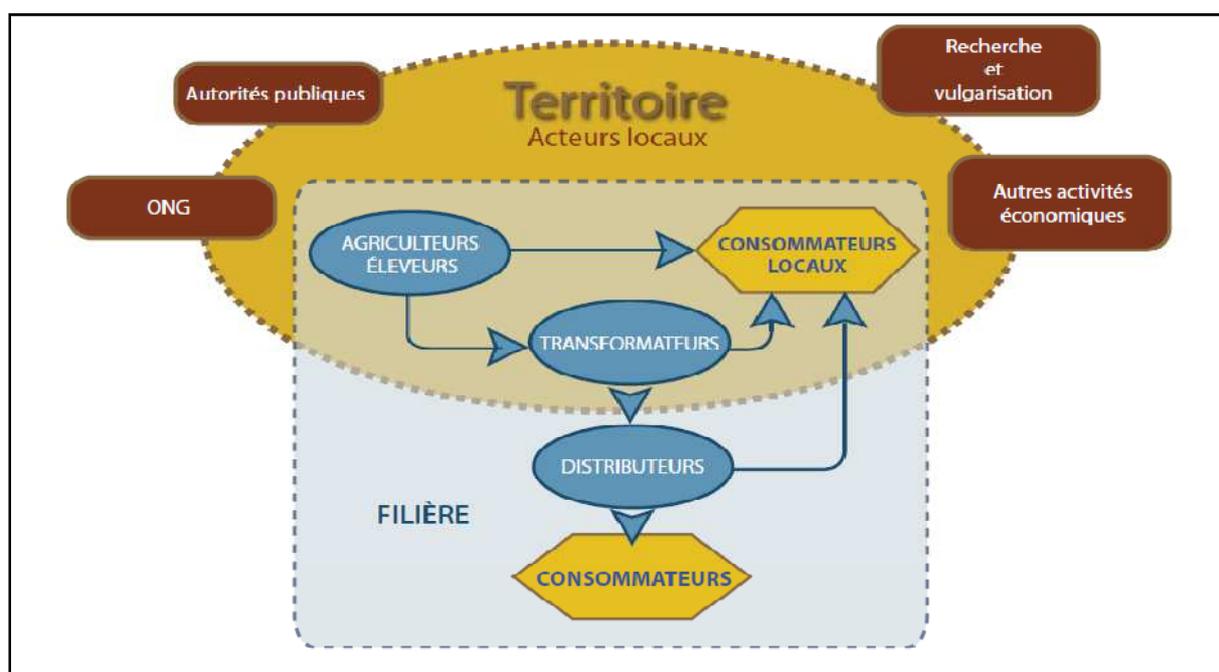
En outre, les producteurs locaux doivent être capables d'établir des relations stables avec des acteurs internes et externes au territoire, et ce dans différents domaines: économique, politique, social et scientifique, d'où l'importance des liens territoriaux et des réseaux externes.

La gestion et le développement du système IG doit bénéficier d'un soutien externe au système de production, voire externe au territoire, afin d'aider les producteurs à surmonter les obstacles et à améliorer la gestion et la durabilité économique du système de production.

Les partenariats extérieurs constituent le «système d'appui» ou «réseau de soutien» au produit IG ou au système IG. Bien que non impliqué directement dans la production, la transformation du produit ou dans les décisions sur le produit final, ce réseau de soutien peut jouer un rôle capital, notamment pour initier le cercle vertueux de qualité en sensibilisant les producteurs ou en facilitant le processus d'identification et de qualification du produit. Ainsi, le système IG doit inclure toutes sortes d'acteurs et activités pouvant contribuer à la production/valorisation du produit IG.

À l'intérieur et à l'extérieur du territoire, le développement du système IG implique de nombreux acteurs différents. Le long de la filière, producteurs de matière première, transformateurs, distributeurs, etc., partagent un savoir-faire sur les bonnes pratiques en matière de production, de transformation, de conservation, de commercialisation, tandis que les consommateurs interviennent sur l'utilisation et la consommation du produit.

Fig. n° 3 : différents acteurs peuvent être impliqués dans le processus de valorisation



Source : FAO, 2009

B / La qualification

La phase de qualification est le processus par lequel la société (consommateurs, citoyens, instances publiques, autres acteurs de la chaîne de valeur, etc.) sera en mesure de reconnaître la valeur associée au produit de terroir. La qualification implique d'une part une description précise, faisant l'unanimité au sein des producteurs, des caractéristiques du territoire, du processus de production et des attributs de qualité du produit. D'autre part, la qualification consiste à recourir aux outils adéquats visant à identifier, mettre en valeur et protéger ces caractéristiques. En ce sens, l'attribution d'une indication géographique (IG) joue un rôle essentiel pour signaler le lien entre le produit, son territoire et sa qualité spécifique, faisant du produit du terroir un «produit IG». La qualification nécessite que les producteurs locaux définissent le cahier des charges.

Le cahier des charges (CdC) est un document qui définit les règles d'usage d'une indication géographique (IG). Son élaboration constitue une étape très importante car il constitue la norme volontaire que les acteurs locaux doivent respecter pour être en droit d'utiliser l'IG.

L'objectif du CdC est de définir les règles (exigences) pour l'usage de l'IG, mises en pratique par les producteurs de la zone délimitée pour obtenir la qualité spécifique. Il doit :

- décrire les caractéristiques spécifiques du produit IG attribuables à son origine, de manière à justifier le lien entre le produit et son territoire (le même produit ne pouvant pas se trouver ailleurs)
- expliquer comment la qualité (les attributs spécifiques qui font la différence avec un autre produit de la même catégorie), la renommée (l'histoire du produit, sa réputation passée et actuelle), ou tout autre caractéristique (par exemple le savoir-faire), est liée à l'origine.

Le CdC inclut : la définition du produit (nom, caractéristiques, méthodes de production et de transformation), la zone délimitée concernée et est associé à un système de garantie (plan de contrôle) permettant de garantir la conformité d'un produit IG avec ses spécifications. Ainsi, le CdC est tout autant un outil de coordination interne (règles collectives pour une concurrence loyale entre producteurs) qu'une garantie vis-à-vis de l'extérieur (reconnaissance par la société, disponibilité pour les détaillants et les consommateurs de l'information sur la qualité). (FAO, 2009).

Description du produit

Les principales caractéristiques physiques, chimiques, microbiologiques ou organoleptiques du produit, ainsi que les ingrédients et matières premières qui doivent être utilisés au cours du processus de production, et/ou les ingrédients et matières premières à ne pas utiliser.

Définition du processus de production

La méthode d'obtention du produit IG, dans toutes les phases du processus de production regardant l'IG (par ex. production agricole, transport, transformation, conditionnement, assaisonnement/maturation enfin emballage final). Au besoin, introduire l'interdiction explicite de certaines méthodes de production.

 **Démonstration de la qualité spécifique liée à l'origine** Se concentrer sur les éléments justifiant le lien entre la qualité spécifique et les ressources de la zone géographique (naturels et humains).

Définition de la zone de production

Berard et Marchenay (2009) indiquent que le cahier des charges d'une AOP ou d'une IG doit comporter la délimitation géographique concernée, « des éléments prouvant que le produit agricole ou la denrée alimentaire sont originaires de l'aire géographique, et des éléments justifiant le lien avec le milieu géographique ou avec l'origine géographique ».

Legrand (2010) ajoute que « Les critères qui doivent être prise en compte sont d'ordre : culturel (histoire, réputation), technique (aire de diffusion des pratiques et bassin de savoir-faire), économique, politique et environnemental »¹⁴.

Plan de contrôle - système de vérification

Pour Amsallem et Rolland (2009), le contrôle assurant la conformité du produit à ses spécifications se fait à deux niveaux :

- **Un contrôle interne** : il s'effectue tout d'abord au niveau du producteur lors de l'enregistrement. Il doit vérifier la conformité de certains intrants et documenter cette vérification, noter son itinéraire technique, enregistrer ses flux de production, de vente et ses stocks. L'organisme de gestion auquel appartient le producteur peut organiser un contrôle qui portera sur le respect du cahier des charges, la qualité des enregistrements et leur sincérité.
- **Un contrôle externe** : Il est effectué par un organisme de contrôle et certification agréé par l'autorité compétente de manière indépendante et qui s'appuie sur un plan de contrôle élaboré à partir d'une analyse des points critiques.

¹⁴Legrand S., Bourgeois M., Blanc K., Guerra J., (2010). « Le pillage des terroirs : ses différentes formes, pistes de réflexion pour les enrayer ».Thèse de Mastère en Marketing Management : Intelligence Economique. ESSEC.Paris. 49p.

Gestion des coûts

Quel que soit le système adopté, la mise en place de garanties engendre des coûts (techniques, administratifs, de communication, etc.) qui sont soit supportés par les producteurs ou par les autorités publiques, soit partagés entre ces deux types d'acteurs. D'après la FAO, il existe deux catégories de coûts:

- Coûts directs: méthodes d'inspection, analyses chimiques, etc.
- Coûts indirects: temps nécessaire pour compléter les dossiers, pour assister aux inspections, etc.

Les coûts de certification peuvent être réduits par une coordination efficace, notamment:

- par la certification collective, qui réduit les coûts d'inspection et d'administration par l'harmonisation des contrôles, lorsque le respect d'autres normes doit être certifié (bio ou assurance qualité, par exemple), ce qui permet d'effectuer une seule inspection pour différentes spécifications.(FAO, 2009).

Elaboration des règles : conflits potentiels

Pour Amsallem et Rolland (2009), « les acteurs du système IG n'ont pas tous la même vision du produit, de ses caractéristiques pertinentes et de son mode de production. Il n'est pas rare que lors de l'élaboration du cahier des charges, des conflits surviennent entre les principaux acteurs au sujet de critères clés pour la qualité spécifique du produit. Un manque de synergies collectives peut aboutir à des effets contraires aux attentes ».

C/ La rémunération: commercialiser un produit IG

Pour Ilbert (2005), « le développement des signes de qualité entraîne un encombrement du marché par leur juxtaposition mais aussi par leur chevauchement sur un même produit. Il n'est pas rare de voir un produit avec une marque commerciale, un signe de qualité et une origine géographique. La marque « terroir » de Carrefour "Reflets de France", en est un exemple type. La multiplication des modes d'utilisation du terroir dans les stratégies des entreprises pose la question de la pertinence et de l'efficacité de chacun du point de vue du consommateur. La catégorie « produits alimentaires de terroir » attire de nouveaux entrants sur le marché (grandes firmes et distributeurs) et se traduit par des démarches collectives de protection de la rente que constitue l'origine géographique des produits ».

La demande de protection des produits sous IG peut être « tirée » par les producteurs locaux groupés en association ou poussée par l'administration locale.

Ainsi, selon Fort et Rastoin (2005), « les principales motivations peuvent être classées en 2 grandes catégories :

- ❖ Dans un but défensif de protection contre la concurrence déloyale, contre les usurpations de réputation.
- ❖ Dans un but plus offensif de segmentation du marché, de différenciation par la qualité et de recherche de valeur ajoutée au produit. »

Sylvander et al (2005) ajoutent que « Les pratiques nationales dans la mise en œuvre des appellations d'origine et des indications géographiques sont actuellement disparates; qu'il est nécessaire d'envisager une approche communautaire; que, en effet, un cadre de règles communautaires comportant un régime de protection permettra aux indications géographiques et aux appellations d'origine de se développer du fait que ce cadre garantira, à travers une approche plus uniforme, des conditions de concurrence égale entre les producteurs de produits bénéficiant de ces mentions et qu'il conduira à une meilleure crédibilité de ces produits aux yeux des consommateurs ».

Rôles et activités d'une organisation IG

Il convient de préciser que les acteurs de la filière IG sont souvent impliqués dans la production et la commercialisation de plusieurs produits (le produit IG et d'autres), tandis que l'organisation IG concentre ses efforts sur le produit IG uniquement.

Les activités que mène l'organisation IG pour soutenir le système sont multiples.

Règles et contrôles

- Elaborer les règles locales (CdC) et les adapter au fil du temps.
- Gérer un système de contrôle interne et réduire les coûts de la certification en réalisant des économies d'échelle et en gérant les relations avec l'organisme de certification externe le cas échéant.
- Faciliter la résolution des conflits et fournir un arbitrage en cas de conflit portant sur le CdC: une commission de représentation objective peut décider si les pratiques sont compatibles ou non avec le CdC.

Production

- Renforcer la qualité du produit IG en apportant une assistance et des informations techniques, afin de faciliter l'introduction des innovations.
- Gérer directement certaines activités de production, comme la transformation finale, la classification ou l'emballage du produit.
- Réduire les coûts individuels des services que la plupart des petites sociétés ne peuvent habituellement pas s'offrir à titre individuel, par exemple R&D sur le produit, conseils techniques, informations sur la qualité et les volumes du produit IG et de ses concurrents.

Commercialisation

- Renforcer la marge de négociation des producteurs locaux dans la filière. L'organisation IG peut accueillir des négociations structurées sur la qualité et les plus-values sur les prix entre les différentes catégories professionnelles.
- Élaborer des stratégies commerciales collectives, même si un grand nombre de responsabilités, comme la force de vente, les relations client, la fixation des prix et la distribution reste celles de chaque entreprise.
- Développer des actions collectives pour réduire les coûts (par exemple recherches et informations sur les marchés, projets de promotion pour renforcer la visibilité sur le marché).

Coordination, représentativité et pérennité

- Représenter le système IG dans le dialogue avec les acteurs externes, en particulier avec les autorités publiques en charge des politiques IG.
- Faciliter l'accès aux entreprises qui souhaitent bénéficier du dispositif de protection IG.
- En interne, développer la confiance entre les producteurs et les transformateurs qui partagent l'utilisation de l'IG.
- Fournir un forum où discuter des problèmes et des opportunités associés à l'utilisation de l'IG.
- Améliorer la coordination entre les producteurs et entre les différentes étapes de la filière, afin de la rendre plus efficace et de mieux positionner les acteurs de la filière par rapport à la concurrence.
- Faire des propositions pour orienter l'évolution du système IG afin de garantir sa pérennité économique, sociale et environnementale.(FAO, 2009).

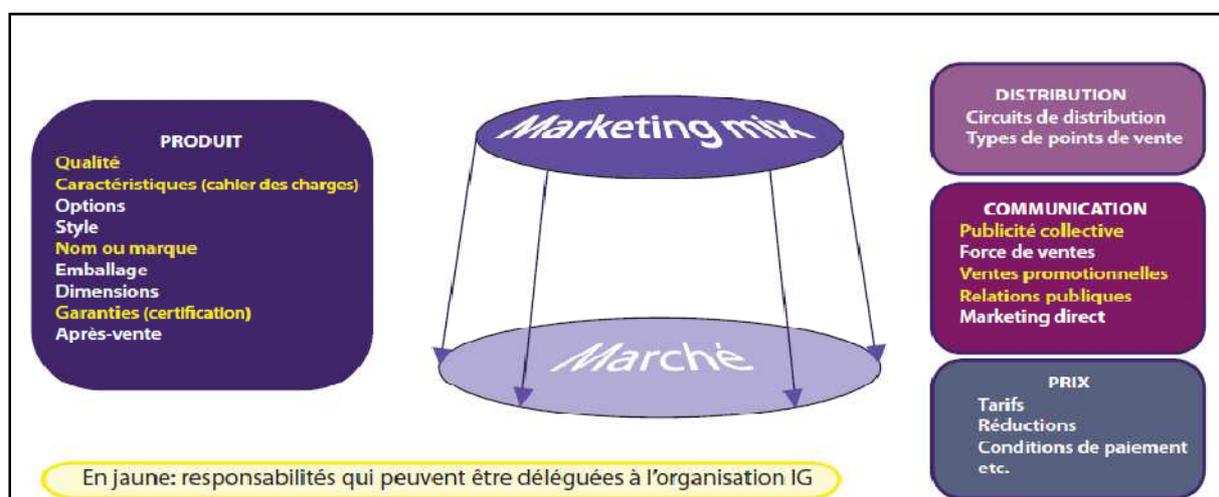
✚ Le plan marketing

Le plan de marketing stratégique d'après la FAO, contribue à définir les stratégies à court et long termes. Il définit les objectifs en terme de marché sur la base des potentiels, des limites, des caractéristiques du marché, de la concurrence, etc. Au sein de l'organisation IG, il est important de disposer d'objectifs très clairs partagés entre ses membres. Le volet stratégique du plan marketing se divise en deux étapes principales:

- L'étude de marché: avec l'étude des motivations, des attitudes, des perceptions des consommateurs, de leur propension et de leur capacité à payer, de la concurrence, des opportunités du marché, des éventuels partenariats commerciaux, etc.
- La segmentation, le ciblage et le positionnement: qui sont autant d'outils utilisés suite à l'étude de marché pour développer une stratégie commerciale. (FAO, 2009).

Pour Lambin et Champitaz (2002) « le plan marketing opérationnel représente la dimension action du concept marketing. Il s'agit d'une démarche volontariste de conquête des marchés existants, dont l'horizon d'action se situe dans le court et le moyen terme. C'est la démarche commerciale classique, centrée sur la création d'un objectif de chiffre d'affaires et qui s'appuie sur les moyens tactiques relevant de la politique de produit, de distribution, de prix et de communication : les « 4P » ou « le marketing mix » »¹⁵.

Fig. n°4 : Les éléments du marketing mix et le rôle de l'organisation



Source : FAO, 2009

¹⁵ Lambin J.J ; Champitaz R., (2002) . « Management stratégique et opérationnel : du marché à l'orientation marché », ed. Dunod, 2002, P.09.

D / La reproduction des ressources locales, clé d'une IG durable

La reproduction selon la FAO (2009), consiste à assurer que les ressources naturelles et humaines utilisées dans le système IG sont reproduites, c'est-à-dire améliorées et préservées, de manière à garantir la durabilité économique, sociale et environnementale à long terme. La reproduction concerne la viabilité sociale et économique (redistribution de la valeur et rémunération), ainsi que la préservation des ressources naturelles et culturelles au fil du temps.

-La durabilité économique : la reproduction est liée essentiellement à la question de la redistribution. La valeur créée par le biais des activités de rémunération doit être équitablement redistribuée le long de la filière, entre les différents acteurs impliqués dans le processus de production, transformation et commercialisation, afin de rémunérer chacun des acteurs en fonction de sa contribution au processus de création de valeur.

-La durabilité environnementale : la reproduction vise la préservation, voire l'amélioration, des ressources naturelles en garantissant au fil du temps un équilibre entre exploitation et développement d'une part et préservation ou amélioration de l'environnement et de la biodiversité d'autre part.

-La durabilité socioculturelle : la reproduction consiste à promouvoir les traditions et l'héritage culturel, renforçant ainsi le sentiment d'identité locale et la fierté des habitants, et à favoriser le maintien des populations locales dans les zones rurales, en luttant contre les menaces liées à l'exode rural: pauvreté, manque d'information et d'accès aux marchés.

E/ Créer les conditions pour le développement des IG: le rôle des politiques publiques

Pour Vandecandelaere (2009), « la reconnaissance d'un produit de qualité liée à l'origine commence par la prise de conscience par les producteurs eux-mêmes de cette valeur particulière, suivie d'une démarche collective pour la définir selon un cahier des charges, délimiter l'aire concernée, demander sa reconnaissance officielle et gérer le processus de valorisation de cette qualité. Cependant, elle doit être complétée par un processus institutionnel national en ce qui concerne à la fois la protection juridique pour sécuriser le marché et les politiques d'encadrement pour favoriser le développement territorial durable »¹⁶.

¹⁶Vandecandelaere E., (2009). Les différents échelons des politiques, et leur coordination pour la préservation/valorisation des produits de qualité liée à l'origine ». in : Ilbert H., Tekelioglu Y., Tozanli S. (coord). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » Options méditerranéennes, A n°89.p.169-178.

Les IG ont une longue existence en tant qu'outils de qualification et de différenciation des produits agro-alimentaires et artisanaux, mais leur légitimation juridique a pris des chemins divers selon les conjonctures économiques et les pays. La nécessité d'une protection juridique des IG émerge de deux phénomènes actifs tant au niveau national qu'au niveau international : d'une part, la globalisation des échanges commerciaux ; d'autre part, l'harmonisation des standards pour les produits agro-alimentaires. (Sylvander B. et al., 2005).

Outils juridiques

Depuis l'accord ADPIC requiert que l'ensemble des membres de l'OMC possède un cadre réglementaire national pour la protection et l'utilisation des noms des IG pour les produits spécifiques. La plupart des gouvernements ont adopté des instruments juridiques pour protéger les IG, mais il existe des différences majeures entre eux: ils peuvent aller de la simple loi nationale sur les pratiques commerciales visant à lutter contre la concurrence déloyale ou à protéger les consommateurs, jusqu'à des réglementations très spécifiques portant sur l'enregistrement des IG.

Deux grandes approches d'après la FAO (2009) peuvent être distinguées pour la protection des IG au niveau national:

- **Approche publique:** dans le cas où les instances publiques émettent une loi spécifique pour la protection des IG. Cette approche consiste généralement à reconnaître officiellement chaque IG au travers d'un signe de qualité public, et souvent via un logo officiel commun.
- **Approche privée:** au travers des lois contre la concurrence déloyale, et quand la protection s'appuie sur des actions issues du secteur privé. D'autres droits de propriété intellectuelle peuvent être utilisés autour des produits IG. Par exemple, des logos ou formes distinctives peuvent être enregistrés comme des marques graphiques, ou des procédés de transformation, des types d'emballage, des maquettes industrielles, etc., peuvent impliquer l'utilisation de brevets.

L'enregistrement reste l'outil juridique le plus courant pour définir le cercle des utilisateurs légitimes et assurer la protection des IG. C'est ce qui est prévu par les systèmes sui generis et les lois sur les marques commerciales.

Les principaux rôles des acteurs publics locaux

Selon le guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables élaboré par la FAO en 2009, les acteurs publics au niveau national doivent garantir un cadre réglementaire solide, tant d'un point de vue juridique qu'économique. Cela ne dispense pas les acteurs publics locaux de jouer eux aussi un rôle important quant à la conception et à la mise en œuvre de la politique de qualité liée à l'origine et l'appui aux démarches IG sur le terrain. En raison de leur proximité avec la filière IG, les acteurs publics locaux peuvent jouer les principaux rôles suivants:

- Garantir une représentation équilibrée des acteurs dans le système IG et s'assurer que les petits producteurs ont eux aussi voix au chapitre;
- Encadrer le processus de définition des règles de l'IG, gérer les éventuels conflits à la lumière des objectifs généraux et, le cas échéant, orienter les choix collectifs;
- Encourager les producteurs à tenir compte de la préservation de l'environnement et des ressources sociales spécifiques;
- Soutenir le fonctionnement du système IG via des mesures de renforcement des compétences permettant d'appuyer le développement du marché du produit IG.

1.3 Réglementations des indications géographiques

1.3.1 Dispositifs de protection et premières conventions internationales

Selon Kalinda (2010), « l'idée de créer une convention internationale pour la protection de la propriété industrielle fut émise pour la première fois à Vienne en 1873 dans un congrès relatif aux brevets d'invention.

Cette idée a reçu beaucoup d'échos lors de l'exposition universelle de 1878 qui s'est tenue à Paris en marge du Congrès de la propriété industrielle »¹⁷.

A/ La convention de Paris (signée en 1883) :

« La Convention pour la protection de la propriété industrielle a été signée à Paris le 20 mars 1883. Par la suite, elle a subi de nombreuses révisions destinées à améliorer son objet et son fonctionnement. Il faudra attendre la révision de Bruxelles de 1900 pour voir apparaître des dispositions relatives à la répression de fausses indications de provenance²⁹ et celle de La Haye de 1925 qui a ajouté l'appellation d'origine ». (Kalinda F., 2010).

¹⁷Kalinda F., (2010). « La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement ». Thèse de doctorat. Université De Strasbourg .Faculté de droit. De sciences politiques et de gestion.450p.

Ilbert et Petit (2005) ajoutent « dès la convention de Paris, la différence est faite avec les marques : une marque est la propriété d'une entreprise et elle identifie les produits du marché entre firmes concurrentes. La marque est donc bien un signe identifiant l'entreprise d'origine et non l'origine géographique du produit. Donc la convention de Paris n'a pas précisé la définition des indications géographiques »¹⁸.

« La Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle, signée en 1883, est le premier accord multilatéral qui accorde une protection spécifique pour les IG, mais celle-ci n'a été introduite dans la Convention que lors de la révision de 1925, il s'applique au« indications de provenance », les appellations d'origine étant l'une des catégories d'indications de provenance, et inclut les IG dans le champ de la propriété intellectuelle.

L'Article 10 bis considère les indications de provenance trompeuses comme des actes de concurrence déloyale » (Sylvander B. et al., 2005).

Ilbert et Petit (2005) ajoutent que « la convention de Paris n'a pas précisé la définition des indications géographiques. Elle a stipulé qu'une indication fautive de provenance serait sanctionnée ».

B/ Arrangement de Madrid signé le 14 avril 1891 :

L'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance concerne la répression des indications fausses et fallacieuses sur les produits fut signé à Madrid le 14 avril 1891. « Cet arrangement introduit la différence entre « fautive » et « fallacieuse », une indication fallacieuse pouvant être le véritable nom de l'endroit d'origine des produits, mais être trompeuse en utilisant en fait la renommée d'une IG largement connue. Cette nuance introduit la problématique de l'usage, dans les pays du Nouveau Monde, de noms géographiques « importés » d'Europe par les émigrants. Comme dans la Convention de Paris, les indications de provenance ne sont pas comprises comme impliquant des qualités spécifiques pour les produits » (Sylvander B. et al., 2005).

¹⁸Ilbert H., Petit M., (2005). « Politiques internationales : conflits, marques et Indications Géographiques à l'OMC », In : Ilbert H. (coord). « *Produits du terroir méditerranéen : conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance (PTM : CEE et MG). Rapport final.* Marseille : FEMISE .Montpellier : CIHEAM-IAM.p.17-38.

Selon Kalinda(2010), « l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance qui interdit non seulement l'utilisation d'indications de provenance fausses et fallacieuses sur les produits, mais aussi le recours aux indications fallacieuses dans la publicité et dans toute forme de communication commerciale ». L'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance éclaire le sens de cette expression « indication de provenance » selon l'article suivant : « *Tout produit portant une indication fausse ou fallacieuse par laquelle un des pays auxquels s'applique le présent Arrangement, ou un lieu situé dans l'un d'entre eux, serait directement ou indirectement indiqué comme pays ou comme lieu d'origine, sera saisi à l'importation dans chacun desdits pays* ».

Par conséquent, pour Geuze (2009) « on peut définir une indication de provenance comme une mention indiquant qu'un pays ou un lieu situé dans ce pays est le pays ou le lieu d'origine d'un produit. Il est important que l'indication de provenance renvoie à l'origine géographique d'un produit et non à un autre type d'origine, tel qu'une entreprise qui fabrique le produit en question. De plus, la définition n'exige pas que le produit en question ait une certaine qualité ou des caractéristiques découlant de son origine géographique »¹⁹.

Ilbert et Petit (2005) ajoutent « l'arrangement de Madrid a été diversement appliqué par les tribunaux nationaux et n'offrait aucune protection contre les indications géographiques fausses en traduction ou avec des adjonctions (« genre » », « type » etc.) ».

Cet arrangement pour Kalinda n'est pas parvenu à réprimer les indications de provenance utilisées en traduction ou avec des mentions correctives telles que « type », « style », « façon », etc. lorsque l'origine du produit est clairement indiquée, ce qui constitue sa principale faiblesse.

C/ Arrangement de Lisbonne (signé en 1958) :

L'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international, conclu dans le cadre de la Convention de Paris et signé en 1958, ne compte que 22 États signataires dont l'Algérie.

¹⁹Geuze M., (2009). « Indications géographiques : moyens actuels de protection et cadre juridique international ».in :Ilbert H., Tekelioglu Y., Tozanli S . (coord.). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » Options méditerranéennes, A n°89.p.147-168.

Contrairement à la CUP et à l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance, l'Arrangement de Lisbonne donne une définition de l'appellation d'origine. Aux termes de l'article 2.1, l'appellation d'origine est définie comme « *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* ».

Cette définition d'après Kalinda (2010) est construite autour de trois éléments essentiels :

- ✳ L'appellation doit être une « dénomination géographique », c'est-à-dire un nom d'un lieu localisable sur une carte géographique (le nom d'un pays, d'une région d'un pays voire d'une localité). De telles dénominations sont qualifiées d'indications géographiques directes.
- ✳ L'appellation doit servir à désigner un produit originaire du pays, de la région ou de la localité concernée. L'appellation désigne non seulement le lieu mais aussi le produit qui en est originaire. Elle doit désigner une marchandise produite ou fabriquée sur le territoire dont elle porte le nom.
- ✳ La qualité ou les caractères du produit découlent « exclusivement ou essentiellement » du milieu géographique « comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains ». Les facteurs naturels comprennent le climat, le sol, la faune, la flore, etc. Les facteurs humains peuvent être le savoir-faire localisé (le choix des semences, les méthodes de production de fabrication, les techniques de conservation, etc.). La réunion de ces facteurs constitue ce que la doctrine française qualifie de « terroir ». C'est ce dernier qui donne au produit sa typicité, son caractère distinctif, sa qualité et finalement sa notoriété.

La procédure d'enregistrement est détaillée dans l'article 5 de l'Arrangement de Lisbonne et dans les articles 5 et 7 du règlement d'exécution dudit arrangement. La demande d'enregistrement doit comprendre les renseignements suivants :

- le pays d'origine ;
- le ou les titulaires du droit d'user de l'appellation d'origine, désignés de façon collective ou, si une désignation collective est impossible, de façon nominative;
- l'appellation d'origine dont l'enregistrement est requis, dans la langue officielle du pays d'origine ou, si le pays d'origine a plusieurs langues officielles, dans l'une ou plusieurs de ces langues officielles ;
- le produit auquel s'applique cette appellation ;

- l'aire de production du produit ;
- le titre et la date des dispositions législatives ou réglementaires, les décisions judiciaires ou la date et le numéro de l'enregistrement en vertu desquels l'appellation d'origine est protégée dans le pays d'origine.

Le principe essentiel de l'Arrangement de Lisbonne est que les États contractants s'engagent à protéger sur leurs territoires, les appellations d'origine des produits des autres pays reconnues et protégées à ce titre dans le pays d'origine et inscrites dans le registre international administré par l'OMPI .(article 1.2).

L'article 3 de l'Arrangement de Lisbonne offre aux appellations d'origine une protection très étendue contre « toute usurpation ou imitation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si l'appellation est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « façon », « imitation » ou similaires . Il s'agit d'une protection *ex officio* dont tout pays partie à l'Arrangement a l'obligation de mettre en œuvre.

D'après Kalinda (2010) « l'un des grands problèmes de l'Arrangement de Lisbonne est qu'il ne prévoit aucun mécanisme de règlement des différends entre la marque et l'appellation d'origine. Si les tiers ont utilisé l'appellation d'origine en tant qu'une dénomination générique, l'article 5.6) de l'Arrangement de Lisbonne s'applique sans ambiguïté mais si, au contraire, l'enregistrement d'une appellation d'origine porte atteinte à une marque antérieure, cela semble ne pas être le cas. Il en résulte que certaines appellations d'origine sont en conflit avec des marques similaires ou identiques ».

Selon Sylvender et al (2005), « Face au manque de succès de l'Arrangement de Lisbonne, l'OMPI s'est efforcée sans succès, au cours des années 1970 et 1980, d'aboutir à un grand traité international sur les appellations d'origine, en intégrant les préoccupations des pays en voie de développement ».

D/ L'accord ADPIC et les indications géographiques (signé en 1995) :

L'Accord sur les ADPIC, l'une des nombreuses annexes de l'Accord de Marrakech instituant l'OMC, est spécialement dédié à la protection des droits de propriété intellectuelle « qui touchent au commerce ». Son objectif est d'atténuer les différences dans la manière dont ces droits sont protégés de par le monde et de les soumettre à des règles internationales communes. Les indications géographiques illustrent particulièrement ces différences.

Il est mentionné dans les accords ADPIC de l'OMC que les indications géographiques « servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un membre, ou d'une région ou d'une localité de ce territoire, dans le cas où une qualité, une réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique »(Annexe 1C – Article 22).

Selon Kalinda (2010), « une protection très forte qui s'inspire largement de l'Arrangement de Lisbonne mais aussi de l'article 10 *bis* de la CUP. Ainsi, outre la définition des indications géographiques qui ressemble fortement à celle de l'Arrangement de Lisbonne, la proposition prévoit que les indications géographiques seront protégées contre toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale y compris tout acte de nature à tromper le public quant à la véritable origine du produit».

Arhel (2009) ajoute « l'accord protège les signes distinctifs lorsqu'ils s'identifient à la zone géographique par leur qualité, leur réputation, ou une autre caractéristique, alors que sous l'empire de l'arrangement de Lisbonne, la seule réputation ne peut justifier la protection. Par ailleurs, l'accord protège les « indications » alors que l'arrangement de Lisbonne ne vise que les « dénomination(s) géographique(s) », les termes « indications géographiques » semblent plus large que l'expression « dénomination géographique » et devraient ainsi couvrir, non seulement les noms géographiques, mais aussi d'autres signes relevant du domaine géographique, qu'ils soient constitués de mots, d'expressions, de symboles ou d'images emblématiques »²⁰.

L'accord de l'OMC prévoit deux niveaux de protection :

- * Une protection de base pour toutes les IG qui est définie par l'**Article 22** et qui impose l'obligation de protéger les IG afin de ne pas induire le public en erreur et d'empêcher la concurrence déloyale. Cette protection sera applicable contre une indication géographique qui, bien qu'elle soit littéralement exacte pour ce qui est du territoire, de la région ou de la localité dont les produits sont originaires, donne à penser à tort au public que les produits sont originaires d'un autre territoire. (**Partie II, section 3 article 22-4**).

²⁰Arhel P., (2009). « Travaux de l'organisation mondiale du commerce visant à étendre et à faciliter la protection des indications géographiques ».in :Ilbert H., Tekelioglu Y., Tozanli S (coord) . « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens. Options méditerranéennes* »,A n°89.p. 135-146.

- * Une protection « additionnelle », plus élevée et renforcée pour les indications géographiques concernant les vins et spiritueux : à certaines exceptions près, ces indications doivent être protégées même si une utilisation abusive ne risque pas d'induire le public en erreur. (**Partie II, section 3 article 23**).

L'accord prévoit par exemple des exceptions dans le cas où une indication est devenue un nom commun dit « générique » ou dans le cas où un nom a déjà été enregistré en tant que marque de fabrique ou de commerce (Partie II, section 3 article 24).

Pour Legrand et al. (2010), « seule la protection additionnelle des IG pour les vins et spiritueux constitue donc un véritable progrès, puisqu'elle protège les IG contre tout usage abusif, indépendamment d'une tromperie du public ou d'une concurrence déloyale ».

E/ Politiques internationales : conflits marques et indications géographiques à l'OMC

L'article 24-5 prévoit que le dépôt ou l'enregistrement d'une marque, l'acquisition d'une marque par un usage avant l'application de l'accord dans un membre ou avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine ne peuvent être remis en cause au seul motif que la marque est identique ou similaire à une indication géographique ; le droit de faire usage d'une marque ne peut non plus être remis en cause pour ce seul motif (*Accord ADPIC, art. 25-4*).

Selon Arhel (2009), « dans l'affaire *CE-Markes et indications géographiques*, qui concernait un litige examiné dans le cadre du système de règlement des différends de l'OMC et mettant en cause la réglementation communautaire relative aux indications géographiques, la Communauté européenne avait tenté d'utiliser les dispositions de l'article 24-5 pour justifier la coexistence, prévue à l'article 14-2 de l'ancien règlement (CEE)n°2081/92 du 14 juillet 1992, entre une marque et une indication géographique, mais cet argument a été rejeté par le groupe spécial de l'OMC. Celui-ci a cependant admis, « *sur la base des éléments de preuve qui (leur) ont été présentés (que cette coexistence) était justifiée au regard de l'article 17 de l'accord sur les ADPIC* » qui dispose que les membres de l'OMC peuvent prévoir des exceptions limitées aux droits conférés par une marque de fabrique ou de commerce à condition que ces exceptions tiennent compte des intérêts légitimes du titulaire de la marque et des tiers ».

 **Etablissement d'un registre multilatéral d'IG :**

L'article 23-4 de l'accord sur les ADPIC prévoit que « afin de faciliter la protection des indications géographiques pour les vins, des négociations seront menées au conseil des ADPIC concernant l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins susceptibles de bénéficier d'une protection dans les membres participant au système »(Arhel P., 2009).

Les négociations sur l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux d'ici à la cinquième session de la conférence ministérielle », c'est-à-dire avant la conférence de l'OMC qui s'est tenue à Cancún en septembre 2003.

Arhel (2009) ajoute que les débats au sein du conseil des ADPIC se sont en grande partie appuyés sur trois propositions, l'une formulée par la Communauté européenne, la seconde présentée conjointement par l'Argentine, l'Australie, le Canada, le Chili, El Salvador, l'Équateur, les États-Unis, le Honduras, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, la République dominicaine et le Taïpeichinois (proposition conjointe, et à laquelle se sont associés divers autres membres), et enfin la troisième présentée par Hong-Kong.

La Communauté européenne a proposé :

- ❖ de mettre en place un système permettant aux pays membres participants de notifier au secrétariat de l'OMC toutes les indications géographiques qui identifient des produits comme étant originaires de leur territoire.
- ❖ Le secrétariat les distribuerait et publierait ensuite ces informations et, en cas de contestation de la protection d'une indication géographique ainsi notifiée et distribuée par un autre membre dans un délai de dix-huit mois, les deux membres concernés entameraient des négociations, si une demande en ce sens était présentée, en vue de résoudre le désaccord.
- ❖ le secrétariat enregistrerait les indications géographiques après dix-huit mois, mais dans le cas où une réserve émise en ce qui concerne une indication géographique n'aurait pas été retirée par le membre élevant la contestation au moment de l'enregistrement, celui-ci serait accompagné d'une annotation concernant la réserve.

Selon Legrand et al. (2010), « la création d'un registre multilatéral des IG (ADPIC), afin de les enregistrer au niveau mondial, pour l'UE et ses « amis » l'établissement de ce registre au niveau mondial présumerait que l'enregistrement de l'IG protège le produit dans tous les

autres pays. Ce caractère obligatoire donnerait du poids au régime de droits par IG, puisqu'un nom protégé par les IG bénéficierait d'un système de reconnaissance internationale».

Ilbert et Petit (2005) ajoutent « pour les USA, les indications géographiques doivent reposer sur un système volontaire d'enregistrement dans une base de données ». Pour Arhel P. (2009), « Hong-Kong a proposé un système volontaire de notification de toute indication géographique nationale pour les vins et les spiritueux L'obligation d'attribuer des effets juridiques aux enregistrements ne serait impérative que pour les membres choisissant de participer au système ».

Faute d'accord sur de nouvelles propositions, les discussions se poursuivent lors de séries de réunions en conseils spécialisés. Les débats portent sur les niveaux d'obligation, les coûts et les procédures.

Extension de la protection des indications géographiques aux produits autres que les vins ou spiritueux :

Pour Ilbert et Petit (2005), « la question de l'élargissement à d'autres produits de la protection additionnelle dont bénéficient les vins et spiritueux résulte du développement du commerce mondial pour de nombreux produits et de multiples abus recensés que ce soit sur le riz, le thé, le café, etc. Les partisans de l'extension (l'Union Européenne, la Bulgarie, Maurice, le Nigéria, le Kenya, Cuba, l'Egypte, la République Slovaque, la République Tchèque, la Slovénie, le Sri Lanka, l'Inde, la Suisse, la Turquie et la Thaïlande) considèrent qu'un niveau de protection plus élevé est un moyen de protéger leurs produits sur le marché mondial. Ces pays commencent à mettre en place des législations nationales afin d'anticiper de possibles dépôts de marques sur leurs produits. Certains cherchent à protéger leur artisanat ou leurs savoirs traditionnels ».

D'après Legrand et al. (2010), un certain nombre de pays (108 au total) souhaitent aujourd'hui étendre cette protection additionnelle à l'ensemble des IG, parmi lesquels on trouve bien sur l'Union Européenne mais aussi la Suisse, et divers pays en développement dont les pays du Maghreb, l'Inde, la Turquie ou encore le Sri Lanka. Ces pays en développement sont en effet préoccupés par le comportement de certaines multinationales qui n'hésitent pas à faire breveter des noms d'IG et à vendre des produits sous ces marques en usurpant leur réputation.

Les opposants à l'extension sont composés essentiellement des pays du « Nouveau Monde » (11 pays et non des moindres : Etats-Unis, Australie, Canada, Argentine, etc...). Ils font eux valoir que le niveau de protection existant est suffisant et qu'une protection accrue induirait de nouveaux coûts issus par exemple du chevauchement avec le droit des marques (coûts relatifs notamment à la tenue d'un registre des appellations d'origine).

Tous ces points de négociation sont en suspens. Les positions opposent les défenseurs d'une protection renforcée des indications géographiques (UE, Chine, Thaïlande, Inde, etc.) et les défenseurs des marques (USA, Australie, etc.). Chaque groupe de pays campe sur sa position. L'UE poursuit ouvertement trois objectifs dans les négociations relatives aux indications géographiques qui sont menées dans le cadre du programme de Doha pour le développement:

- ❖ La création d'un registre multilatéral des indications géographiques (ADPIC): l'UE envisage un système simple et économique d'enregistrement des indications géographiques au niveau mondial;
- ❖ L'extension de la protection additionnelle des indications géographiques (ADPIC): il s'agit d'étendre aux fromages, aux riz et aux thés la protection accordée aux vins et spiritueux afin d'empêcher leur imitation par des producteurs d'autres pays, grâce à la simple apposition de la mention "fabriqué aux Etats-Unis" ou "type Roquefort";
- ❖ Garanti de l'accès au marché pour les produits de l'UE portant une indication géographique : il s'agit de demander aux membres de l'OMC de supprimer les marques existantes sur un nombre restreint d'indications géographiques qui ont une valeur économique et commerciale significative et, si nécessaire, de protéger les indications géographiques communautaires qui étaient utilisées précédemment ou sont devenues des noms génériques.

Ilbert et Petit (2005) ajoutent « cette volonté politique est affichée et aucune souplesse ne semble venir dénouer les conflits. Il s'agit pour l'UE d'obtenir une protection plus efficace par les indications géographiques afin de se prémunir de nouveaux emplois abusifs d'IG et afin de se positionner toujours sur les marchés de produits de qualité dans les échanges internationaux ».

Argument du panel « Indications géographiques »

Les plaintes ont été adressées initialement par l'Australie en juin 1999, puis soutenues par les États-Unis. Deux plaintes ont été déposées l'une se référant à la plainte australienne et l'autre à la plainte américaine. Un groupe spécial unique a été établi le 2 octobre 2003, il a remis son

rapport en décembre 2004 qui a été publié le 15 mars 2005 après validation des Membres. Le rapport du groupe spécial est intitulé : « Communautés européennes – protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires ».

Les remarques du groupe spécial vont à l'encontre du règlement des Communautés européennes sur les appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires règlement CE n°2081/92 amendé par le règlement CE n° 692/2003. Malgré les modifications apportées par l'UE en 2003, les plaignants allèguent que le régime communautaire établit une discrimination entre les ressortissants des Etats membres des CE et ressortissants des Etats tiers s'agissant de l'enregistrement et de la protection des IG attachées aux régions situées hors du territoire communautaire.

Les conclusions du panel peuvent être regroupées autour de deux axes :

- Compatibilité avec les règles de l'OMC des exigences de réciprocité et d'équivalence de la CE en matière d'enregistrement d'IG de pays tiers.
- Coexistence entre IG et marques.

1.3.2 Réglementation algérienne

Une démarche institutionnelle globale se met aujourd'hui en place en Algérie à la faveur des réformes. Elle concerne aussi bien la revue complète des textes juridiques existants, la production de nouveaux textes que la mise en place de nouveaux organes et de nouvelles missions pour promouvoir les règles de sécurité alimentaire, de qualité de produit et de loyauté du commerce.

L'Algérie est membre de l'arrangement de Lisbonne, elle dispose depuis la fin des années 80 d'un dispositif dense de prise en charge de la qualité. Selon Sahli Z.(2005), « ce dispositif réglementaire et institutionnel concerne deux aspects importants :

- ❖ la protection du consommateur.
- ❖ les preuves de la qualité des produits et des services aux consommateurs (normalisation, certification, auto contrôle, accréditation des laboratoires, protection phytosanitaire et zoo sanitaire...) »²¹

²¹ Sahli Z., (2005). Etude de cas Algérie. In : Ilbert H. (coord). « Produits du terroir méditerranéen: conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance (PTM :CEE et MG).Rapport final. Marseille : FEMISE .Montpellier : CIHEAM-IAM. p.107-144.

A/ Les dispositifs juridiques et réglementaires relatifs à la valorisation de la qualité et des produits de qualité

L'ordonnance n°70-55 du 1^{er} Août 1970 relative aux vins d'appellation d'origine garantie, prévoit des mesures empêchant l'utilisation des indications géographiques pour des vins ne provenant pas d'un lieu indiqué.

L'Ordonnance 76-65 du 16/07/1976 relative aux Appellations d'origine : la seule actuellement disponible en matière d'indication géographique appellation d'origine (concernant principalement les vins d'appellation d'origine garantie : 7 VAOG) les coteaux du Dahra, les coteaux de Tlemcen, les coteaux de Mascara, les coteaux du Zaccar, les monts de Tessala Ain Bessam-Bouira et Médéa.

A la suite de cette Ordonnance, il est initié par l'administration agricole un processus d'actualisation et/ou d'élaboration d'une réglementation spécifique aux principales filières de produits de qualité (notamment les filières vitivinicole, oléicole, datte, fruits et légumes primeurs....).

Le Décret 76-121 du 16/07/1976 relatif aux modalités d'enregistrement et de publication des Appellations d'origine et fixant les taxes y afférentes (mais qui ne concernent en fait que les VAOG). Ce dispositif réglementaire permet à l'Etat certe d'exercer ses prérogatives traditionnelles de puissance publique et d'exercer les contrôles de qualité y afférents. Cependant, il paraît être encore inachevé et n'inclut que de façon aléatoire les démarches de labellisation et de promotion des produits de terroir.

Par ailleurs, il apparaît que peu de produits ont fait réellement l'objet de textes spécifiques relevant de la réglementation verticale et horizontale spécifiant la qualité intrinsèque des produits, notamment les produits agricoles et agroalimentaires de qualité. Or, c'est là un des problèmes importants qui rend aléatoire tout contrôle de conformité à la qualité et à l'origine géographique des produits.

B/ Les dispositifs institutionnels mis en place

Le 1^{er} dispositif : L'organe de normalisation et de propriété industrielle et ses comités annexes :

- Tout d'abord un Office national de la propriété industrielle (ONPI) créée par le Décret 63-248 du 10/07/1963.
- Puis un Institut national de la normalisation et de la Propriété industrielle (INAPI) créé par l'Ordonnance 76-62 du 21/11/1973.
- Et enfin un Institut algérien de la normalisation (IANOR) créée par le Décret 98-68 du 21/02/1998, avec comme attribution principale : 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
- Les comités annexes : le comité d'orientation et de coordination des travaux de normalisation et les comités techniques

Le 2^{ème} dispositif : L'Office national du Droit d'Auteur (ONDA), avec comme attributions la protection des œuvres et du patrimoine

Le 3^{ème} dispositif : Le Centre national du registre du commerce (CNRC) dont relèvent les marques de fabrique, de commerce et de services, les noms commerciaux dont les Indications de provenance et les appellations d'origine.

C/ Les actions nouvelles

La loi n°08-16 du 3 août 2008 portant orientation agricole

Article : 32. Pour 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 leurs qualités ;
- ✓ d'attester des conditions particulières de leur production et/ou de leur fabrication et ce, notamment en matière d'agriculture biologique ;
- ✓ de définir des mécanismes de traçabilité prouvant et garantissant leur origine ou terroir ;
- ✓ d'attester que leur production et/ou leur fabrication a été opérée selon les savoir-faire et les modes de production qui leur sont associés.

Article 33. Le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, institué par les dispositions de l'article 32 ci-dessus, comporte :

- ✓ des labels agricoles ;
- ✓ des appellations d'origine et des indications géographiques ;

- ✓ des prescriptions permettant de déclarer le caractère de produits d'agriculture biologique ;
- ✓ des mécanismes d'évaluation de la conformité aux règlements techniques ainsi qu'aux labels, aux appellations d'origine, et aux prescriptions relatives aux produits d'agriculture biologique ;
- ✓ des mécanismes permettant leur traçabilité.

Le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole est fixé par voie réglementaire.

🇩🇪 L'arrêté N° 1005 du 25 novembre 2008 fixant les modalités et procédures d'attribution des indications géographiques.

Dans cet arrêté figure la définition des indications géographiques, ainsi la définition d'un groupement des producteurs autour d'un produit agricole fait l'objet d'une IG.

Article 2 définit l'*Indication géographique IG*. L'IG est « la dénomination d'un produit originaire, d'une aire géographique délimitée, dont le lien à l'origine est garanti par une réputation, une qualité ou une caractéristique spécifique et dont la production et/ ou la transformation et/ ou l'élaboration du produit ont lieu dans cette même aire géographique ». Cette définition donne les possibilités de choix entre les différents signes par les différentes combinaisons qui existent ».

« Groupement : toute organisation de producteurs quelque soit sa forme juridique ou sa composition concernée par le produit agricole objet du présent arrêté ».

Dans l'article 3 du même arrêté on trouve que « toute personne physique ou morale ou groupement peut introduire une demande d'enregistrement pour les produits agricoles, produits au sens de l'article 2 alinéa auprès de la direction des services agricoles de la wilaya comportant un cahier des charges ».

Article 4 : Le cahier des charges doit comporter au moins les éléments suivants :

- ✓ Le nom des demandeurs de l'enregistrement et les documents qui prouvent leur représentativité (carte producteurs de l'enregistrement, fiche signalétique de l'exploitation, évaluation des producteurs, évaluation des procédures sur au moins 2 campagnes ;
- ✓ La délimitation de l'aire géographique ;
- ✓ Le nom de l'IG sollicitée ;

- ✓ Les éléments qui prouvent le lien avec la région géographique ;
- ✓ Tous documents techniques, économiques, historiques et juridiques qui prouvent le lien entre le produit et son origine.

L'examen de la demande d'enregistrement et cahier des charges se fait dans un délai de (2) mois par le comité de contrôle, qui fait l'objet du 6^{ème} article. Dans le cas de refus de la demande d'enregistrement le comité doit le justifier. Dans le cas de l'avis favorable par le comité, une décision d'attribution d'une IG est délivrée par le ministre chargé de l'agriculture. Le contrôle s'effectue par un institut technique spécialisé pour garantir le respect de cahier des charges. Le produit bénéficiaire d'IG doit porter d'une étiquette qui est fixée par voie réglementaire. Une suspension immédiate de l'utilisation de ce signe de qualité dans le cas de manquement de cahier des charges par les producteurs bénéficiaire d'une IG.

Décision n° 142 : fixant la composition et le fonctionnement du comité technique des IG des produits agricoles

Dans l'article 3 est mentionné que le comité est chargé de l'élaboration de cahier des charges référentielles pour l'octroi des IG, qui doit comporter les éléments suivants :

- ✓ Le nom du produit ;
- ✓ La délimitation de l'aire géographique ;
- ✓ La description du produit et de ses caractéristiques ;
- ✓ La description de méthode d'obtention du produit ;
- ✓ La détermination de l'organisme de contrôle ;
- ✓ Les éléments relatifs à l'étiquetage.

🚦 Le règlement intérieur de comité technique des IG des produits agricoles

Selon l'arrêté n°1005 du 25 novembre 2008 :

Article 2 du 1^{er} chapitre : Définition : « le comité technique est l'organe chargé de la mise en œuvre et de contrôle du processus d'obtention d'une IG des produits agricoles. »

Article 9 du 1^{er} chapitre : pour la mise en œuvre des travaux relatifs à l'obtention d'une IG des produits agricoles, le comité s'appuie sur les instituts spécialisés par filières des produits sollicités :

- ✳ Produits animaux ou d'origine animale : ITELV et CNIAAG ;
- ✳ Grandes cultures : ITGC ;

- * Cultures pérennes : ITAFV ;
- * Cultures maraichères : ITCMI ;
- * ITDAS pour les dattes ;

Dans le cas de nécessité d'autres institutions peuvent être sollicitées.

Article 10 :

Dans le chapitre 2 : les institutions spécialisées ont pour principales missions :

- ✓ de contribuer à l'élaboration de la réglementation relative aux indications géographiques ;
- ✓ d'élaborer les cahiers des charges référentiels des produits agricoles pour l'octroi d'indications géographiques ;
- ✓ de veiller au respect des dispositions du cahier des charges ;
- ✓ d'effectuer les visites sur les parcelles des produits concernés aux moments opportuns ;
- ✓ du suivi et d'évaluation de la mise en application des IG attribués ;
- ✓ d'établir des rapports périodiques ainsi qu'un rapport final qui seront portés à la connaissance du comité technique.

 **Décret exécutif n° 13-260 du 7 juillet 2013 fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole.**

Article 2 : Il est entendu par système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, leur reconnaissance par les signes distinctifs suivants :

- l'appellation d'origine (AO) ;
- l'indication géographique (IG) ;
- l'agriculture biologique (AB) ;
- les labels agricoles de qualité ;

Article 3 : Au sens du présent décret, il est entendu par :

- ❖ **Appellation d'Origine (AO) :** 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 dues 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 des charges d'appellation d'origine.
- ❖ **Indication Géographique (IG) :** 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 la préparation ont lieu dans l'aire géographique ainsi délimitée en conformité avec un cahier des charges d'indication géographique.

- ❖ **Aire Géographique** : la région où est réputée l'indication géographique ou l'appellation d'origine et/ou a lieu la production et/ou se localisent les facteurs naturels et humains qui donnent au produit ses caractéristiques.

Organisation du système national de labellisation

Article 4 :Le système national de labellisation est organisé en un comité national de labellisation, un secrétariat permanent, des sous-comités spécialisés et des organismes de certification.

Le comité national de labellisation

Article 5 :Il est institué auprès du ministre chargé de l'agriculture un comité national de labellisation regroupant les représentants d'administrations publiques, d'institutions techniques, ainsi que les représentants d'agriculteurs, de producteurs, de transformateurs, de distributeurs, d'artisans et de consommateurs.

Le secrétariat permanent

Article 10 :Il est créé auprès du comité, un secrétariat permanent dont l'organisation et le fonctionnement sont fixés par arrêté du ministre chargé de l'agriculture.

Article 11 :Sous l'autorité du président du comité, le secrétariat permanent est chargé de :

- ✓ préparer les réunions du comité et des sous-comités spécialisés ;
- ✓ la tenue du registre des reconnaissances ;
- ✓ dresser les rapports et procès-verbaux des réunions du comité et des sous-comités spécialisés.

Article 12 :Pour chaque filière de produit soumis à la labellisation, il est créé auprès du comité, un sous-comité spécialisé, composé :

- ✓ d'un représentant de l'administration du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural concernée par le produit devant être labellisé ;
- ✓ de deux représentants des instituts techniques spécialisés de la filière concernée ;
- ✓ de deux experts scientifiques relevant d'instituts nationaux de recherche scientifique dans le domaine concerné par le produit devant faire l'objet d'une labellisation ;
- ✓ de deux représentants d'associations de producteurs de la filière concernée ;
- ✓ de deux représentants de chambre d'agriculture de wilaya concernée ;
- ✓ d'un représentant d'associations de protection des consommateurs.

Organisme de certification

Article 15 : L'organisme de certification est une personne morale de droit algérien, répondant à des conditions d'impartialité, d'indépendance et de compétence pour exercer les vérifications et les contrôles requis aux fins d'attestation de la conformité de produits agricoles ou d'origine agricole aux spécifications des cahiers des charges pour l'octroi du ou des signes distinctifs de qualité prévus par le système national de labellisation.

Fonctionnement du système national de labellisation

Article 20 : Le système national de labellisation est basé sur :

- ✓ l'élaboration, la validation et le recours exclusif à des cahiers des 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 au cahier des charges ;
- ✓ la validation de la conformité du produit agricole ou d'origine agricole au cahier des charges concerné par des organismes de droit privé dénommés « organismes de certification » ;
- ✓ la reconnaissance, à l'issue de cette procédure :

Le registre des reconnaissances

Article 24 : Il est institué auprès du comité, un registre des reconnaissances, dont la tenue est confiée au secrétariat permanent, qui retrace :

- ✓ les conditions d'élaboration et d'approbation des cahiers des charges ;
- ✓ les demandes de reconnaissance de la qualité ;
- ✓ les éléments de procédure de la reconnaissance de la qualité concernée.

Ce registre comporte également les dénominations inscrites ainsi que les modifications éventuelles et les organismes de certification ayant reconnu les qualités concernées.

Procédure de reconnaissance de la qualité d'un produit agricole ou d'origine agricole

Article 28 : Les agriculteurs et/ou les transformateurs de produits agricoles ou d'origine agricole, à titre individuel ou organisés en association, coopérative, ou tout autre groupement professionnel ou interprofessionnel, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur, sont habilités à formuler une demande de reconnaissance des signes distinctifs de reconnaissance de la qualité d'un produit agricole ou d'origine agricole

Conclusion

Les produits du terroir présentent en effet des attributs de qualité liés aux territoires et à leurs acteurs, qui découlent de leurs savoir-faire spécifiques et des ressources naturelles locales. Au fil du temps, ces produits identifiés par une indication géographique (IG) acquièrent une réputation collective. La définition de leur qualité spécifique à travers d'un cahier des charges et la gestion collective du système IG sont des outils fondamentaux pour identifier et préserver les ressources naturelles et humaines et, ainsi renforcer les effets économiques, sociaux et environnementaux d'une telle démarche.

L'identification des liens entre le produit de qualité spécifique et les ressources locales, la qualification avec le cahier des charges et la reconnaissance de l'IG en tant que richesse ancrée dans le territoire, la rémunération à travers de l'organisation et des outils pour la commercialisation et la reproduction des ressources locales dans une perspective de long terme, sont les quatre étapes essentielles assurant la durabilité économique, socioculturelle et environnementale du système de qualité lié à l'origine.

Les réglementations et les institutions algériennes se mettent peu à peu en place, notamment en prévision de l'ouverture des marchés. Elles commencent à prendre peu à peu en charge, la réglementation des IG mais malheureusement encore de façon peu organisée. Il ya manifestement un manque dans le domaine organisationnel, les acteurs opérateurs étant encore peu au fait de l'intérêt à s'organiser pour la diffusion des lois afin de défendre un produit spécifique et sa réputation sur un marché spécifique et/ou une zone géographique particulière.

Introduction

La culture de l'olivier pour l'obtention d'huile d'olive est connue depuis l'antiquité. À l'époque de l'Empire romain, l'oléiculture était répandue dans tout le bassin méditerranéen. « Au cours de ces dernières années, nous avons constaté l'émergence de nouveaux pays producteurs/exportateurs tels que la Tunisie, la Maroc, la Turquie et la Syrie »²²(Mokrani A. et al,2011).

Ce chapitre sera consacré à la présentation des principaux acteurs intervenant sur le marché international de l'huile d'olive, les flux commerciaux ainsi que la place de l'Algérie dans la sphère du commerce international de l'huile d'olive. Après, nous avons donné un aperçu sur l'oléiculture dans la wilaya de Bouira et la région de M'Chedallah.

2.1 L'huile d'olive dans le monde

L'olivier a façonné, au fil des millénaires, les paysages, l'histoire, la culture et la gastronomie du bassin méditerranéen qui est encore aujourd'hui le cœur productif et commercial de l'huile d'olive.

Malgré l'adaptation de l'olivier aux conditions naturelles et à l'écologie méditerranéenne et les efforts d'innovation déployés par la plupart des pays producteurs, le devenir de ce secteur reste tributaire notamment de la dynamique du marché mondial, ainsi que de la structure et du fonctionnement des systèmes de production et d'exportation des différents pays.

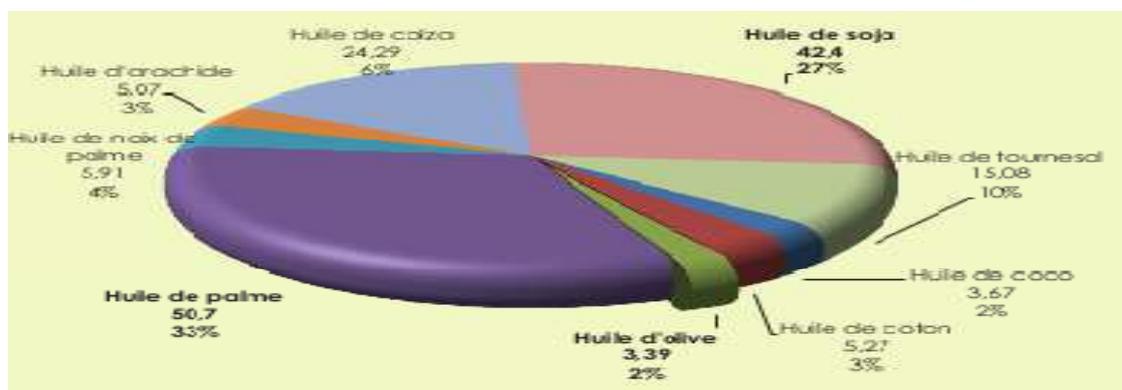
2.1.1 La production mondiale des huiles végétales campagne 2011-2012

La production mondiale des différentes huiles végétales au cours de la campagne 2011-2012 est d'environ 137,7 million de tonnes. La production mondiale des huiles végétales au cours de la campagne 2011-2012 est présentée dans la figure suivant :

²² Mokrani A., Sai M. et Dahibi B. (2011). « Compétitivité des exportations Tunisiennes d'huile d'olive face à la nouvelle concurrence sur le marché mondial : Analyse par l'approche Shift-Share ». New Medit, Vol.X-n.4.

Fig. n° 5 : La production mondiale des huiles végétales campagne 2011-2012

En 1000 Tonnes

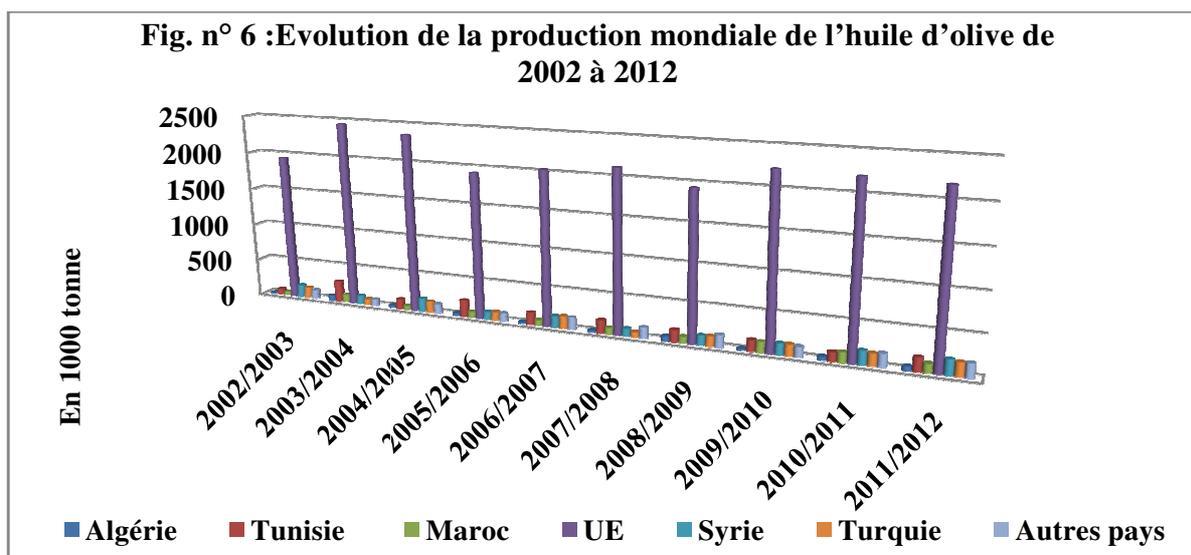


Source : AFIDOL, 2013.

Nous constatons d'après la figure que la production d'huile d'olive représente seulement 2 % des huiles végétales produites dans le monde, loin derrière l'huile de palme, l'huile de soja, l'huile de colza et l'huile de tournesol avec respectivement 33%, 27%, 16% et 10%.

2.1.2 La production mondiale de l'huile d'olive

La Communauté Européenne jouit d'une position prépondérante dans le marché de l'huile d'olive avec 75% de la production mondiale moyenne.

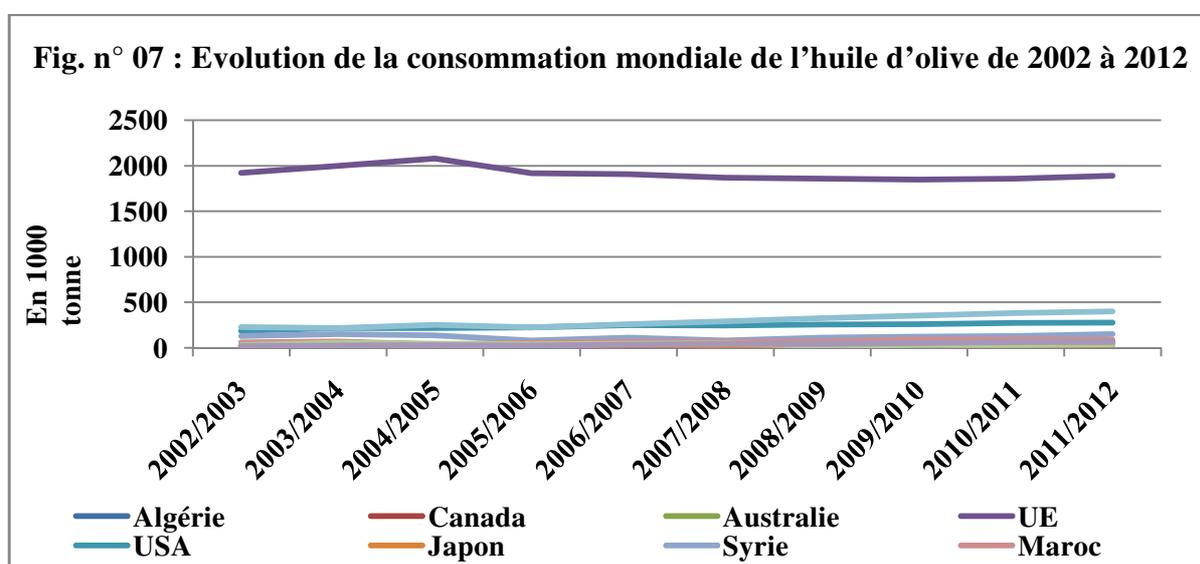


Source : établi par nous-mêmes à partir des données de COI, 2013.

L'évolution de la production d'huile d'olive au cours de la dernière décennie se caractérise par des périodes de croissance suivies de phases de déclin. Des fluctuations considérables marquent la production oléicole. Celles-ci sont liées aux aléas climatiques tels que la sécheresse ou les gels et à l'alternance biologique, une caractéristique de l'olivier qui fait que les années de forte récolte sont généralement suivies de productions plus faibles.

2.1.3 La consommation mondiale de l'huile d'olive

L'évolution de la consommation mondiale d'huile d'olive progresse de manière relativement régulière, sans afficher les oscillations qui marquent la production.



Source : établi par nous-mêmes à partir des données de COI, 2013.

Outre l'union européenne qui est le premier consommateur mondial, les consommations les plus importantes dans le bassin méditerranéen se trouvent en Syrie (150 500 tonnes en 2011/2012), Maroc (85 000 tonnes en 2011/2012), Algérie (57 000 tonnes en 2011/2012) et Tunisie (40.000 en 2011/2012).

Les Etats-Unis, avec une consommation de plus de 277 000 tonnes (entièrement importées), sont devenus le deuxième marché mondial pour l'huile d'olive. Une progression notable de la consommation d'huile d'olive s'est aussi produite au Brésil, en Australie, au Canada et au Japon avec des consommations entre 35000 à 62000 tonnes par an dans chacun de ces pays.

Selon les données d'AFIDOL, la consommation mondiale d'huile d'olive en 2011-2012 représente à peine 2% de la consommation totale des huiles végétales qui avoisine 140 millions de tonnes dont 113 millions pour l'alimentation humaine.

Les principales huiles végétales consommées sont : l'huile de palme (33,5%), l'huile de soja (27,8%) et l'huile de colza (15,2%).

L'huile d'olive est l'huile provenant uniquement du fruit de l'olivier (*Olea europaea sativa*) à l'exclusion des huiles obtenues par solvant ou par des procédés de réestérification et de tout mélange avec des huiles d'autre nature. Elle est commercialisée selon les normes présentées dans la sous-section suivante.

2.1.4 Norme commerciale applicable aux huiles d'olive

Le conseil oléicole international (COI) créé en 1959 contribue au développement durable de l'oléiculture et il veille à assurer une meilleure gestion du marché international de l'huile d'olive. Selon la résolution n° RES-6/88-/03 du COI, nous citons quelques normes commerciales applicables aux huiles d'olive.

🚩 **Critères de pureté** : Dans le tableau ci-dessus on va présenter quelques critères de pureté

Tableau n° 1 : Critères de pureté

Paramètre	Huile d'olive vierge	Huile d'olive raffinée	Huile d'olive	Huile de grignons d'olive brute	Huile de grignons d'olive raffinée	Huile de grignons d'olive
Teneur en stérols totaux (mg/kg)	< 2	< 0,3	< 1	non limitée	< 0,3	< 1
Teneur en acides gras saturés (%)	< 1,5	< 1,8	< 1,8	< 2,2	< 2,2	< 2,2
Acidité libre % en acide oléique	< 2,0	< 0,3	< 1,5	non limitée	< 0,3	< 1,5
Indice de peroxyde en Milliéquivalent d'O ₂ /Kg	< 20	< 5	< 15	non limitée	< 5	< 15
Caractéristiques organoleptiques - odeur et saveur - couleur	-	Acceptable Jaune Clair	Bonne jaune clair à	-	Acceptable jaune clair à	Bonne jaune clair

			vert		jaune brun	à vert
--	--	--	------	--	------------	--------

Source : établi par nous-mêmes à partir des normes de COI, 2013.

Additifs alimentaires

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

Contaminants

Pour les traces métalliques, la concentration maximale autorisée pour le fer 3 mg/kg et pour le cuivre est de 0,1 mg/kg. Quand aux solvants halogénés, la teneur maximale de chaque solvant détecté ne doit pas dépasser 0,1 mg/kg et la teneur maximale de la somme des solvants halogénés détectés ne doit pas être supérieure à 0,2 mg/kg.

Hygiène

Il est recommandé que les produits destinés à l'alimentation humaine visés par la présente norme soient préparés conformément aux dispositions des sections appropriées des Principes généraux d'hygiène alimentaire recommandés par la Commission du Codex Alimentarius.

Conditionnement

Les huiles d'olive et les huiles de grignons d'olive destinées au commerce international doivent faire l'objet de conditionnement dans des récipients conformes aux principes généraux d'hygiène alimentaire recommandés par la Commission du Codex Alimentarius.

Ces récipients peuvent être:

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

Tolérance de remplissage des récipients

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

Etiquetage

Sur les récipients destinés à la vente directe au consommateur, l'étiquetage de chaque récipient doit comporter les renseignements suivants :

- la dénomination spécifique du produit
- le contenu net
- le nom et l'adresse du fabricant
- le nom du pays d'origine
- l'indication de provenance et appellation d'origine
- l'identification des lots
- le datage et conditions d'entreposage

Sur les récipients permettant le transport en vrac des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive, l'étiquetage de chaque récipient doit comporter:

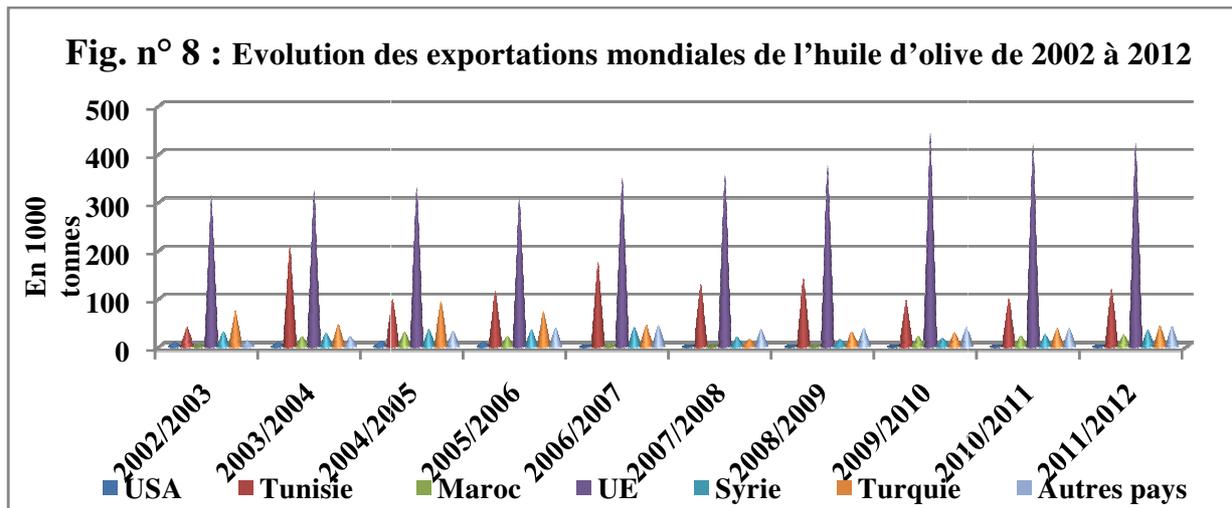
- la dénomination spécifique du produit.
- le contenu net.
- le nom et l'adresse du fabricant.
- le nom du pays d'origine.

2.1.5 Les échanges internationaux de l'huile d'olive

L'huile d'olive étant principalement consommée dans les zones de production, les échanges extérieurs concernent en moyenne 22% de la production mondiale.

a) Evolution des exportations mondiales de l'huile d'olive

Les exportations sont fluctuantes avec une tendance générale à la hausse. La figure suivante indique l'évolution ainsi que la répartition des exportations mondiales de l'huile d'olive de 2002 à 2012



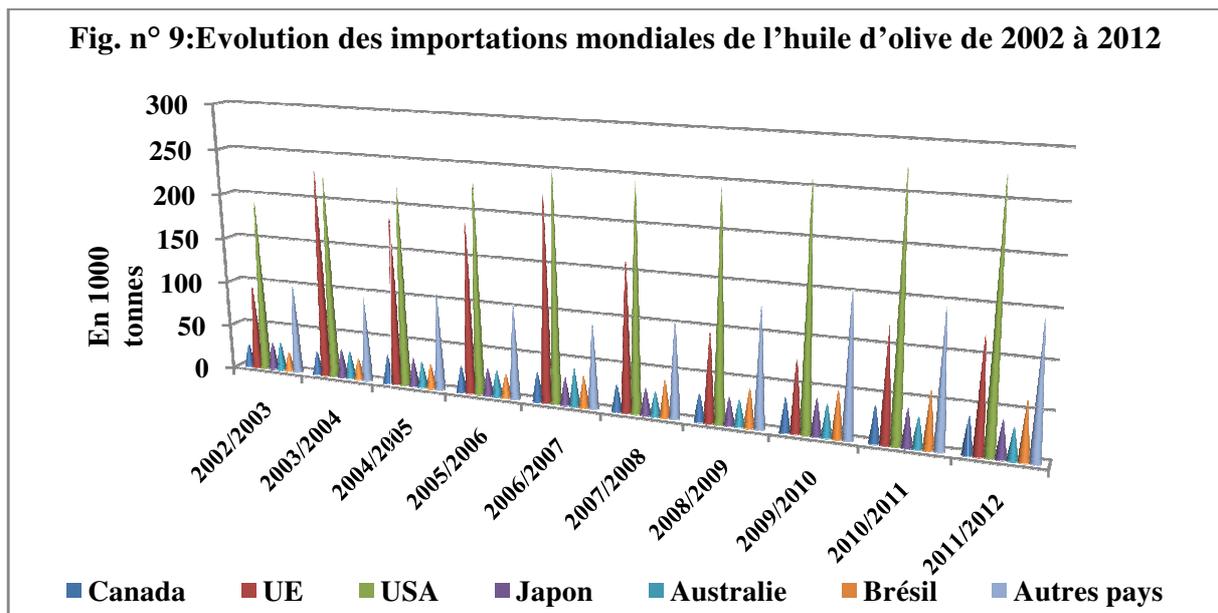
Source : établi par nous-mêmes à partir des données de COI, 2013.

Comme le montre le graphique, les principaux exportateurs sont les pays méditerranéens. Pendant les années 2000, la Communauté européenne a réalisé en moyenne plus de la moitié (58,88%) des exportations d'huile d'olive, tandis que les autres exportations étaient effectuées à 19,77% par la Tunisie, 7,87% par la Turquie, 4,55% par la Syrie et 2,47% par le Maroc.

Pour les pays en voie de développement l'huile est exportée en vrac afin d'être raffinée dans les pays développés et remise sur le marché pour exportation.

b) Evolution des importations mondiales de l'huile d'olive

La figure suivante, montre les principaux importateurs mondiaux de l'huile d'olive. L'Union Européenne figure parmi les principaux producteurs, exportateurs et importateurs.



Source : établi par nous-mêmes à partir des données de COI, 2013.

Les principaux pays producteurs sont aussi les principaux pays importateurs comme le montre le graphique ci-dessous. Cependant, le reste des exportations sont destinées vers des pays à fort pouvoir d'achat hors de la méditerranée tels que les Etats Unies, le Canada, le Brésil, l'Australie et le Japon.

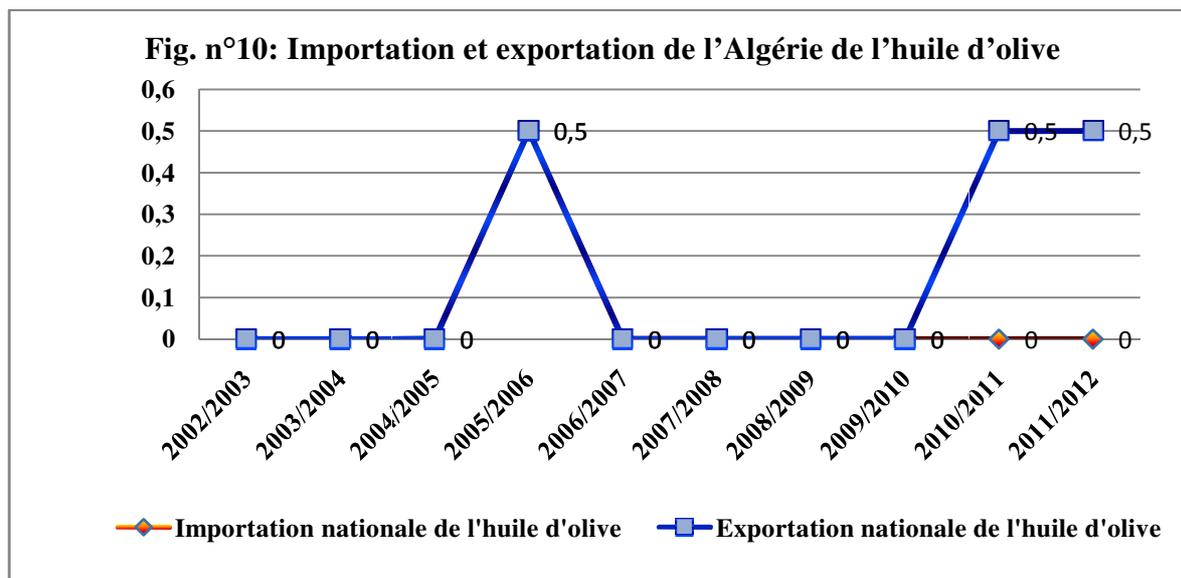
Presque la totalité de l'huile d'olive importée dans l'Union Européenne provient de la Tunisie qui bénéficie d'un contingent d'importation de 56.000 tonnes à droit de douane zéro. Pour ce pays, la Communauté Européenne constitue le débouché principal de sa production.

L'essentiel des importations communautaires d'huile d'olive se réalise en vrac et est destiné au raffinage ou au coupage avec d'autres huiles vierges.

2.2 Situation oléicole algérienne

L'Algérie ne figure ni parmi les pays exportateurs ni parmi les pays importateurs malgré le potentiel oléicole important.

2.2.1 Place de l'Algérie dans le commerce international de l'huile d'olive



Source : établi par nous-mêmes à partir des données de COI, 2013.

La commercialisation de l'huile d'olive produite en Algérie se fait sur un marché informel sans emballage et sans contrôle de qualité avec absence totale d'une politique de commercialisation, contrairement aux acteurs du marché international de l'huile d'olive qui disposent de groupes spécialisés dans la commercialisation de l'huile d'olive de qualité répondant aux normes COI.

2.2.2 La répartition géographique

En Algérie, les oliveraies se répartissent en quatre zones principales selon le tableau suivant :

Tableau n°2: Répartition régionale de la superficie oléicole en 2012

Régions	Est	Centre	Ouest	Sud	Total
Superficies en (Ha)	99059	125644	76929	27252	328884
Pourcentage (%)	30	39	23	8	100

Source : établi par nous-mêmes à partir des données du MADR, 2013.

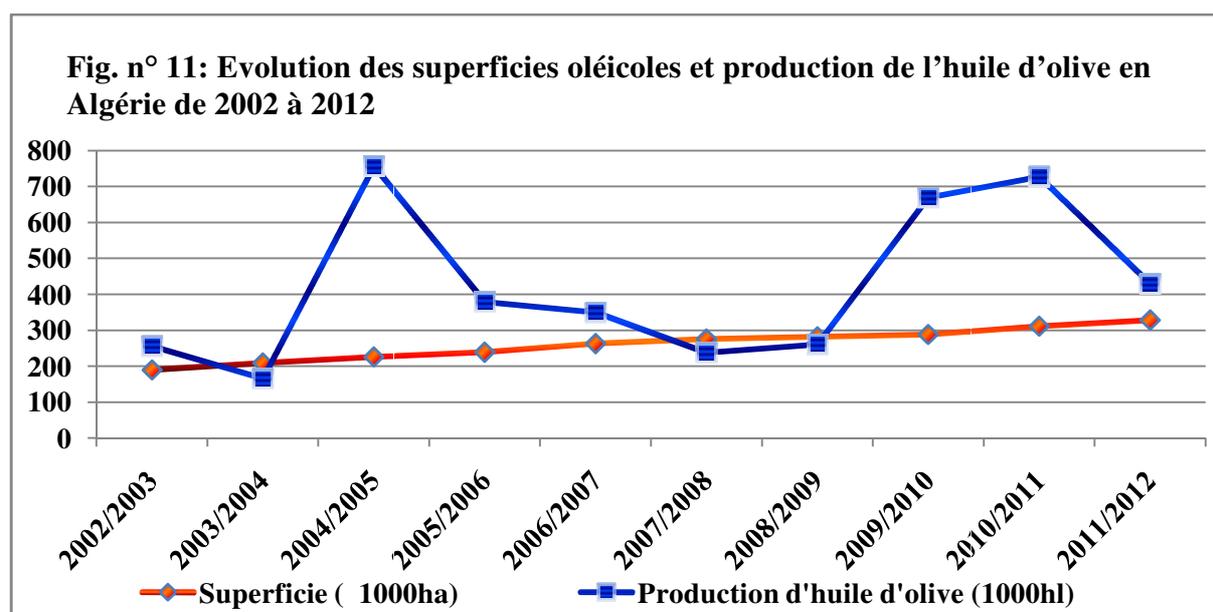
On remarque que la région du centre en tête avec 40 % de la superficie oléicole totale. La région centre est représentée par les wilayates de Béjaïa, TiziOuzou et Bouira. Ces régions sont essentiellement à vocation oléicole et détiennent 88 % du verger du centre. Ensuite, vient la région Est du pays qui représente 30 % de la superficie oléicole totale. Elle est représentée par les wilayates de Sétif, Jijel et B.B. Arreridj qui détiennent 50 % du verger Est.

La région Ouest du pays correspond à 23 % de la superficie oléicole totale. Celle-ci est représentée par les wilayates de Tlemcen, Relizane, Mascara et Aïn defla qui détiennent à elles seules 47 % du verger de l'Ouest où les plantations se spécialisent surtout dans la production d'olives de table.

Arrive en quatrième position la région Sud du pays. Elle représente 8 % de la superficie oléicole totale. Elle est représentée par les wilayates de Biskra, El-Oued et Bechar. Les plantations sont réalisées dans le cadre du programme relance économique et du plan National de Développement Agricole (PNDA).

D'une façon générale, l'oliveraie algérienne se localise dans des régions marginales où les terres sont accidentées et peu fertiles. Les conditions climatiques sont très rudes, avec une pluviométrie moyenne allant de 300 à 900 mm/an.

2.2.3 La superficie et production



Source : établi par nous-mêmes à partir des données du MADR, 2013.

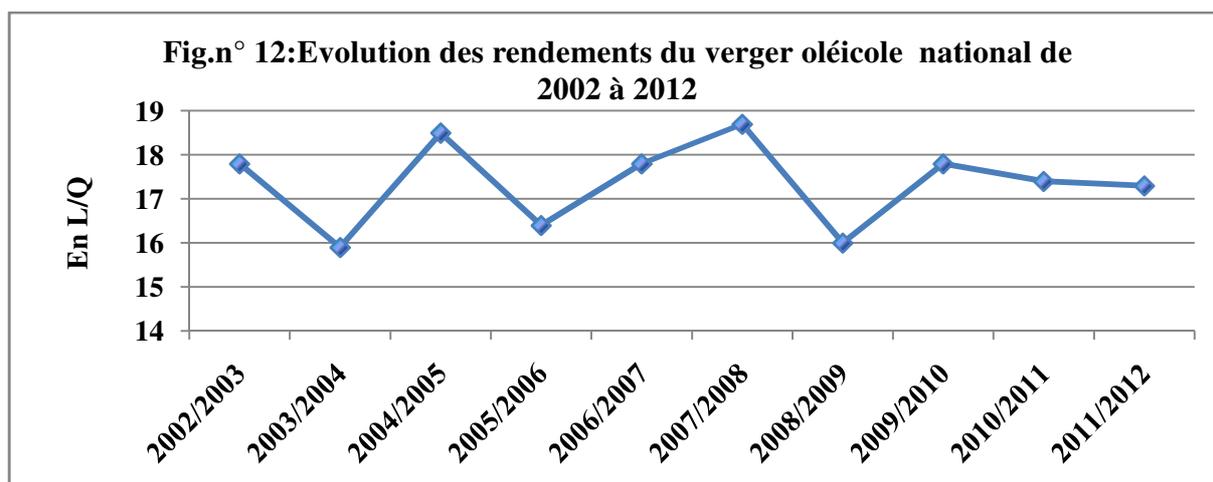
La superficie totale du verger oléicole national est passée de 190 150 ha en 2002 à 328 884 ha d'environ en 2012 soit une augmentation de 57,8%. En fait, la plantation de nouvelles oliveraies n'a pas été suivie d'une augmentation régulière dans la production.

D'après le graphe, nous constatons que la production nationale d'huile d'olive a connu une évolution sinusoïdale qui est due :

- aux conditions climatiques défavorables accentuées et la sécheresse.
- à l'endommagement des arbres qui sont lissés et qui n'ont aucun traitement contre les maladies.
- le vieillissement du verger oléicole national.
- Au manque d'entretien des oliveraies.
- à l'éloignement des paysans de leurs terres. Cet éloignement est dû d'une part à l'exode rural et d'autre part à l'enclavement des zones de montagnes où se concentre la culture de l'olivier.
- manque de main d'œuvre féminine sauf dans la Kabylie.

2.2.4 Le rendement

Le rendement moyen du verger oléicole national en termes de production d'huile d'olive des dix dernières années est de 17 L/Q (moyenne 2002-2012).



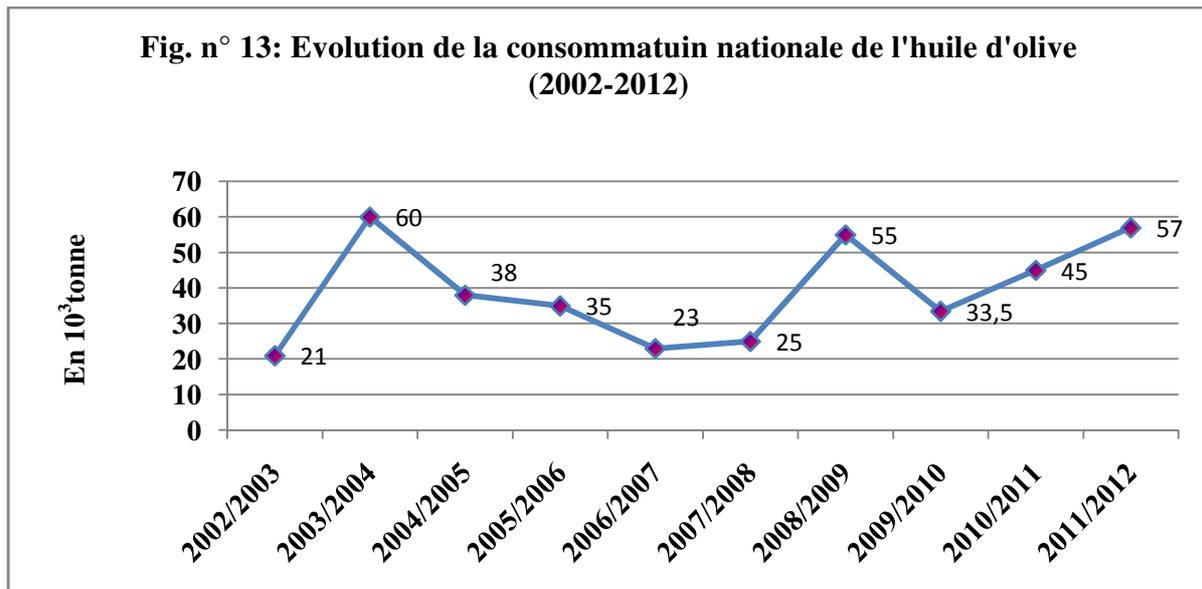
Source : établi par nous-mêmes à partir des données du MADR, 2013.

Nous constatons que l'évolution des rendements connaît même sort que celui de la production. Des fluctuations d'une année à l'autre avec un pic en 2008. Les raisons qui pourraient expliquer ces fluctuations selon les entretiens que nous avons effectués au niveau des différents acteurs de la filière (oléiculteurs, oléifacteurs et le personnel des subdivisions de M'Chedallah et Ahnif) sont:

- ✓ La qualité des olives livrées aux oléifacteurs.
- ✓ Les maladies ou les ravageurs, les insectes (exemple : la mouche de l'olivier) les champignons (exemple : l'œil du paon) les bactéries et les virus (exemple : le chancre) à cause des apports nutritifs insuffisants.
- ✓ Le manqué d'irrigation.
- ✓ La variété dominante pour la production de l'huile d'olive, chemlal est caractérisée par sa vigueur, elle présente une bonne production mais irrégulière d'une année à l'autre.

2.2.5 La consommation nationale de l'huile d'olive

La figure suivante montre l'évolution de la consommation nationale de l'huile d'olive.



Source : établi par nous-mêmes à partir des données du COI, 2013.

Nous constatons que la consommation de l'huile d'olive est irrégulière ou fluctuante et dépend de la production nationale. Cela signifie que les échanges internationaux dans cette filière sont très limités.

2.2.6 Action publique pour le développement de l'oléiculture

- ❖ La période récente 2000/2012, qui s'est accompagnée d'un embellissement de l'économie algérienne et du retour du soutien de l'Etat dans les zones abandonnées, n'a pas permis de ralentir le mouvement d'exode et d'abandon des exploitations oléicoles. Deux nouveaux plans ont été lancés pour moderniser l'agriculture algérienne, le PNDA (Plan National de Développement Agricole) à partir des années 2000, et le PNDAR (Plan National de Développement Agricole et Rural) à partir des années 2005. Selon Hadjou L. et al. (2013) « la nouvelle philosophie de ces programmes repose sur la démarche participative, l'implication des populations locales et la valorisation des ressources du milieu rural. Les objectifs classiques sont toujours d'actualité:
- ❖ Programme d'intensification de la production oléicole dans les zones de Hauts Plateaux et du Sud du pays;
- ❖ Extension des plantations et programme d'adaptation des systèmes de production aux zones de montagne;
- ❖ Régénération des vieilles plantations;
- ❖ Amélioration des rendements;

- ❖ Renforcement de la qualité des produits oléicoles;
- ❖ Modernisation des unités de trituration »²³.

Les différentes modalités de paiement ainsi que les montants du soutien dans le domaine oléicole sont fixées à travers la décision fixant les conditions d'éligibilités au soutien sur le fonds national de développement de l'investissement agricole (FNDIA) ainsi que les modalités de paiement des subventions Décembre 2008 comme suit :

Les actions soutenues et les montants du soutien

- Greffage des oléastres : soutien de 30 % plafonné à 90DA / souche.

Création de nouveaux vergers :

- Création des vergers en intensif en zone steppiques ou présaharienne avec un soutien de 60 % plafonné à 40 000 DA / Ha pour l'acquisition de plants.
- Création de verger en semi-intensif en zones sublittorales avec un soutien de 60 % plafonné à 20 000 DA / ha/ pour l'acquisition de plants.
- Création de verger en extensif en zones de montagne humides et sub-humides ou en hautes plaines avec un soutien de 60 % plafonné à 10 000 DA / Ha pour l'acquisition de plants et en zones de montagnes semiarides ou en hautes plaines avec la même densité de plantation mais avec un soutien 60 % plafonné à 9 000 DA / Ha pour l'acquisition de plants.
- Plantation en isolé : soutien de 300 DA / plants plafonné à 12 000 DA pour 40 plants/Ha maximum.

²³Hadjou L., Lamani O., Chehat F., (2013). « Labellisation des huiles d'olive algériennes: contraintes et opportunités du processus? », new medit, N.2.

Acquisition de matériel et équipement de récolte des olives

- Appareil pour la récolte : soutien de 30 % plafonné à 60 000 DA/appareil deux appareils au maximum (01 appareil pour 0,5 ha/2 appareils pour 01 Ha et plus).
- Filet de récolte : soutien de 1 500 DA/Filet plafonné à 6 000 DA (01 filet / 0,25 Ha et 04 filets pour 01ha et plus)

Acquisition d'équipements spécialisés

- Huilerie chaîne continue à 2 ou 3 phases : superficie du local de 350 m² 30 % plafonné à 4 millions DA
- Chaîne de conditionnement semi-automatique ou automatique : soutien de 30% plafonné à 1 millions DA.

Modernisation des moyens de stockage : sous deux formes :

a) Forme individuelle

- 02 cuves inox 2 000 litres : soutien de 30% plafonné à 480 000 DA
- 01 cuve inox 10 000 litres : soutien de 30 % plafonné à 510 000 DA

b) Forme collective : 03 cuves inox 10 000 litres avec un soutien de 30% plafonné à 1,53 millions DA. (MADR, 2008).

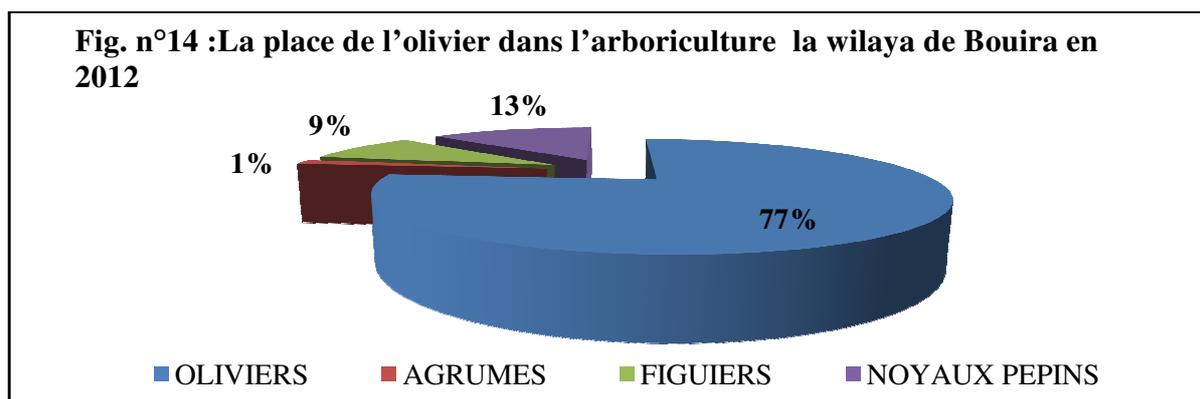
2.3 L'oléiculture dans la wilaya de Bouira

La wilaya de Bouira couvre une superficie de 445 626 Ha dont 293 545 Ha de la superficie agricole totale soit 66%. La superficie agricole utile de la wilaya est de 189 960 Ha soit 42,6% de la superficie totale. (Données du MADR, 2012)

La céréaliculture occupe la première place avec une superficie de 81 820 Ha suivie par l'arboriculture avec une superficie de 29 806 Ha puis les cultures fourragères avec une superficie de 23 464 Ha et les cultures maraichères avec 2 077 Ha avec respectivement 43%, 15,7%, 12,% et 1% de la SAU de la wilaya. (Données de la DSA de Bouira, 2012)

La culture de l'olivier est parmi les principales activités agricoles de la wilaya de Bouira, elle occupe une superficie de 26 337 Ha en 2012 soit 78,7 % de superficie arboricole de la wilaya. (Données du MADR, 2012).

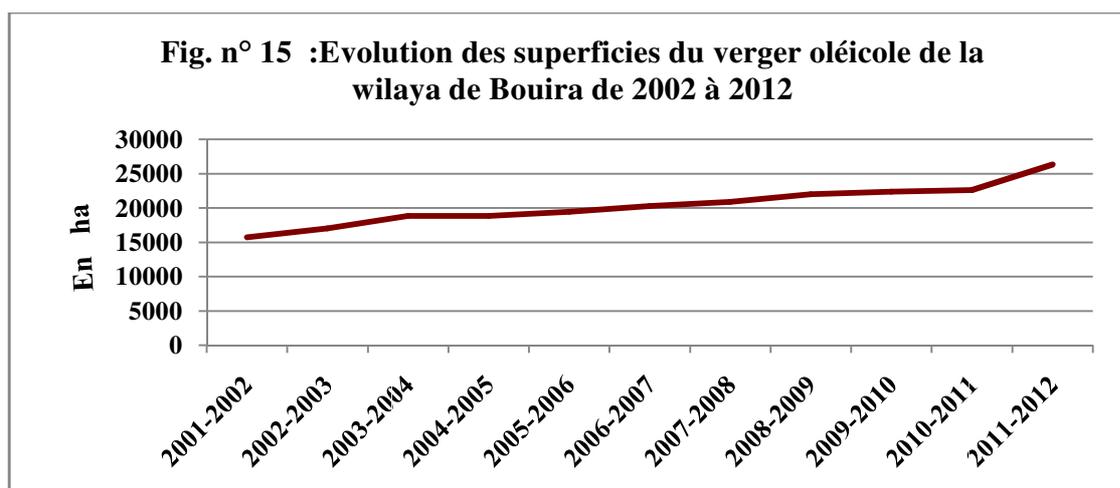
2.3.1 La place de l'olivier dans l'arboriculture la wilaya de Bouira en 2012



Source : établi par nous-mêmes à partir des données de la DSA de Bouira, 2013.

On constate que la culture de l'olivier constitue l'activité prédominante dans l'arboriculture au niveau de la wilaya de Bouira avec 77% de la superficie arboricole de la wilaya.

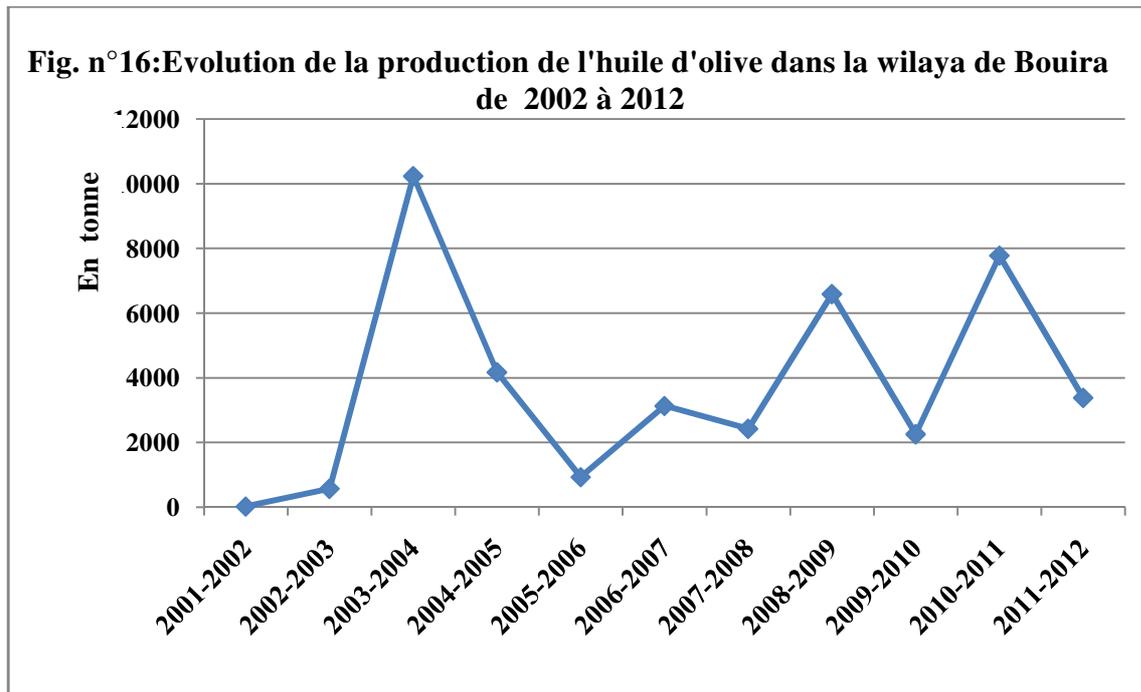
2.3.2 La superficie du verger oléicole de la wilaya de Bouira



Source : établi par nous-mêmes à partir des données de la DSA de Bouira, 2013.

Nous constatons que les superficies oléicoles ont subi une évolution croissante d'une campagne à une autre cela peut être expliqué par les différents programmes de soutien à la plantation d'olivier dans la wilaya.

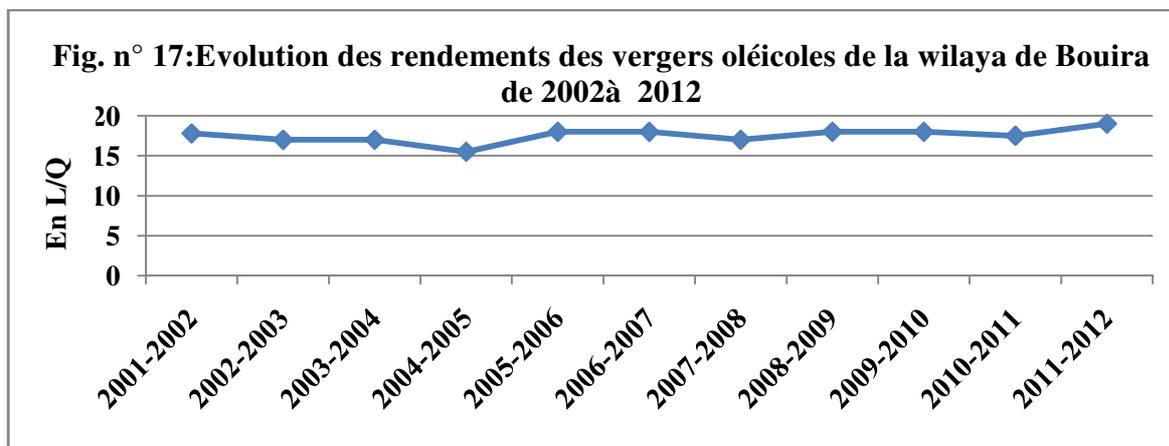
2.3.3 La production de l'huile d'olive dans la wilaya de Bouira



Source : établi par nous-mêmes à partir des données de la DSA de Bouira, 2013.

La production de l'huile d'olive a connu une irrégularité d'une campagne à une autre. La fluctuation de la production peut être expliquée d'une part par le caractère physiologique propre à l'olivier (production de bois pendant une année et production de fruit l'année suivante) et d'autre part par la pratique de gaulage dans la récolte.

2.3.4 Les rendements des vergers oléicoles de la wilaya de Bouira



Source : établi par nous-mêmes à partir des données de la DSA de Bouira, 2013.

Tout comme pour les productions, les rendements du verger oléicole de la wilaya de Bouira présentent des fluctuations importantes d'une année à l'autre.

2.3.5 Composition du parc huilier de la wilaya de Bouira en 2012

Tableau n°3: Composition du parc huilier de la wilaya de Bouira en 2012

Type d'huilerie	Nbre
Traditionnelle	32
Semi-Automatique	89
Automatique	60
Total	181

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de la DSA de Bouira, 2013.

Nous constatons que le parc huilier est constitué de 181 huileries réparties entre traditionnelle et semi-automatiques et automatiques avec respectivement 18%, 49% et 33% dont 82% des huileries automatiques soit 49 huileries sont installées dans le cadre du programme de développement agricole qui permet la modernisation du parc huilier de la wilaya.

2.3.6 La coopérative « CHOK »

Ces dernières années, la chambre de l'agriculture (CAW), suite à la mise en place d'un nouveau programme qui entre dans le cadre du Fonds National pour le Développement et la Réforme Agricole (FNDRA) et touchera les régions sud de la wilaya en l'occurrence BorjKhris, Ain Bessam, Hachimia, Souk El Khmiss et Djebahia et sur le cadre de valorisation des produits de qualité des régions de la wilaya telle que M'Chedallah, Ath Mansour et Saharidj. Sur le plan de l'organisation de la filière, une coopérative d'huile d'olive de Kabylie « CHOK » a été créée en 2004.

La création de cette coopérative a eu lieu grâce à l'aide des services du ministère de l'agriculture et la participation des services de l'Union européenne dans le cadre du programme de coopération Meda 2.

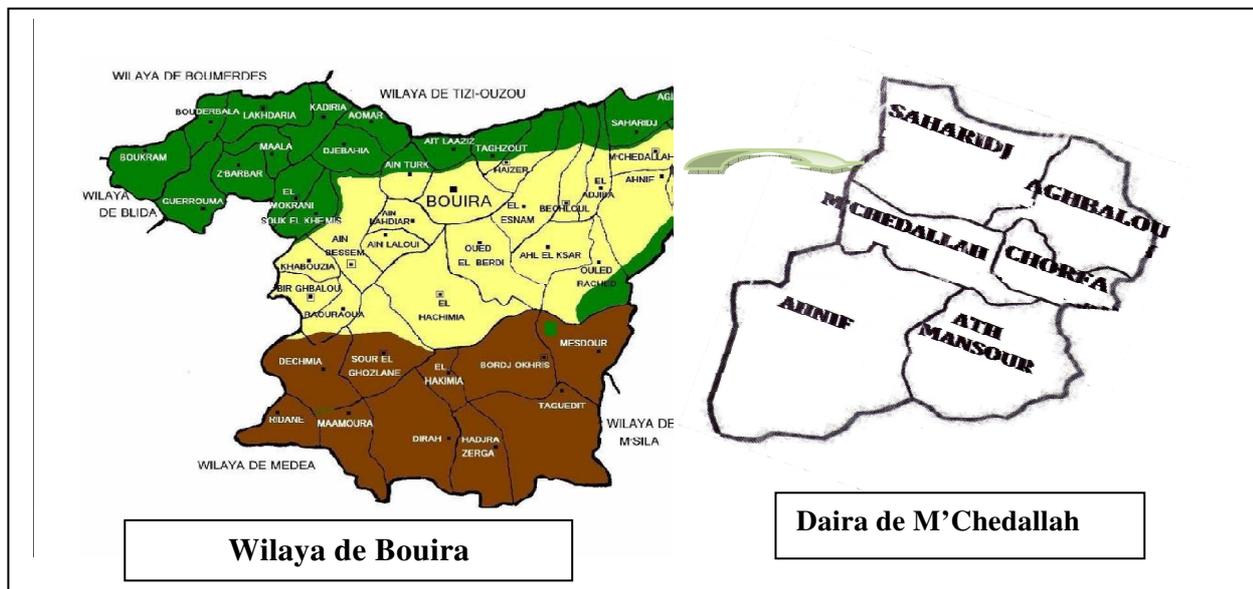
Les objectifs de cette coopérative sont avant tout inhérents à l'organisation de la filière oléicole en vue de produire une huile de haute qualité conforme aux normes internationales.

Cette coopérative a décidé de mettre en œuvre les moyens nécessaires pour affronter la concurrence en matière de qualité du produit et de marketing en vue de la promotion du produit local.

2.4 Présentation de la zone d'étude : la daïra de M'Chedallah

La région de M'Chedallah est située à l'Est de la wilaya de Bouira. Elle est limitée au Nord par la wilaya de Tizi Ouzou, à l'Est par la wilaya de Béjaïa, au sud par la wilaya de Borj – Bou_Argeridj, à l'Ouest par la daïra de Bechloul.

Fig. n°18 : La carte géographique de la daïra de M'Chedallah



Source :ATLAS DE CENEAP, 2006.

2.4.1 Caractéristiques du relief

On distingue deux zones :

- 🚩 **Zone de montagne** :La zone de montagne au nord (Aghbalou et Saharidj) et au sud de la commune d'Ahnif et Ath Mansour. Elle est occupée essentiellement par les cultures rustiques telles que : l'olivier, le figuier et le cerisier.
- 🚩 **Zone de plaine** :Les plaines au Nord longeant l'Oued Sahel (M'Chedallah, Chorfa, Ahnif et Ath Mansour). La zone de plaine est occupée par les cultures pérennes essentiellement l'olivier et les cultures maraichères, fourragères et céréalières.

Tableau n°4: la répartition des différentes classes d'altitude dans la daïra de M'Chedallah

Commune	Sup Totale (Ha)	Classe d'altitude							
		0-400		400-800		800-1200		> 1200	
		Ha	%	Ha	%	Ha	%	Ha	%
M'Chedallah	5664	307	5,42	5357	94,58	0	*	0	*
Chorfa	3069	935	30,47	2134	69,53	0	*	0	*
Aghbalou	6102	0	*	3110	50,97	1534	25,14	1458	23,89
Saharidj	9384	0	*	2641	28,14	2792	29,75	3951	42,1
Ahnif	15900	5848	36,78	10052	63,22	0	*	0	*
Ath Mansour	9000	3118	34,65	5882	65,35	0	*	0	*

Source: MATET et CENEAP, 2009.

2.4 .2Climat

Le climat est considéré comme l'un des facteurs les plus importants de la formation et de l'évolution du sol. Il conditionne le processus d'altération de la roche mère et oriente la pédogenèse. La connaissance de différentes caractéristiques climatiques permet d'éviter les contraintes susceptibles d'entraîner des dégâts importants dans la production fruitière.

Les éléments climatiques les plus importants, pour notre étude sont les pluies et les températures.

a) La pluviométrie

Tableau n°5 : Répartition mensuelle des pluies en mm et en nombre de jours

Station		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	An
M'Chedallah	Mm	96	64	66	40	46	24	06	08	28	37	71	85	571
	Jours	10	09	09	08	07	05	01	02	04	06	08	09	78

Source :Données de la station de M'Chedallah

Ce tableau montre que la distribution mensuelle des pluies divise l'année en deux périodes distinctes :

- Une période sèche qui s'étale du mois de Juin au mois de Septembre, période au cours de laquelle on enregistre environ 10 % de la pluviométrie annuelle moyenne ;

- Une période humide qui s'étend d'Octobre à Mai, période au cours de laquelle on enregistre près de 90 % de la pluviométrie annuelle moyenne.

b) Température

Le climat de la région se caractérise par un été chaud dont les températures peuvent dépasser les 45°C et un hiver froid où les minimas absolus peuvent arriver à - 0°C.

2.4 .3 Situation hydrogéologique

La situation hydrogéologique de la région est caractérisée par une forte potentialité hydrique, alimentée par le sous bassin de l'oued Sahel qui traverse les communes suivantes : Ahnif, M'Chedallah, Ath Mansour et Chorfa.

2.4 .4 La répartition des terres

Tableau n°6 : Répartition des terres dans la région de M'Chedallah

Superficie totale (Ha)	Superficie Agricole Totale (SAT)	Superficie Agricole Utile (SAU)	Domaines forestiers	Paccages et parcours	Terre improductive affectée	Terre improductive non affectée
48800	24683	14432	21175	9040	1211	2942

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de subdivision de M'Chedallah et Ahnif, 2013.

D'après le tableau suivant, nous constatons que 50% des terrains de la région de M'Chedallah sont des terrains agricoles avec une superficie agricole utile de 14 432 Ha soit 30% de la superficie totale.

2.4 .5 La culture de l'olivier dans la région d'étude

L'oléiculture constitue l'activité prédominante dans l'arboriculture au niveau de la région de M'Chedallah. Le tableau suivant montre la place de l'olivier par rapport aux autres cultures pérennes.

Tableau n° 7: Répartition de la superficie de l'arboriculture fruitière dans la zone d'étude et la place de l'oléiculture 2012/2013

Unité: Ha

	Olivier	Figuier	Agrume	Noyaux et à pépins	Autres	Superficie arboricole totale	Part de l'olivier (%)
M'Chedallah	1500	14	6	158,5	26,5	1705	88
Chorfa	577	13,5	18	123	2	733,5	79
Aghbalou	110	44	0	65,5	9	228,5	48
Saharidj	600	98,5	0	77,5	5	781	77
Ahnif	2650	10	1,5	49,5	03	2714	97
Ath Mansour	875	03	1,5	29	0	908,5	96
Total Daïra	6312	183	27	503	45,5	7070,5	89

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de subdivision de M'Chedallah et Ahnif, 2013.

D'après le tableau n°7, nous constatons que 89% de la superficie arboricole de M'Chedallah est occupée par l'olivier avec une superficie de 7070,5 Ha.

2.4 .6La production de l'huile d'olive dans la région d'étude

La totalité de la production d'olive est destinée pour la production de l'huile d'olive. Le tableau suivant montre l'évolution de la production de l'huile d'olive dans la région de M'Chedallah durant les dernières cinq années.

Tableau n° 8 : Evolution de la production de l'huile d'olive dans la zone d'étude durant les cinq dernières années

Campagne	Superficie en rapport (ha)	Production en olive (Qx)	Rendement en olive (Qx/ha)	Production en huile (HI)	Rendement en huile (L/Q)
2008-2009	6 000	168 154	28	29 271	17,5
2009-2010	6 000	31 242	5	4 507,4	14,5
2010-2011	6 107	127 310	21	20 128,7	16
2011-2012	6 107	52 420	8,5	7 267	13,8
2012-2013	6312	114860	18	18257	15 ,9

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de subdivision de M'Chedallah et Ahnif, 2013.

D'après le tableau suivant, nous constatons que la production de l'huile d'olive dans la région de M'Chedallah a connue une fluctuation d'une année à l'autre. Cela peut être expliqué par le phénomène de l'alternance de l'olivier.

2.4 .7 Les huileries de la zone d'étude

Le tableau suivant montre la composition du parc huilier de notre zone d'étude.

Tableau n° 9: Nombre et Type d'huileries de la zone d'étude durant la campagne 2012/2013.

	Traditionnelle		Semi-automatique		Automatique		Total	
M'Chedallah	12		0		09		21	
Chorfa	04		04		03		11	
Aghbalou	02		03		0		05	
Saharidj	02		06		06		14	
Ahnif	0		04		05		09	
Ath Mansour	01		04		04		09	
Total Daïra	21	30%	21	30%	27	40%	69	100%
Total Bouira	32		89		60		181	

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de subdivision de M'Chedallah et Ahnif, 2013.

D'après ce tableau, nous constatons que 38% du parc huilier de la wilaya de Bouira se situe dans notre zone d'étude. Nous remarquons que sur les 69 huileries de la région 48 huileries modernes (automatique et semi-automatique) soit 70% que peut être expliqué par les acquisitions réalisées dans le cadre du FNDIA.

Conclusion

La production mondiale de l'huile d'olive a enregistré une hausse importante, soit une augmentation de 24 % sur les dix dernières années. Selon les chiffres du COI, La production pour la campagne 2011/2012 a été estimée à 3098 000 t.

Le commerce international de l'huile d'olive a représenté 715 500 tonnes en 2011/2012. La majorité des flux sont intra européens. Cependant des flux existent vers des pays à fort pouvoir d'achat hors de la Méditerranée tels que les Etats Unis, le Canada, l'Australie et le Japon.

La filière oléicole algérienne est l'une des moins compétitives en méditerranée. Elle a bénéficié de peu d'initiatives de modernisation. L'huile d'olive algérienne affiche quelques atouts qui peuvent se révéler porteurs s'ils sont valorisés : vergers qui s'étendent principalement (80%) dans les terroirs de montagne (Kabylie, la région de Jijel et une partie de l'Est algérien), produit différencié et de qualité, diversité variétale, bonne image au niveau national, huile issue d'une culture extensive et respectueuse de l'environnement, et prix élevé du produit pouvant assurer un revenu confortable pour les familles rurales.

L'olivier occupe la première place dans l'arboriculture dans la wilaya de Bouira et aussi dans la zone d'étude région de M'Chedallah avec 89%, signifiant une domination presque totale.

En terme de filière, on a montré que l'oléiculture est menée en extensif, ce qui justifie l'augmentation de la superficie oléicole sans, en contrepartie, une augmentation de production, il faut ajouter que les rendements en huile sont en général élevés, vu le climat favorable de la daïra de M'Chedallah.

Pour ce qui est de la transformation, la majorité des huileries sont modernes dans la wilaya et la zone d'étude ce qui présente un bon indicateur pour les années à venir.

Introduction

Pour savoir si l'huile d'olive de M'Chedallah est valorisée en terme du prix ou non, on a besoin de déterminer le coût de production d'un litre d'huile dans la région. Pour cela, on a réalisé une enquête au niveau de la daïra de M'Chedallah, une enquête divisée en deux parties avec deux questionnaires, une partie auprès des oléiculteurs et une autre auprès des oléifacteurs.

Après la détermination du coût de revient d'un litre d'huile d'olive, on va analyser les différents facteurs influençant la production de l'huile d'olive au niveau des exploitations et des huileries enquêtées.

Notre enquête a été faite sur un échantillon de 200 exploitations et 35 huileries situées dans la daïra de M'Chedallah répartis dans les six communes qui sont : M'Chedallah, Chorfa, Saharidj, Aghbalou, Ahnif et Ath Mansour.

3.1 Analyse de l'enquête auprès des oléiculteurs et détermination du coût de revient d'un litre de l'huile d'olive et des marges

3.1.1 Les résultats de l'enquête auprès des oléiculteurs

a) Age des exploitants

Tableau n°10 : Répartition des exploitations selon l'âge des exploitants

Classe d'âge	Nbre d'exploitants	Pourcentage (%)
< 30 ans	25	12,5
30 à 50 ans	125	62,5
>50 ans	50	25

The pie chart illustrates the distribution of exploitations across three age groups. The largest segment, representing 62.5% of the total, is for the 30 to 50 age group. The next largest is for those over 50, at 25%. The smallest segment, at 12.5%, is for those under 30.

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

D'après le tableau, nous remarquons la prédominance des exploitations enquêtées appartiennent aux oléiculteurs qui ont un âge entre 30 et 50 ans (soit 62,5 %), suivi par les

exploitations appartiennent à la classe d'âge de plus de 50 ans. Les exploitations dont les propriétaires ont moins de 30 ans n'occupent que 12,5%.

b) Activité des exploitants

Tableau n°11 : Répartition des exploitations selon l'activité des exploitants

Activités des exploitants	Nbre d'exploitants	Pourcentage (%)
Activité oléicole est la principale activité agricole	190	95
Autres activité agricole	10	05

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

D'après le tableau, nous constatons que sur les 200 agriculteurs interrogés 190 agriculteurs soit 95% sont des oléiculteurs les 10 agriculteurs restant soit 5% sont des éleveurs et considèrent l'oléiculture comme activités secondaire.

c) Répartition des exploitations selon leur taille et emplacement

Tableau n°12 : Répartition des exploitations selon leur taille et emplacement

Commune	< 3 ha		3 à 5 ha		5 à 10 ha		>10 ha		Total
	Plat	pente	Plat	pente	Plat	pente	Plat	pente	
Ahnif	30	10	10	8	13	0	1	0	72
Ath Mansour	10	4	4	2	5	0	0	0	25
M'Chedallah	24	5	10	4	10	0	2	0	55
Chorfa	8	3	4	1	4	0	2	0	22
Saharidj	0	4	0	2	0	0	0	0	6
Aghbalou	0	15	0	5	0	0	0	0	20
Total Daira	72	41	28	22	32	0	5	0	200

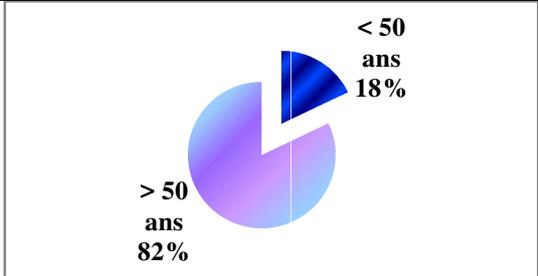
Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

Nous remarquons d'après le tableau que la majorité des exploitations sont de petite taille. En fait, on trouve 113 exploitations avec une taille inférieure à 3 ha soit 56,5%. 25% des exploitations ont une taille entre 3 et 5 ha, 16% des exploitations ont une superficie entre 5 à 10 ha et 2,5 % des exploitations ont une superficie supérieure à 10 Ha.

d) Age des oliviers

Tableau n°13: Répartition des exploitations selon l'âge des oliviers

Age	Nbre d'exploitations	Pourcentage (%)
<50 ans	36	18
>50 ans	164	82



Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

D'après le tableau, nous constatons que sur les 200 exploitants enquêtés, 164 ont un verger avec un âge supérieur à 50 ans ce qui explique le vieillissement du verger oléicole.

e) Labour

Tableau n° 14: Répartition des exploitations selon le travail du sol

Labour	Nbre	Pourcentage
Chaque année	92	46
Tous les 2 ans	38	19
Tous les 4 ans	19	9,5
Plus de 4 ans	10	5
Sans labour	41	20,5
Total	200	100

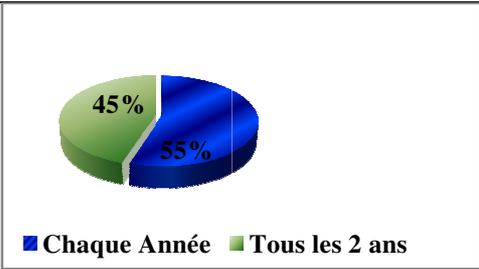
Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

On constate que la plupart des oléiculteurs enquêtés ne font pas chaque année les travaux du sol vu la nature accidentée des terrains et le cout élevé de l'opération de labour soit 20% de notre échantillon déclarent qu'ils ne labourent jamais leurs vergers.

f) La taille

Tableau n° 15 : Répartition des exploitations en fonction de la taille

La taille	Nbre	Pourcentage (%)
Chaque Année	110	55
Tous les 2 ans	90	45



Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

Le constat qu'on peut faire ici est différent de celui de travail du sol puisque des exploitants déclarent qu'ils taillaient leurs oliviers fréquemment entre une fois par an à une fois tous les deux ans. C'est les oléiculteurs eux même qui font la taille de leurs oliviers d'où l'absence d'une charge directe.

g) La récolte

L'opération de la récolte dans toutes les exploitations enquêtées est assurée par la main d'œuvre familiale. La femme occupe une part importante dans l'effectif de la main d'œuvre familiale. La cueillette d'olive se fait à la main et/ou le gaulage : ce sont deux techniques dominantes dans la région.

Tableau n° 16 : La répartition des exploitations selon le nombre de personnes assurant la récolte

Nbre de personnes	>5	de 5 à 10	Plus de 10	
Nbre d'exploitations	17	159	24	
Pourcentage (%)	8,5	79,5	12	

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

D'après cette figure, nous constatons que 80% des exploitations utilisent de 5 à 10 personnes pendant la récolte cela peut s'expliquer par le fait que tous les membres de la famille participent à la récolte des olives. Tandis que 12% utilisent plus de 10 personnes, à expliquer par le phénomène de Twiza que nous rencontrons à travers tout le pays.

h) Le Stockage des olives

Tableau n° 17 : Répartition des exploitations en fonction du mode de stockage des olives

Stockage	En pleine air	Dans des hangars	Utilisation des sacs	En vrac	Utilisation des cagettes
Nombre	160	40	95	105	0
Pourcentage (%)	80	20	47,5	52,5	0
	100		100		

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

D'après le tableau, nous constatons que 80% des exploitants stockent leurs olives en plein air. Quand aux moyens de stockage, 47,5% utilisent des sacs pour le stockage des olives, 52,5% les stockent en vrac et aucun exploitant n'utilise les cagettes.

Selon les déclarations des exploitants, la durée de stockage des olives varie d'une semaine jusqu'à un mois ce qui s'explique par la durée de récolte.

i) La trituration des olives

Tableau n°18 : Répartition des exploitations en fonction du type d'huilerie

Type d'huilerie	Nbre	Pourcentage (%)
Traditionnelle	35	17,5
Semi-automatique	75	37,5
Automatique	90	45,5

The pie chart illustrates the distribution of olive mills among the surveyed exploitations. The 'Auto' category (green) represents 45.5%, 'Semi-Aut' (red) represents 37.5%, and 'Trad' (blue) represents 17.5%.

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

D'après le tableau, nous constatons que sur les 200 exploitants interrogés, 165 soit 83% déclarent que leurs olives sont traitées dans les huileries modernes (automatique et semi-automatique).

j) Production et rendement

Tableau n°19 : Production totale et rendement moyen des exploitations enquêtées

Production	Quantité	Rendement
En olive	12861Qx	18,58Qx/Ha
En Huile	12861	16,12 L/Q

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

Notre enquête a concerné une superficie d'environ 692 Ha pour un nombre d'oliviers d'environ 84 500. La production totale de notre échantillon est de 12861Qx soit une production de 15,22 Kg/arbre (18,58 Qx/Ha). Quant à la production totale d'huile, elle est d'environ 12861 litre avec un rendement moyen d'environ 16,12L/Q soit 299,50 L/Ha. Selon les données du COI, pour la campagne 2012/213 le rendement en olive était de 267 Qx/Ha en Espagne et 292 Qx/Ha en Italie.

k) Stockage et commercialisation de l'huile

La totalité des exploitants enquêtés stockent leurs huiles dans des barils de 100 à 200 litres et dans des bidons en plastique de 20 litres. En effet, une partie de l'huile produite sera destinée pour l'autoconsommation au cours de l'année, une partie sera stockée pour l'année prochaine et l'autre partie sera commercialisée à un prix fixé par les oléifacteurs. L'huile d'olive de l'année en cours s'écoule à 500 DA le litre. Le prix enregistré en **Espagne** à la clôture de la campagne 2012/2013 est de 15,1€/L avec un taux de change moyen en mars 2013 de 102,75 donc l'huile d'olive espagnole s'écoule à 1551DA le litre. En **Italie**, le prix de l'huile d'olive durant le mois de mars 2013 est de 15,6 €/L soit 1649 DA/L.

3.1.2 Détermination du coût de revient d'un litre de l'huile d'olive auprès des oléiculteurs

« Le coût de revient d'un objet, d'une prestation de service, d'un groupe d'objets ou de prestations de services est tout ce qu'a coûté cet objet, cette prestation de service, ce groupe d'objets ou de prestations de services, dans l'état où il se trouve au stade final (stade de la vente inclus) »²⁴.

Le coût de revient représente l'ensemble des charges fixes (CF) et des charges variables (CV) pour une unité du produit. Pour la détermination du coût de production, il faut identifier les différentes catégories de charges existant dans notre échantillon :

Les charges fixes ou de structures : Elles sont liées à des décisions à long terme, peu réversibles et elles sont appelées aussi coûts fixes ou coûts de structures. Elles regroupent les charges d'amortissement des vergers dans le cas des exploitations oléicoles et l'amortissement des huileries dans le cas du deuxième segment de la filière oléicole.

Les charges variables (CV) : Ce sont des charges liées à des décisions à court terme et sont donc réversibles. Elles correspondent à l'utilisation de la capacité existante, c'est pourquoi elles sont parfois qualifiées de coûts opérationnels.

Les charges variables sont constituées par les approvisionnements en intrants destinés à la production d'olive (main d'œuvre occasionnelle, engrais, taille, ...). Dans les calculs de rentabilité, on considère que ces charges sont étalées sur une certaine durée, variable selon le type d'investissement, qui correspond souvent pour les équipements et les bâtiments à leur durée de vie moyenne, bien que cela reste très théorique (par exemple, 5 ans pour un moulin, 10 ou 15 ans pour la construction de bâtiment)²⁵.

La formule utilisée pour la détermination du coût de revient est la suivante :

$$\text{Charges totales (DA)} = \text{Charges fixes (C.F)} + \text{charges variables (C.V)}$$

²⁴Revendy M. et Court H.(1961). Cours de comptabilité analytique d'exploitation, tome1, Paris.

²⁵Rodolphe Carlier – Gret, 2004. Agridoc : Estimer le coût de revient d'un produit agroalimentaire : la méthode du coût direct simplifié Agridoc est un réseau d'information et de documentation financé par le ministère français des Affaires étrangères GRET, Groupe de Recherche et d'Echanges Technologiques

Pour déterminer le coût de la production d'un litre de l'huile d'olive on a utilisé la formule suivante :

Coût de production = somme des charges de production/la production totale d'huile

Toutes les charges intervenant dans le calcul du coût sont des charges variables car on considère que les vergers oléicoles sont totalement amorties, les charges fixes sont nulles, donc charges totales = charges variables + charges fixes (0).

Charges totales = Charges variables

Les charges qui déterminent le coût dans notre cas sont : le labour, la taille, la main d'œuvre, le transport et la trituration.

Nous commençons par l'estimation des charges :

❖ **Charges de labour (ChLa)**

Selon les estimations données par les oléiculteurs enquêtés les charges de labour reviennent à 800 DA/heure ou 7000 DA/Ha mais faudra tenir compte du nombre de fois où l'oléiculteur procède au labour de son verger.

ChLa= (7000×sup.)×Nbre Lab.

Exemple de l'exploitation n°1 :

ChLa. = (7000×2)×0,5= 7000,00 DA.

❖ **Charges de la taille :(ChTa)**

L'estimation la charge de la taille selon les oléiculteurs enquêtés est 180 DA/ arbre en moyenne mais le prix reste négociable entre l'oléiculteur et le maitre tailleur selon la taille de l'arbre et son âge. Donc la charge de la taille des oliviers a été fixé à 180 DA multipliée par lenombre d'olivierset multipliée par le nombre de fois que l'oléiculteur procède à l'opération de taille de sonverger.

$$\text{ChTa} = (180 \times \text{Nbre oliviers}) \times \text{Nbre Tail.}$$

Exemple de l'exploitation n°1 : $\text{ChTa} = (180 \times 180) \times 1 = 32400,00 \text{ DA.}$

❖ **Charges de la main d'œuvre :(ChMO)**

Nous constatons que la majorité des exploitations dans la région enquêtée utilisent la main d'œuvre familiale. Cependant, au cours de notre étude on a été amené à apprendre en considération cette charge en argent, afin de déterminer le coût de production d'un litre d'huile d'olive.

Nous avons pris pour référence le salaire d'un ouvrier qui est de 1000 DA/jour, ce qui représente le salaire agricole journalier moyen dans la région. Donc, la charge de la main d'œuvre est le produit du salaire journalier multiplié par le nombre de jours de travail (Nbre Jr) et multiplié par le nombre de personnes qui ont participé à l'opération de récolte (Nbre M.O).

$$\text{ChMO} = (1000 \times \text{Nbre M.O}) \times \text{Nbre Jr} .$$

Exemple de l'exploitation n°1 : $\text{ChMO} = (1000 \times 7) \times 20 = 140000,00 \text{ DA.}$

❖ **Charges de transport :(ChTr)**

Elles varient selon les exploitations et les réponses données par les oléiculteurs sur le coût payer pour le transport de leurs olives.

❖ **Charges de trituration :(ChT)**

Le coût de trituration diffère selon la production, à travers notre enquête nous avons trouvé que la rémunération de l'oléifacteur se fait par cession d'un septième (1/7) de la production. Donc le coût de trituration est égal à la quantité d'huile prélevée par l'oléifacteur multipliée par le prix d'un litre d'huile d'olive estimé à 500 DA.

$$\text{ChT} = \text{Production totale d'huile d'olive} / 7$$

Exemple de l'exploitation n°1 : $\text{ChT} = (570 / 7) \times 500 = 40714,28 \text{ DA.}$

❖ Récapitulation et le calcul des charges de production

Nous avons pu déterminer à travers les démarches suivies, pour l'estimation des différentes charges, une formule de calcul des charges de productions pour chaque oléiculteur, exprimée comme suite :

$$\text{Ch. Tot.} = (7000 \times \text{sup.}) \times \text{Nbre Lab.} + (180 \times \text{Nbre oliviers}) \times \text{Nbre Tail.} + (1000 \times \text{Nbre M.O.}) \times \text{Nbre Jr.} + \text{Ch. Tran} + 500 \times \text{Production totale d'huile d'olive} / 7$$

Le tableau qui suit récapitule les charges de production d'un litre de l'huile d'olive au niveau des exploitations oléicoles.

Tableau n° 20: Récapitulation des charges totales de production

Nature de la charge	Valeur en DA	% de coût total
Charges de labour (ChLa)	3679200	4,89
de la taille (ChTa)	11981790	15,95
Charges de la main d'œuvre (ChMO)	44566000	59,34
Charges de transport (ChTr)	60600	0,08
Charges de trituration (ChT)	14815 621,43	19,72
Total des charges	75103211,43	100
La moyennes des charges DA/Ha	108530,65	
Le coût de revient moyen DA/L	362,08	

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

D'après le tableau suivant, on remarque que la main d'œuvre occupe la place la plus importante dans l'ensemble des charges, avec une valeur de 59,34%, cela est dû au mode de récolte qui est entièrement manuelle, dépendant strictement du facteur travail, suivi par les autres charges, telles que la trituration, la taille, le labour et le transport avec respectivement 19,72%, 15,95%, 4,89% et 0,08%. Le coût moyen d'un litre de l'huile d'olive au niveau des exploitations enquêtées est d'environ 362,08 DA/L.

3.1.3 Analyse et typologie des exploitations agricoles

Les résultats de l'enquête ont été codés pour aborder la diversité des exploitations par voie statistique. Nous avons effectué une analyse de corrélation entre les variables afin de déterminer le poids des différents facteurs retenus et des liens qu'ils entretenaient entre eux. Nous avons effectué ensuite une typologie en utilisant la méthode d'analyse en composantes principales (ACP) à l'aide du logiciel SPAD V5.5

Pour la typologie, huit critères présentant un poids significatif dans l'analyse des corrélations à savoir : Superficie (Ha), Rendement en olive (Qx/Ha), production totale en olive (Qx), coût de la taille (DA/Ha), coût de labour (DA/Ha), coût de la main d'œuvre (DA/Ha), coût de transport (DA/Ha) et coût de trituration (DA/Ha).

Les codes des variables utilisées pour cette analyse sont :

- Sup : Superficie (Ha) ;
- Rend : Rendement en olive (Qx/Ha) ;
- ProT: Production totale (Qx) ;
- ChTa : coût de la taille (DA/Ha) ;
- ChLa: coût de labour (DA/Ha) ;
- ChMO:coût de la main d'œuvre (DA/Ha) ;
- ChTr: coût de transport (DA/Ha) ;
- ChT : coût de trituration (DA/Ha) ;

Les corrélations entre les variables quantitatives de l'analyse (appelées variables initiales), établies par le logiciel SPAD V5.5, sont consignées dans le tableau n°21 :

Tableau n°21: Corrélations entre les variables initiales de l'ACP.

	Rend	ChLa	ChTa	ChMO	ChTr	ChT	Sup	ProT
Rend	1,00							
ChLa	-0,65	1,00						
ChTa	0,63	-0,55	1,00					
ChMO	0,69	-0,47	0,29	1,00				
ChTr	0,56	-0,62	0,37	0,42	1,00			
ChT	0,95	-0,67	0,66	0,71	0,54	1,00		
Sup	-0,19	0,42	-0,11	-0,21	-0,53	-0,19	1,00	
ProT	-0,05	0,33	-0,04	-0,12	-0,48	-0,05	0,99	1,00

Source : établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5

L'étude de la matrice de corrélations montre l'importance de la relation entre la production totale d'olive en fonction de la taille de l'exploitation.

Ainsi, nous constatons qu'il y a une forte corrélation entre le rendement l'opération de trituration et les charges de main d'œuvre et de la taille. Nous distinguons aussi une forte corrélation entre les charges de trituration et les charge de la taille et de main d'œuvre, ce qui s'explique par le fait que les agriculteurs qui pratiquent la taille produisent.

a) Détermination des axes principaux

Les huit variables quantitatives inter-corrélées sont transformées en huit nouvelles variables quantitatives non-corrélées (composantes principales ou axes principaux). Les axes principaux sont définis par la matrice des vecteurs propres de la matrice des corrélations des variables initiales. Les éléments de la matrice des vecteurs propres sont les coordonnées des variables initiales sur les axes principaux (tableau n° 22). Cette matrice permet de représenter les variables initiales sur un, deux ou trois axes ou même plus.

Tableau n° 22:Matrice des vecteurs propres : (coordonnées des variables « Active » initiales sur les cinq premiers axes principaux).

Coord. factorielles des var., basées sur les corrélations Variables Actives					
Libellé de la variable	Axe 1	Axe 2	Axe 3	Axe 4	Axe 5
Rend	-0,88	0,37	0,08	-0,03	0,09
ChLa	0,83	0,02	0,18	-0,15	0,50
ChTa	-0,66	0,32	-0,58	-0,23	0,15
ChMO	-0,71	0,22	0,59	-0,14	-0,02
ChTr	-0,77	-0,26	-0,02	0,52	0,24
ChT	-0,89	0,38	0,07	-0,09	0,05
Sup	0,53	0,82	-0,02	0,18	-0,02
ProT	0,42	0,89	0,00	0,16	-0,03

Source : établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5

Les éléments de la matrice diagonale des valeurs propres représentent la variance des exploitations sur l'axe correspondant, comme le montre le tableau suivant.

Tableau n° 23: Variance des variables initiales sur les axes principaux

Axe	Val. propre	Pourcentage %	%cumulé
1	4,2557	53,20	53,20
2	1,9697	24,62	77,82
3	0,7336	9,17	86,99
4	0,4377	5,47	92,46
5	0,3361	4,20	96,66
6	0,2203	2,75	99,41
7	0,0431	0,54	99,95
8	0,0038	0,05	100,00

Source : établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5

L'examen de ce tableau montre que la variance des exploitations est de 4,2557 sur le premier axe (c'est la variance maximale), et est de 1,9697 sur le deuxième axe. La part de toute l'information initiale visible (qualité de représentation) sur le plan principal est de l'ordre de 77,82%.

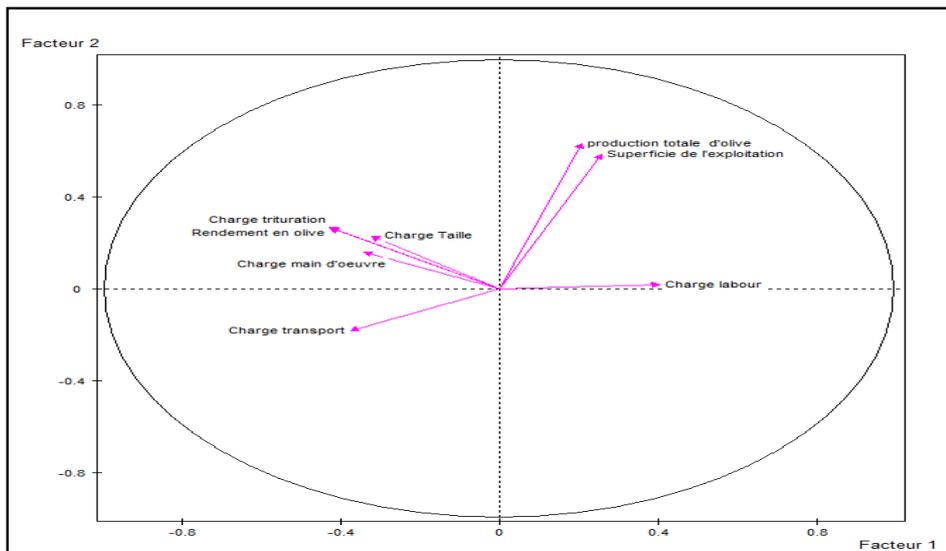
b) Etude des variables sur le cercle des corrélations

La matrice des vecteurs propres permet de représenter les variables sur le plan principal. L'examen du cercle des corrélations sur le plan principal (Cf. figure n°19) montre que les variables : rendement, coût de trituration, coût de la de main d'œuvre et coût de la taille sont situées sur la même direction et dans le même sens. La direction de ces quatre variables est la même avec la direction des variables suivantes : superficie, production totale. Nous pouvons conclure que, sur une exploitation, si la superficie est importante, le rendement est élevé. La pratique de la taille et les dépenses de trituration et de la main d'œuvre y sont élevées par rapport aux petites exploitations.

Les charges de triturations, de main d'œuvre et de la taille sont très élevées chez la majorité des exploitations. On observe que le coût de labour est faible dans les exploitations enquêtées parce que les oléiculteurs pratiquent rarement le labour.

La direction de la variable coût de transport est en opposition avec la direction des variables suivantes : superficie, production totale. Cela peut s'expliquer par le fait que les charges de transport ne dépendent pas de la superficie de l'exploitation mais de la distance entre l'huilerie et l'exploitation.

Fig. n°19 : cercle des corrélations de l'ACP sur le plan principal

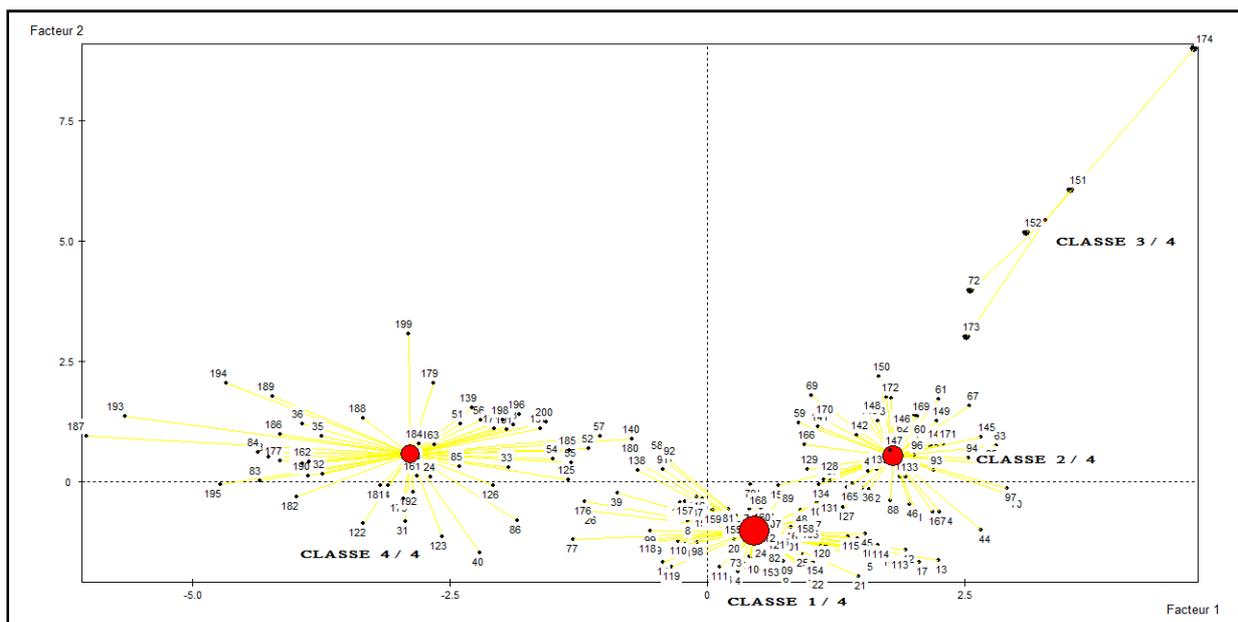


Source : établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5

c) Choix d'une classification des exploitations

Le logiciel SPAD V5.5 fournit un arbre de classification hiérarchique des exploitations. Pour choisir une coupure de cet arbre en classes, on étudie la progression de l'inertie inter-classes pour différentes coupures. En examinant les résultats du logiciel concernant la progression de l'inertie inter-classes, on remarque que les valeurs de cette dernière avant et après itérations sont les mêmes (Quotient (INERTIE INTER / INERTIE TOTALE) : 0.6252) à partir de la coupure de l'arbre hiérarchique en 4 classes.

Fig. n°20 : Représentation des groupes des exploitations



Source : établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5.

Le tableau suivant explique les caractéristiques de l'exploitation moyenne de chaque classe.

Tableau n°24: Caractéristiques de l'exploitation moyenne de chaque classe

	Sup (Ha)	Rend (Qx/Ha)	ProT Qx	ChTa (DA/Ha)	ChLa(D A/Ha)	ChMO(D A/Ha)	ChTr(DA /Ha)	ChT(DA/ Ha)
Classe 1	1,85	17,35	32,67	13902,90	0	64245,10	56,45	19469,70
Classe 2	5,85	17,33	101,75	14687,70	719,44	60761,10	41,53	19050,30
Classe 3	18,40	17,85	328,60	18654,00	7000,00	694971,0 0	13,40	25284,41
Classe 4	2,11	24,42	51,56	28775,00	0	77219,10	296,79	31180,30

Source :établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5.

Classe 1 : Cette classe regroupe 85 exploitations soit 42,5% des exploitations enquêtées, avec une superficie moyenne de 1,85 Ha et un rendement moyen de 17,35 Qx/Ha et une production totale moyenne d'olive de 32,67 Qx.

Le coût de la main d'œuvre, de la trituration et de la taille est significatif par rapport au coût de transport. On remarque que le coût de labour est nulle donc cette classe ne fait pas de labour.

Classe 2 : Cette classe regroupe 56 exploitations soit 28 % des exploitations enquêtées, avec une superficie moyenne de 5,85 Ha et un rendement moyen 17,33 Qx/Ha et une production totale moyenne d'olive de 101,75Qx.

Classe 3 : Cette classe regroupe uniquement 5 exploitations soit 2,5 % des exploitations enquêtées, avec une superficie moyenne de 18,40 Ha et un rendement moyen 17,85Qx/Ha et une production totale moyenne d'olive de 328,60 Qx.

Cette classe est représentée par les EAC.

Classe 4 : Cette classe regroupe 54 exploitations soit 27 % des exploitations enquêtées, avec une superficie moyenne de 2,11Ha et un rendement moyen de 24,42Qx/Ha et une production totale moyenne d'olive de 51,56Qx. Le rendement élevé dans la zone de montagne s'explique par que l'olivier est mieux adapté aux altitudes.

Les individus de cette classe sont situés en zone de montagne (pente). On remarque que le coût de labour est nul donc cette classe ne fait pas de labour mais le coût de transport est élevé par rapport aux autres classes qui peut être expliqué par l'éloignement des exploitations par rapport aux huileries. Le coût de la main d'œuvre, de la trituration et de la taille sont significatifs vue la densité de plantation élevées et une production importante qui nécessite de la main d'œuvre.

3.1.4 Analyse des marges unitaires et globales

La formule qui a été adoptée pour calculer la marge unitaire dégagée dans la filière en question se présente comme suit :

$$\text{La marge unitaire DA/L} = \text{Prix de vente DA/L} - \text{coût de revient DA/L}$$

La vente qui n'est pas effectuée par la plupart des oléiculteurs peut engendrer des marges nettes qu'on pourrait estimer grâce aux quantités produites par chaque exploitant. La différence entre le coût moyen de production d'un litre d'huile d'olive et son prix de vente sur le marché estimé à **500 DA** nous donne la marge de bénéfice moyenne par litre.

En prenant en compte un coût de revient moyen de **362,08 DA/L**, il se dégage une marge bénéficiaire moyenne d'une valeur de **137,35 DA/L** d'huile d'olive.

$$\text{La marge unitaire (M.U) DA/L} = 500 - 362,08 = 137,92 \text{ Da/L}$$

❖ Répartition des charges et de la marge nette et globale en fonction du produit global aux niveaux des exploitations (huile d'olive) :

Les proportions des différentes charges et marges dans le produit global au niveau du segment de production sont présentées dans le tableau ci-dessous qui prend en compte les données sus citées dans une mesure générale pour toutes les exploitations.

Tableau n°25: Répartition des charges et marges en fonction du produit global

Nature de la charge DA/an	Toutes les exploitations Valeur en DA/an	% du produit global	% de Valeur Ajoutée
Charge d'entretien (labour, taille)	15660990	15,10	-
Charge de main d'œuvre	44566000	42,97	50,65
Trituration	14815621,43	14,28	16,83
Transport	60600	0,05	-
Charges totales	75103211,43	72,41	-
Marge nette et globale	28606138,57	27,59	-
Production totale	207418,7		-
Prix de vente	500		-
Produit global	103709350	100	-
Valeur Ajoutée	87987760		67,48

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

A partir du tableau ci-dessus, nous remarquons que la marge nette et globale est de 28606138,57 DA/an avec une proportion de 27,59% du produit global ; ceci est dû aux coûts de production qui sont relativement élevés. Donc, la rentabilité au niveau du segment de production dépend de cette proportion de marge nette qui est due essentiellement au prix de vente élevé du litre d'huile d'olive.

En observant la répartition des charges dans la consistance du produit global, il apparaît clairement que la proportion des charges de la main d'œuvre est la plus importante avec une valeur de 42,97%. Après les charges d'entretien, soit 15,10%, les oléiculteurs accordent un intérêt remarquable aux différentes actions d'entretien, viennent ensuite les charges de trituration avec une valeur de 14,28%, et le transport pour 0,05%.

3.2 Analyse de l'enquête auprès des oléifacteurs et détermination du coût de revient d'un litre de l'huile d'olive et des marges

Notre enquête a été effectuée auprès de 35 huileries sur les 69 soit 50% des huileries de la région. Toutes les huileries sont détenues par des oléifacteurs privés.

Notre échantillon est tiré de manière probabiliste appelée le sondage stratifié. Cette méthode consiste à diviser la population peut en groupes homogènes (strates), le tirage au sort se fait à l'intérieur des différents groupes. Les strates dans notre échantillon sont les type des huileries à savoir : traditionnelle, automatique et semi- automatique.

Notre échantillon est réparti comme suit 19 huileries semi-automatiques 9 traditionnelles et 7 automatiques.

3.2.1 Coût de revient auprès des oléifacteurs

Pour la détermination du coût de revient d'un litre d'huile d'olive au niveau du segment de la transformation, nous avons essayé de déterminer un coût moyen au niveau de 35 huileries dans notre zone d'étude.

Les charges de production aux niveaux des huileries se divisent en deux types de charges : les charges fixes et les charges variables.

✚ **Les charges fixes** sont constituées par l'amortissement des huileries. Le calcul de l'amortissement a été déterminé pour chaque huilerie, à partir de leurs valeurs actuelles estimées au début de la campagne 2012/2013 : l'annuité de l'amortissement est obtenue en divisant la valeur actuelle estimée sur 5 ans, période jugée nécessaire pour le renouvellement d'une huilerie et la récupération du capital engagé à cet effet.

✚ **Les charges variables** sont les charges de la main d'œuvre, des matières consommables (eau, électricité, pièce de rechange et maintenance).

Donc, les charges totales sont égales à l'ensemble des charges fixes et charges variables :

Charges totales (DA) = charges fixes + charges variables

- CF = Amortissement

- CV = Main d'œuvre + Matières consommables

Selon la durée de la campagne de chaque huilerie, un ratio sera calculé en divisant les dépenses totales occasionnées par le nombre de journées de travail, que nous appellerons ainsi :

Charge journalière (DA/jr) = charges totales / campagne (jr)

A partir de la relation précédente nous calculons un autre ratio ; celui de coût de revient d'un litre d'huile d'olive, formulé comme suit :

$$\text{Coût de transformation d'un litre (DA)} = \text{Charges complètes (DA/jr)} / \text{Production huile totale}$$

Sachant que :

$$\text{Capacité de production l/jr} = \text{potentiel productif utilisé Qx/jr} \times \text{rendement d'huile l/Q}$$

a) Le calcul des différentes charges

i) Les charges fixes

❖ L'amortissement

Pour le calcul d'amortissement on a considéré que *le rythme d'amortissement est linéaire*. Par manque d'information sur la valeur du matériel renouvelé dans toutes les huileries, on a pris seulement, le montant d'achat des huileries dans le calcul de l'amortissement. Avant de donner le résultat de calcul, il est préférable d'expliquer chaque colonne :

- ✓ *Année d'acquisition* : c'est la première année de mise en service de l'huile.
- ✓ *Valeur actuelle estimée* : estimée d'après plusieurs indicateurs qui sont : l'état des équipements (machines), les capacités de production journalière, renouvellement d'équipement, offre d'achat et des fiches techniques de chaque huilerie
- ✓ *Charge d'amortissement annuelle* : la valeur actuelle estimée sur 5 ans.
- ✓ *Coût d'amortissement journalier d'huile* : c'est le ratio entre la charge d'amortissement annuelle et la durée de campagne de chaque huilerie.

Tableau n° 26 : Estimation de la charge d'amortissement des huileries

Huilerie	Type d'huile	Année d'acquisition	Valeur estimée en 2013	Charge D'amortissement 5 ans (DA)	Durée (Jours)	Coût d'Amortissement DA/JR
1	2	2002	4500000	900000	60	15000
2	2	2000	3000000	600000	60	10000
3	2	2004	4700000	940000	30	31333,33
4	3	2001	6500000	1300000	60	21666,66
5	3	2007	8000000	1600000	60	26666,66
6	1	1974	1300000	260000	30	8666,66
7	1	1977	1450000	290000	30	9666,66
8	2	2009	6500000	1300000	45	28888,88
9	2	2007	5300000	1060000	40	26500
10	2	2006	5000000	1000000	60	16666,66
11	3	2007	9000000	1800000	50	36000
12	1	1970	1200000	240000	30	8000
13	1	1980	1500000	300000	25	12000
14	1	1970	1000000	200000	40	5000
15	3	2009	9800000	1960000	60	32666,66
16	2	2005	5000000	1000000	40	25000
17	2	2000	3500000	700000	45	15555,55
18	2	2001	3500000	700000	30	23333,33
19	2	1996	3000000	600000	60	10000
21	2	2006	5500000	1100000	90	12222,22
21	2	2001	3200000	640000	30	21333,33
22	2	2004	4350000	870000	45	19333,33
23	1	1972	1000000	200000	40	5000
24	2	2004	4500000	900000	30	30000
25	3	2009	10000000	2000000	60	33333,33
26	2	1996	2900000	580000	60	9666,66
27	3	2004	8500000	1700000	60	28333,33
28	1	1985	1500000	300000	40	7500
29	1	1980	1400000	280000	45	6222,22
30	1	1975	1100000	220000	90	2444,44
31	2	2004	4500000	900000	60	15000
32	2	2004	4300000	860000	90	9555,55
33	2	2004	4400000	880000	30	29333,33
34	2	2006	5000000	1000000	45	22222,22
35	3	2010	12500000	2500000	40	62500

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

1 : Huilerie traditionnelle, 2 : Huilerie semi-automatique 3 : Huilerie automatique.

Le taux d'amortissement chez les huileries diffère selon la capacité de production (répercutions sur la valeur d'acquisition) et la durée de campagne de chaque huilerie. On remarque que l'amortissement est plus élevé chez les unités automatiques et semi-automatiques par rapports aux huileries traditionnelles.

ii) Les charges variables

❖ La main d'œuvre

$$\text{Coût de la main d'œuvre (DA/ jr)} = (\text{Rémunération/jr} \times \text{effectif/jr}) / \text{Nbre jrs de la campagne}$$

D'après les données de notre enquête, la charge de la main d'œuvre n'est pas stable à cause de l'irrégularité des effectifs selon les périodes de campagne ; mais d'une manière générale, nous avons pu déterminer pour une journée de production un effectif moyen pour chaque huilerie.

Pour calculer cette charge, nous l'avons utilisé la formule citée en haut ainsi il faut savoir qu'elle diffère d'une huilerie à une autre pour trois facteurs : le salaire journalier des ouvriers, le nombre d'ouvriers et le nombre des journées de travail occasionnées par la production.

Le tableau n° 27 présente la valeur de cette charge pour chaque huilerie. On constate que la main d'œuvre représente la charge la plus importante dans les huileries modernes par rapport aux huileries traditionnelles ; cela est dû à la décision des oléifacteurs de bien rémunérer leurs ouvriers pour qu'il y ait une stabilité dans l'effectif pendant toute la campagne.

Tableau n°27: Coût de la main d'œuvre de chaque huilerie

Huilerie	types	Main d'œuvre			Rémunération		Charge MO DA/Jr	Durée (Jours)	Ch. M.O Campagne (DA)
		jour	nuit	familiale	jour	soir			
1	2	5	4	2	1200	1000	12400	60	744000
2	2	6	4	2	1200	1000	13600	60	816000
3	2	5	4	3	1200	1000	13600	30	408000
4	3	8	1	1	1200	1000	11800	60	708000
5	3	4	1	2	1200	1000	8200	60	492000
6	1	4	4	1	1000	700	7800	30	234000
7	1	3	3	2	1000	700	7100	30	213000
8	2	5	5	1	1200	1000	12200	45	549000
9	2	5	5	1	1200	1000	12200	40	488000
10	2	4	1	1	1200	1000	7000	60	420000
11	3	4	1	2	1200	1000	8200	50	410000
12	1	4	4	3	1000	700	9800	30	294000
13	1	4	4	3	1000	700	9800	25	245000
14	1	3	4	2	1000	700	7800	40	312000
15	3	6	1	2	1200	1000	10600	60	636000
16	2	4	4	2	1200	1000	11200	40	448000
17	2	5	5	3	1200	1000	14600	45	657000
18	2	4	4	3	1200	1000	12400	30	372000
19	2	4	4	2	1200	1000	11200	60	672000
21	2	4	4	2	1200	1000	11200	90	1008000
21	2	6	4	1	1200	1000	12400	30	372000
22	2	5	5	1	1200	1000	12200	45	549000
23	1	3	3	3	1000	700	8100	40	324000
24	2	5	5	1	1200	1000	12200	30	366000
25	3	4	1	2	1200	1000	8200	60	492000
26	2	6	4	1	1200	1000	12400	60	744000
27	3	5	1	1	1200	1000	8200	60	492000
28	1	4	4	2	1000	700	8800	40	352000
29	1	4	4	2	1000	700	8800	45	396000
30	1	3	3	1	1000	700	6100	90	549000
31	2	3	4	1	1200	1000	8800	60	528000
32	2	3	4	2	1200	1000	10000	90	900000
33	2	4	4	2	1200	1000	11200	30	336000
34	2	4	4	3	1200	1000	12400	45	558000
35	3	4	1	1	1200	1000	7000	40	280000

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

❖ **Les matières consommables**

Cette charge diffère d'une huilerie à une autre selon la mécanisation des huileries. Le tableau suivant nous montre les différentes charges concernant les matières consommables de chaque huilerie.

Tableau n°28: Estimation de la charge des matières consommables.

Huilerie	Type huilerie	Ch eau	Electricité	pièce	maintenance	total charge	Nbre Jr	Char MC /Jr
1	2	14000	195000	34000	12000	255000	60	4250
2	2	13000	180000	32000	10000	235000	60	3916,67
3	2	12000	170000	43000	15000	240000	30	8000
4	3	16000	250000	120000	37000	423000	60	7050
5	3	17000	280000	100000	25000	422000	60	7033,33
6	1	10000	3000	0	2000	15000	30	500
7	1	12000	4000	0	2000	18000	30	600
8	2	17000	180000	155000	70000	422000	45	9377,78
9	2	13000	160000	40000	20000	233000	40	5825
10	2	12000	150000	55000	30000	247000	60	4116,67
11	3	18000	290000	170000	75000	553000	50	11060
12	1	6000	5000	0	4500	15500	30	516,67
13	1	7000	6000	0	2000	15000	25	600
14	1	5000	8000	0	4500	17500	40	437,5
15	3	14000	350000	100000	20000	484000	60	8066,67
16	2	16000	155000	36000	15000	222000	40	5550
17	2	15000	148000	39500	18000	220500	45	4900
18	2	12000	130000	28000	15000	185000	30	6166,67
19	2	13000	138000	22000	10000	183000	60	3050
21	2	14000	150000	25000	12000	201000	90	2233,33
21	2	13000	130000	30000	8000	181000	30	6033,33
22	2	15000	150000	40000	5000	210000	45	4666,67
23	1	5000	8000	0	2500	15500	40	387,5
24	2	14000	140000	50000	28000	232000	30	7733,33
25	3	19000	340000	12000	34000	405000	60	6750
26	2	13000	120000	22500	10000	165500	60	2758,33
27	3	16000	300000	150000	50000	516000	60	8600
28	1	9000	4000	0	2000	15000	40	375
29	1	7000	3000	0	2000	12000	45	266,67
30	1	6000	4500	0	2000	12500	90	138,89
31	2	14000	153000	45000	30000	242000	60	4033,33
32	2	17000	160000	100000	35000	312000	90	3466,66
33	2	16000	150000	80000	30000	276000	30	9200
34	2	18000	158000	150000	50000	376000	45	8355,55
35	3	17000	383000	0	35000	435000	40	10875

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

A partir du tableau n°28, nous remarquons que les huileries automatiques supportent des charges beaucoup plus grandes que les huileries semi-automatiques et les huileries traditionnelles ; cela s'explique par la différence de la mécanisation entre les deux types, et aussi par la différence de la capacité de la trituration entre les huileries automatiques.

Concernant la source d'énergie, notre région d'étude est bien électrifiée. L'électricité est la principale source d'énergie pour les huileries automatiques mais il existe des pannes fréquentes au sein de la région.

En ce qui concerne la maintenance, elle diffère selon l'intervention ; il y a des oléifacteurs qui s'occupent eux-mêmes de la maintenance de leurs équipements (par expérience).

❖ Récapitulation des différentes charges pour chaque huilerie par jour :

A partir du tableau n° 29, on remarque que les charges d'amortissement occupent la première place des charges totales avec un taux de 56,24% suivi par les charges de la main d'œuvre et matières consommable et maintenance avec respectivement 29,89% et 13,87%.

Tableau n°29: Récapitulatif des charges de chaque huilerie par jour

Huilerie	types	Cout d'Amortissement DA/JR	Mains d'œuvre DA/J	Matières consommable et maintenance DA/J	Charge Totale DA/J
1	2	15000	12400	4250	31650
2	2	10000	13600	3916,67	27516,67
3	2	31333,33	13600	8000	52933,33
4	3	21666,67	11800	7050	40516,67
5	3	26666,66	8200	7033,33	41900
6	1	8666,66	7800	500	16966,66
7	1	9666,66	7100	600	17366,66667
8	2	28888,88	12200	9377,78	50466,66
9	2	26500	12200	5825	44525
10	2	16666,66	7000	4116,67	27783,33
11	3	36000	8200	11060	55260
12	1	8000	9800	516,67	18316,67
13	1	12000	9800	600	22400
14	1	5000	7800	437,5	13237,5
15	3	32666,66	10600	8066,67	51333,33
16	2	25000	11200	5550	41750
17	2	15555,55	14600	4900	35055,55
18	2	23333,33	12400	6166,67	41900
19	2	10000	11200	3050	24250
21	2	12222,22	11200	2233,33	25655,55
21	2	21333,33	12400	6033,33	39766,66
22	2	19333,33	12200	4666,67	36200
23	1	5000	8100	387,5	13487,5
24	2	30000	12200	7733,33	49933,33
25	3	33333,33	8200	6750	48283,33
26	2	9666,66	12400	2758,33	24825
27	3	28333,33	8200	8600	45133,33
28	1	7500	8800	375	16675
29	1	6222,22	8800	266,67	15288,89
30	1	2444,44	6100	138,88	8683,33
31	2	15000	8800	4033,33	27833,33
32	2	9555,55	10000	3466,66	23022,22
33	2	29333,33	11200	9200	49733,33
34	2	22222,22	12400	8355,55	42977,77
35	3	62500	7000	10875	80375
	Tot	676611,11	359500	166890,55	1203001,66
	%	56,24	29,89	13,87	100

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

b) La production propre journalière de chaque huilerie

Pour le calcul du coût de revient d'un litre d'huile d'olive, d'après nos enquêtés, nous considérons que tous les oléiculteurs paient la prestation de service par cession d'une part d'huile soit **1/7 de la production**.

Tableau n° 30: Estimation de la production propre journalière de chaque huilerie selon les capacités de production utilisées

Huilerie	Type	Nombre de jour travaillé	Capacité de trit QX/J	Rendement L/Q	Production L/Jr	Cession 1/7 L du prod par jour	Quantité d'huile campagne L	Rémunération pendant la campagne (L)
1	2	60	54	17	918	131,14	55080	7868,57
2	2	60	48	16	768	109,71	46080	6582,85
3	2	30	42	15	630	90	18900	2700
4	3	60	70	19	1330	190	79800	11400
5	3	60	75	18	1350	192,85	81000	11571,42
6	1	30	12	13	156	22,28	4680	668,57
7	1	30	12	14	168	24	5040	720
8	2	45	42	16	672	96	30240	4320
9	2	40	48	15	720	102,85	28800	4114,28
10	2	60	40	17	680	97,14	40800	5828,57
11	3	50	120	18	2160	308,57	108000	15428,57
12	1	30	10	14	140	20	4200	600
13	1	25	14	13	182	26	4550	650
14	1	40	10	14	140	20	5600	800
15	3	25	140	19	2660	380	66500	9500
16	2	40	48	18	864	123,42	34560	4937,14
17	2	45	48	15	720	102,85	32400	4628,57
18	2	30	36	16	576	82,28	17280	2468,57
19	2	60	48	16	768	109,71	46080	6582,85
21	2	90	48	15	720	102,85	64800	9257,14
21	2	30	56	15	840	120	25200	3600
22	2	45	54	17	918	131,14	41310	5901,42
23	1	40	14	14	196	28	7840	1120
24	2	30	48	15	720	102,85	21600	3085,71
25	3	40	85	19	1615	230,71	64600	9228,57
26	2	60	40	15,5	620	88,57	37200	5314,28
27	3	60	80	18	1440	205,71	86400	12342,85
28	1	40	12	12	144	20,57	5760	822,85
29	1	45	14	13	182	26	8190	1170
30	1	90	15	14	210	30	18900	2700
31	2	60	50	15	750	107,14	45000	6428,57
32	2	90	36	16	576	82,28	51840	7405,71
33	2	30	48	15	720	102,85	21600	3085,71
34	2	45	36	17	612	87,42	27540	3934,28
35	3	40	180	19	3420	488,57	136800	19542,85

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

c) Le coût de transformation pour l'obtention d'un litre d'huile d'olive pour chaque huilerie

Pour calculer le coût de revient de chaque oléifacteur, nous allons reprendre les résultats de nos calculs faits en rapport avec les productions journalières en huile.

Tableau n° 31:Le coût de transformation pour l'obtention d'un litre d'huile d'olive

Huilerie	types	Charge Totale DA/J	Qté triturée par jour L/Jr	Quantité produite par jour (1/7 de la quantité triturée par jour en litre par jour	Coût de transformation d'un litre d'huile d'olive (DA/L)
1	2	31650	918	131,14	241,33
2	2	27516,66	768	109,71	250,80
3	2	52933,33	630	90	588,14
4	3	40516,66	1330	190	213,24
5	3	41900	1350	192,85	217,25
6	1	16966,66	156	22,28	761,32
7	1	17366,66	168	24	723,61
8	2	50466,66	672	96	525,69
9	2	44525	720	102,85	432,88
10	2	27783,33	680	97,14	286,00
11	3	55260	2160	308,57	179,08
12	1	18316,66	140	20	915,83
13	1	22400	182	26	861,53
14	1	13237,5	140	20	661,87
15	3	51333,33	2660	380	135,08
16	2	41750	864	123,42	338,25
17	2	35055,55	720	102,85	340,81
18	2	41900	576	82,28	509,20
19	2	24250	768	109,71	221,02
21	2	25655,55	720	102,85	249,42
21	2	39766,66	840	120	331,38
22	2	36200	918	131,14	276,03
23	1	13487,5	196	28	481,69
24	2	49933,33	720	102,85	485,46
25	3	48283,33	1615	230,71	209,27
26	2	24825	620	88,57	280,28
27	3	45133,33	1440	205,71	219,39
28	1	16675	144	20,57	810,59
29	1	15288,88	182	26	588,03
30	1	8683,33	210	30	289,44
31	2	27833,33	750	107,14	259,77
32	2	23022,22	576	82,28	279,78
33	2	49733,33	720	102,85	483,51
34	2	42977,77	612	87,42	491,57
35	3	80375	3420	488,57	164,51
	Coût moyen	1203001,67	29285	4183,57	287,55

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

Nous pouvons remarquer que la moyenne du coût de revient d'un litre d'huile d'olive dans notre échantillon est autour de **287,55DA/L**. Le coût de production le plus élevé est attribué à l'unité la plus ancienne avec **915,83DA/L**. Le coût de transformation élevé chez l'unité traditionnelle est justifié par la faible productivité et les techniques très dépassés utilisées dans le processus de production.

Le plus faible coût est attribué à l'unité automatique est de **135,08DA/L**. La différence de coût entre les huileries modernes est justifiée par la différence de la capacité de production utilisée et par la différence de la durée de la campagne et des heures de travail chaque jour.

3.2.2. Analyse et typologie des huileries

Les résultats de l'enquête ont été codés pour aborder la diversité des unités de transformation par voie statistique. Nous avons effectué une analyse de corrélation entre les variables afin de déterminer le poids des différents facteurs retenus et des liens qu'ils entretenaient entre eux. Nous avons effectué ensuite une typologie en utilisant la méthode d'analyse en composantes principales (ACP) à l'aide du logiciel SPAD V5.5

Pour la typologie, quatre critères présentant un poids significatif dans l'analyse des corrélations à savoir : production d'huile par jour (L/Jr), charge de la main d'œuvre (DA/Jr), coût des matières consommables (DA/Jr) et le coût d'amortissement (DA/Jr).

Les codes des variables utilisées pour cette analyse sont :

- Pro: production d'huile par jour (L/Jr);
- ChMO: charge de la main d'œuvre (DA/Jr) ;
- ChMC: coût des matières consommables (DA/Jr) ;
- ChA : coût d'amortissement (DA/ha) ;

Les corrélations entre les variables quantitatives de l'analyse (appelées variables initiales), établies par le logiciel SPAD V5.5, sont consignées dans le tableau n°32.

Tableau n°32 : Corrélations entre les variables initiales de l'ACP.

	ChA	ChMC	ChMO	Pro
ChA	1,00			
ChMC	0,89	1,00		
ChMO	0,06	0,28	1,00	
Pro	0,84	0,73	-0,08	1,00

Source :établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5.

L'étude de la matrice de corrélations montre l'importance de la relation entre la production journalière de l'huile d'olive et les charges en matières consommables.

La production de l'huile d'olive par jour est corrélée négativement avec le coût de main d'œuvre ($r = -0,08$). Cette corrélation négative veut dire qu'à chaque fois que la production augmente les charges de main d'œuvre diminuent dans l'échantillon traité ; cela peut être expliqué par la technicité des huileries.

a) Détermination des axes principaux

Les quatre variables quantitatives inter-corrélées sont transformées en quatre nouvelles variables quantitatives non-corrélées (composantes principales ou axes principaux). Les axes principaux sont définis par la matrice des vecteurs propres de la matrice des corrélations des variables initiales. Les éléments de la matrice des vecteurs propres sont les coordonnées des variables initiales sur les axes principaux (tableau n° 33). Cette matrice permet de représenter les variables initiales sur un, deux ou trois axes ou même plus.

Tableau n°33: Matrice des vecteurs propres : (coordonnées des variables « Active » initiales sur les quatre premiers axes principaux).

Libellé de la variable	Axe 1	Axe 2	Axe 3	Axe 4
ChA	-0,97	-0,08	0,12	-0,20
ChMC	-0,94	0,17	0,22	0,17
ChMO	-0,15	0,98	-0,12	-0,03
Pro	-0,90	-0,27	-0,35	0,05

Source : établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5

Les éléments de la matrice diagonale des valeurs propres représentent la variance des huileries sur l'axe correspondant, comme le montre le tableau suivant.

Tableau n°34: Variance des variables initiales sur les axes principaux

Numéro	Valeur propre	Pourcentage	Pourcentage cumulé
1	2,6577	66,44	66,44
2	1,0666	26,66	93,11
3	0,2017	5,04	98,15
4	0,0740	1,85	100,00

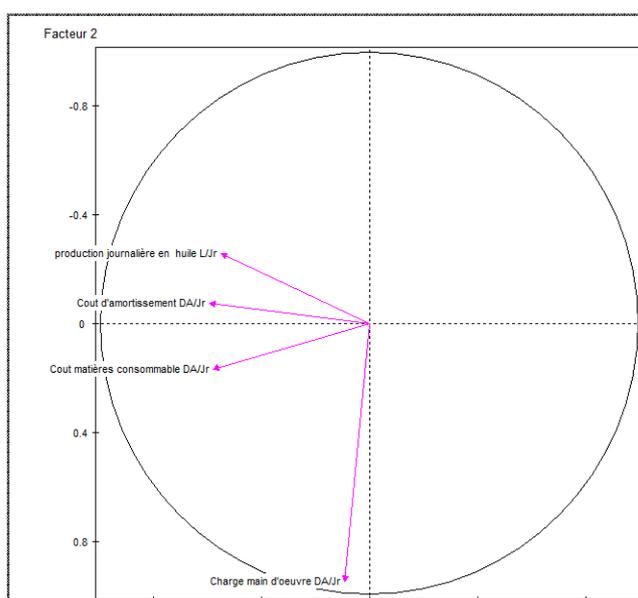
Source : établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5

L'examen de ce tableau montre que la variance des exploitations est de 2,6577 sur le premier axe (c'est la variance maximale) et de 1,0666 sur le deuxième axe. La part de toute l'information initiale visible (qualité de représentation) sur le plan principal est de l'ordre de 93,11%.

b) Etude des variables sur le cercle des corrélations

La matrice des vecteurs propres permet de représenter les variables sur le plan principal. L'examen du cercle des corrélations sur le plan principal (Cf. figure n°21) montre la direction de la variable coût de main d'œuvre et coût de matières consommables est en opposition avec la direction de la variable production journalière en huile et coût d'amortissement. Cela peut s'expliquer par le fait que les huileries qui ont une capacité de trituration et un coût d'amortissement élevé (huileries modernes) n'utilisent pas beaucoup de main d'œuvre vue la technicité du processus de transformation et n'ont pas beaucoup de dépenses de matières consommables et de maintenances.

Fig. n°21 : cercle des corrélations de l'ACP sur le plan principal

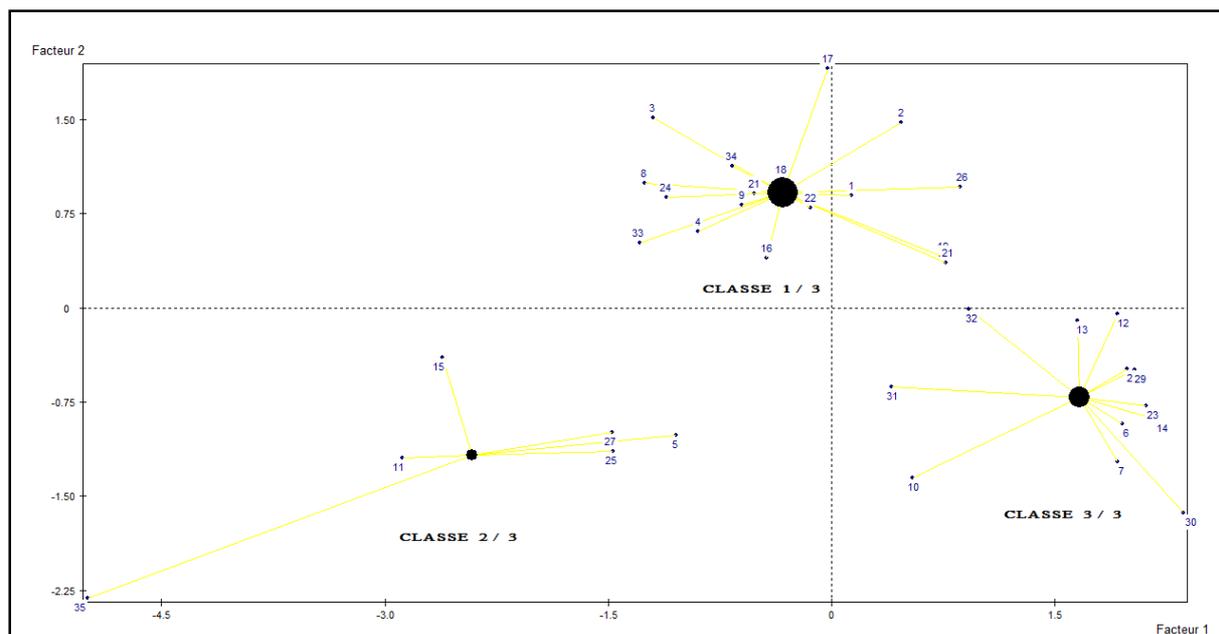


Source :établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5

3.2.3. Choix d'une classification des huileries

Le logiciel SPAD V5.5 fournit un arbre de classification hiérarchique des huileries. Pour choisir une coupure de cet arbre en classes, on étudie la progression de l'inertie inter-classes pour différentes coupures. En examinant les résultats du logiciel concernant la progression de l'inertie inter-classes, on remarque que les valeurs de cette dernière avant et après itérations sont les mêmes (0.7083) à partir de la coupure de l'arbre hiérarchique en 3 classes.

Fig. n°22: Représentation des groupes des huileries.



Source : établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5.

Le tableau suivant explique les caractéristiques moyennes de chaque classe.

Tableau n°35: Caractéristiques moyennes de chaque classe

	ChA (DA/Jr)	ChMC (DA/Jr)	ChMO (DA/Jr)	Pro (L/Jr)
Classe 1	20522,8	5619,1	12305,9	734,8
Classe 2	36583,3	8730,8	8400	2107,5
Classe 3	8810,1	1286,5	8325	293,6

Source : établi par nous-mêmes à l'aide du logiciel SPAD V5.5.

Classe 1 : Cette classe regroupe 17 huileries soit 48,5% des unités de transformation enquêtées, avec une production moyenne de 734,8 L/Jr et un coût d'amortissement moyen par rapport aux autres classes soit 20522,8 DA/Jr.

Le coût de la main d'œuvre, est significatif par rapport aux autres classes. Nous remarquons, que la majorité des huileries de cette classe sont de type semi-automatique.

Classe 2 : Cette classe regroupe 06 huileries soit 17 % des unités de transformation enquêtées, avec une production moyenne de 2107,5 L/Jr et un coût d'amortissement élevé par rapport aux autres classes soit 36583,3DA/Jr et un faible coût de main d'œuvre soit 8400 DA/Jr. La totalité des huileries de cette classe sont de type automatique.

Classe 3 : Cette classe regroupe 12 huileries soit 34,5% des unités de transformation enquêtées, avec une faible production journalière soit 293,6L/Jr et un coût de main d'œuvre, significatif par rapport à cette dernière.

Le coût d'amortissement est faible par rapport aux autres classes. La majorité des huileries de cette classe sont de type traditionnel.

3.2.4. Marges nette unitaire des oléifacteurs

Pour le calcul des marges nettes unitaires on a pris un prix de vente moyen de **500 DA**, ce dernier a été calculé d'après les prix de vente pratiqué au niveau des huileries modernes et traditionnelles de notre échantillon. EN prenant en compte un coût de transformation moyen de **287,55DA/L**, nous avons pu dégager une marge unitaire moyenne de **212,45 DA/L** ce qui représente un pourcentage moyen en bénéfice de **42,5%**.

Tableau n°36: Récapitulatif des marges unitaires de chaque classe.

	Coût moyen de Transformation (DA/L)	Prix de vente (DA/L)	Marge nette (DA/L)	% Marge nette
Classe 1	401,11	500	98,89	20
Classe 2	187,43	500	312,57	62,5
Classe 3	529,97	500	-29,97	-6
Total moyen	287,55	500	212,45	42,5

Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

Nous remarquons que la marge la plus élevée est attribué aux unités de la **classe 2**(automatiques) avec une valeur de **312,57DA/L** en moyenne soit environ 62,5%. La marge nette des huileries de la **classe 1** (semi- automatiques) est la plus faibles dans la catégorie des unités modernes avec **98,89DA/L** soit 20%. Concernant les huileries de la **classe 3** (traditionnelles), on remarque que les unités de cette classe ne tirent pas une marge bénéficière avec une perte de **29,97 DA/L** vu le coût de revient élevé qu'elle a supporté.

Conclusion

- D'après l'enquête que nous avons effectuée auprès des oléiculteurs, nous sommes arrivés au constat que l'oléiculture est menée en extensif aux niveaux des exploitations et qu'elle peut être classée parmi les agricultures biologiques. Certains vergers, situés sur les collines, sont abandonnés, sauf en période de récolte.
- Pour ce qui est du calcul des charges de production, les oléiculteurs ne tiennent aucune comptabilité des différentes charges occasionnées au niveau de leurs vergers.
- A travers les résultats de l'enquête faite auprès des oléiculteurs et compte tenu de l'objectif majeur donné au questionnaire, qui est d'apporter des réponses concernant la détermination du coût de revient de l'huile, on a pu remarquer généralement qu'il n'y a aucune comptabilité des coûts appliquée sur le processus de gestion de ces entreprises et que la gestion est archaïque et manque de professionnalisme.
- Les coûts de production sont élevés au niveau des exploitations et atteignent 362,65 DA/L en moyenne. Cependant, au niveau de segment de la transformation le coût de revient d'un litre d'huile d'olive est en moyenne de 287,55 DA/L.
- Après avoir étudié les marges unitaires et globales de la filière oléicole à savoir dans ces deux secteurs dans la région de M'Chedallah, nous pouvons avancer qu'elle est économiquement très rentable. Les menaces concernent les risques du manque des pièces détachées et l'instabilité de la main d'œuvre.

Introduction

L'olivier, de par ses fonctions multiples de lutte contre l'érosion, de valorisation des terres agricoles et de fixation des populations rurales dans les zones de montagne, constitue la principale ressource fruitière cultivée au niveau de la région de M'Chedallah. Il couvre une superficie totale d'environ 6312 Ha soit 89% de la superficie arboricole.

L'olivier contribue à la création de l'emploi rural et à l'intégration de la femme dans l'activité agricole car la récolte est majoritairement réalisée par les femmes donc l'existence d'un savoir-faire local ancestral. Dans notre zone d'étude on a constaté la dominance de la variété Chemlal qui est très adaptée aux conditions pédoclimatiques de la région avec un haut rendement.

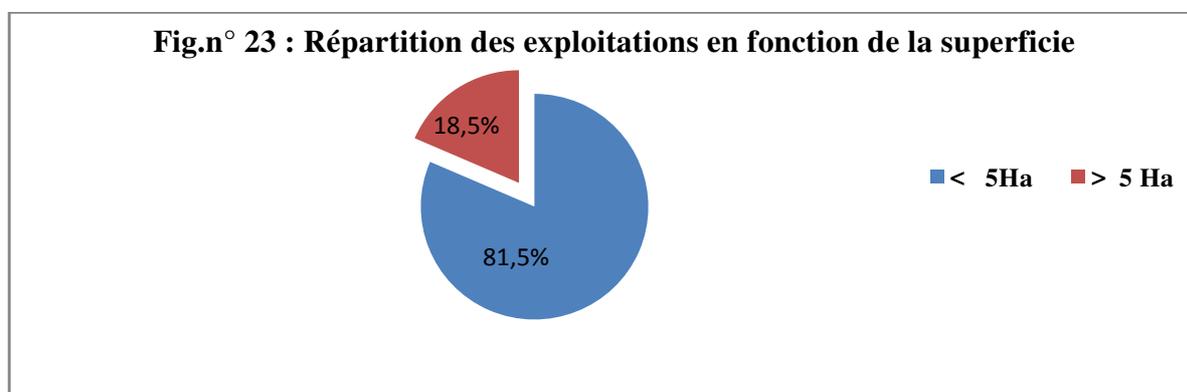
Le développement de l'oléiculture dans la zone de M'Chedallah a touché le segment de la transformation par la modernisation des unités de transformation grâce à l'aide de l'Etat dans le cadre des différents programmes de développement de l'agriculture.

Malgré tous ces atouts la filière oléicole est confrontée à de nombreux problèmes qui freinent son développement.

4.1 Les contraintes au Développement de la filière

a) *Le morcellement des exploitations :*

Le tissu de production oléicole de la région est caractérisé par la dominance des petites exploitations avec des superficies inférieures à 5Ha soit 81,5 % des exploitations oléicoles enquêtées, qui bloque l'accès aux crédits et freine l'investissement.



Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

b) Nature juridique :

La majorité des terrains en question surtout en zone de montagne sont en indivision. L'olivier est propriété de plusieurs ayant droits (en cas d'héritage). On rencontre aussi une autre forme de propriété où le propriétaire de la terre n'est pas le même que celui des oliviers (AVANDOUCHE en Kabyle) ce qui rend difficile l'entretien des oliviers.

c) Difficultés liées à l'accès aux terrains

L'enclavement des terrains et le relief accidenté (zone de montagne) rend l'accès difficile aux exploitations.

d) Vieillesse du verger oléicole : Nous avons à faire ici à des exploitations de rente avec des vieux vergers oléicoles qui datent d'un siècle et mal entretenues d'où la taille de rajeunissement qui est rarement effectuée.

e) Matériel végétal peu productif : La variété dominante dans la région est « Chemlal » connue par la production de l'huile de qualité mais peut être autostérile par l'absence du pollen d'où elle est toujours associée à d'autres variétés qui assurent la pollinisation tel que « AZARAGE ».

f) L'entretien du verger : dans la zone de montagne les labours sont déconseillés mais la confection des cuvettes est une nécessité. La fertilisation est rarement pratiquée par les oléiculteurs. Les vergers oléicoles de la région sont confrontés à des attaques de parasites et ravageurs tel que le *Dacus* qui a causé des dégâts quantitatifs et qualitatifs au cours de la campagne 2013-2014 avec une perte de plus de 50% de la production et aucun traitement phytosanitaire n'a été utilisé.

g) Techniques de récolte :

✓ **Période optimale de récolte des olives destinées à la trituration**

L'époque de récolte est liée directement au degré de maturité des olives. Au fur et à mesure de sa maturité, l'olive passe par les trois stades de pigmentation suivants : vert, semi-noir, noir. La meilleure période de récolte c'est le stade semi-noir, mais dans la région 85% des oléiculteurs enquêtés font la récolte au stade noir ce qui change les caractéristiques organoleptiques de l'huile obtenue.



Vert Semi-noir Noir

✓ **La cueillette**

Le gaulage nuit considérablement à la qualité de l'huile d'olive. Cela est essentiellement dû aux lésions que provoque la chute des fruits ou la gaule utilisée. En effet, ces lésions facilitent la pénétration et le développement des micro-organismes, ce qui conduit à une dégradation de la qualité, qui se traduit par une augmentation de l'acidité du fruit dont le profil du goût et de l'arôme change.

Par ailleurs, le gaulage contribue à la réduction du potentiel productif par la cassure des jeunes repousses et accentue le phénomène de l'alternance.



10% de notre échantillon utilisent le bateau pour la récolte des olives.

h) Transport des olives

Le transport des olives dans des sacs en jute est peu rationnel, car cette modalité provoque inévitablement des lésions aux drupes, surtout si elles sont très mûres, pouvant induire le déclenchement de processus biologiques d'altération de la qualité de l'huile.



i) Stockage des olives avant transformation

Les oléiculteurs tardent la durée de stockage des olives 55% de notre échantillon enquêté les stockent de 10 à 20 jours, 30% plus de 20 jours et 15% de 5 à 10 jours.

Il est recommandé de réduire au maximum le temps entre la récolte et la transformation, qui doit être la plus courte possible. Un stockage long et inadéquat fera apparaître des défauts comme : le chômé, le moisi humide et même le rance. L'acidité libre sera aussi élevée à cause de l'hydrolyse des triglycérides.

Un stockage long et inadéquat fera apparaître des défauts comme : le chômé, le moisi humide et même le rance. L'acidité libre sera aussi élevée à cause de l'hydrolyse des triglycérides.

Fig. n° 24: La durée de stockage des olives avant transformation



Source : établi par nous-mêmes à partir des résultats de l'enquête (2013).

j) Eloignement des exploitations oléicoles par rapport aux huileries

L'enclavement des terrains oléicoles dans la zone de montagne à accès difficile et le manque d'infrastructures routières constituent le problème majeur pour le développement de la filière

dans cette zone. En plus de la période hivernale et la chute de neige qui entraîne une perte de la production.

k) Trituration des olives :

- ✓ *La propreté du moulin* est importante. Il est évident que toutes les parties en contact avec les olives, meules, malaxeurs, centrifugeuse, etc..., qui ne seraient pas nettoyées provoqueront le rancissement des huiles produites. Au cours de notre enquête nous avons remarqué que les meules dans les huileries semi-automatiques ne sont pas bien nettoyées cela peut être expliqué par le manque de la main d'œuvre et son coût élevé.
- ✓ *Les systèmes modernes de malaxage par broyeurs à marteaux* risquent d'échauffer l'huile s'ils ne sont pas maîtrisés alors qu'une température supérieure à 28 C° provoque l'altération de la qualité de l'huile en détruisant les composés phénoliques. Les températures rencontrées dépassent 40°C au niveau de la totalité des huileries modernes enquêtées.
 - ✓ *Les broyages trop violents* favorisent l'émulsion de l'huile, et l'eau emprisonnée dans l'émulsion va altérer le goût et accélérer la détérioration de la qualité.



l) Le stockage de l'huile et sa commercialisation :

Le stockage de l'huile d'olive se fait dans des emballages inappropriés (cuves en métal, bouteilles en plastique pour la vente en détail) donc l'huile stockée peut :

- S'altérer au contact des matériaux non appropriés comme le métal.
- S'altérer au contact prolongé avec les impuretés (margines, dépôts...)
- S'altérer par oxydation au contact de l'air et de la lumière.
- La majorité de la production est destinée pour l'autoconsommation. Le circuit de commercialisation de l'huile reste informel.



m) Organisation des acteurs

La coordination entre les acteurs de la filière reste déficitaire, c'est l'un des problèmes majeurs qui freinent le développement de la filière dans la région. La faiblesse de l'intégration verticale dans cette filière s'explique par l'absence des associations et des coopératives qui défendent les intérêts des producteurs et des transformateurs.

La collecte des olives est inexistante. A noter que qu'il n'y a pas d'intermédiaires entre les producteurs et les transformateurs.

Aucun contrat n'a été signé entre les oléiculteurs et les oléifacteurs pour assurer la traçabilité et la qualité des olives.

Suite à l'échec des expériences passées et le manque de sensibilisation, les acteurs ne sont pas motivés par la création des associations et coopératives oléicoles.

n) Recherche développement et vulgarisation

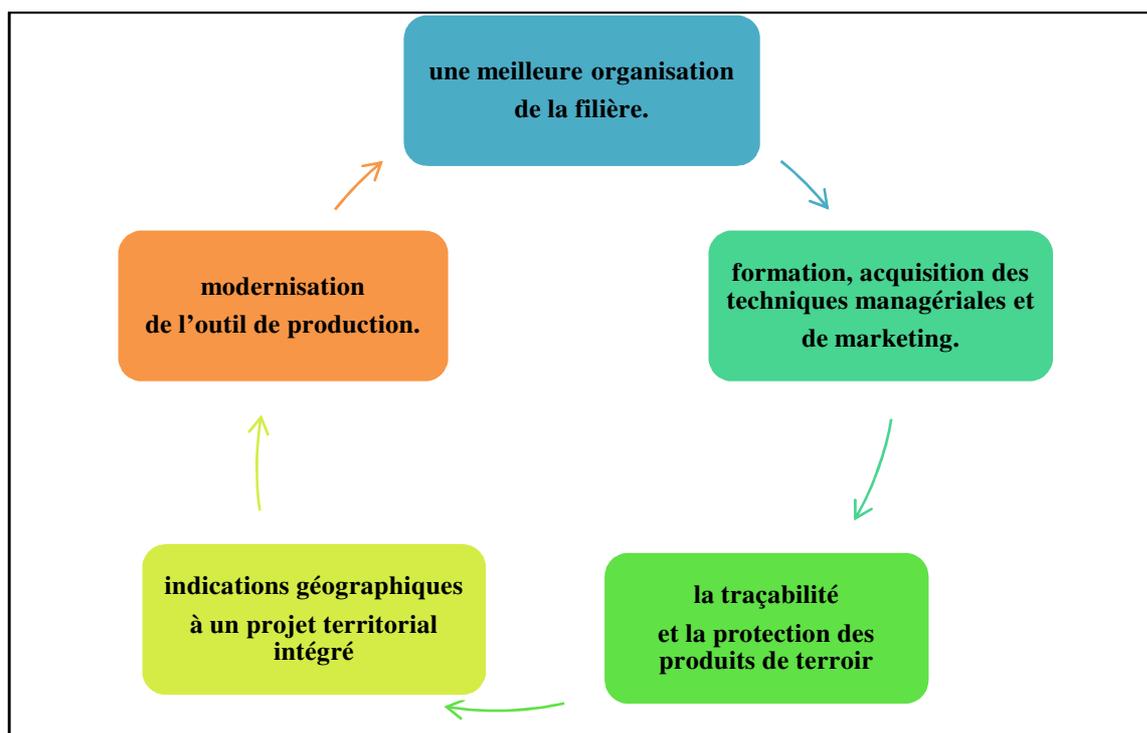
- Les nombreux travaux de recherche effectués dans la région sur l'oléiculture n'ont pas contribué au développement de la filière car ces résultats sont restés au niveau des bibliothèques des écoles et des universités. Il n'y a pas des partenariats entre les instituts de formation et les professionnels.

-Les actions de vulgarisation sur les thématiques concernant l'oléiculture restent limitées à quelques journées organisées par la DSA au niveau de la chambre d'agriculture qui est très éloigné par rapport à la région où le nombre des agriculteurs se manifestant pour assister à ces journées reste très limité. Le programme de vulgarisation ne suit pas les besoins d'organisation et de développement de la filière ; c'est les mêmes sujets qui se répètent chaque année. Les institutions agricoles (DSA et la chambre d'agriculture) n'ont jamais proposé des thèmes sur la gestion de la labellisation et de la qualité. Le programme de vulgarisation doit se baser sur des thématiques du développement de l'image de marque de l'huile et promotion de labels et d'AOP, mise en place d'une réglementation stricte de la qualité sur le marché national et développement de la certification et de la traçabilité qui sont la base pour assurer un développement durable de la filière dans la région.

4.2 Le processus de reconnaissance d'AOP de l'huile d'olive et proposition d'un modèle alternatif et territorial

La proposition d'un modèle alternatif et territorial en cinq étapes-objectifs pour la reconnaissance d'AOP de l'huile d'olive est inspirée dans l'article Hadjou L. et al (2013) sur la labellisation des huiles d'olive algériennes: contraintes et opportunités du processus.

Fig. n°25: Le processus de reconnaissance d'AOP de l'huile d'olive et proposition d'un modèle alternatif et territorial en cinq étapes-objectifs



a. Le premier objectif, qui doit être recherché par le processus de reconnaissance d'AOP est l'opportunité de modernisation de l'outil de production. Cette modernisation est absolument nécessaire à la fois pour améliorer la qualité à travers des conditions de récolte, de transformation et de conditionnement plus conformes aux normes internationales.

Au niveau des exploitations, un suivi rigoureux et régulier des techniques de taille, de labour, de traitement biologique et d'irrigation sont nécessaires. Par ailleurs, un effort doit être consenti pour réduire le morcellement des terres, améliorer les dessertes dans les zones peu accessibles, récupérer les exploitations à l'abandon, renouveler le verger dans le respect des critères de densité et de régularité.

Par ailleurs, l'acquisition d'un matériel moderne ne garantit pas la qualité de la transformation. Dans la majorité des cas, les employés souffrent d'un déficit de maîtrise des

techniques de trituration. La formation est donc un corollaire absolu à prendre en compte, encore faut-il maîtriser le processus de conditionnement.

b. Le deuxième objectif doit viser une meilleure organisation de la filière.

L'organisation des principaux acteurs (oléiculteurs, transformateurs, conditionneurs et distributeurs) dans le cadre d'organisations professionnelles, régies par les mêmes principes de performance et de compétitivité que les entreprises, est une condition pour la réussite des indications géographiques.

Les acteurs gardent par ailleurs, un mauvais souvenir de l'organisation collective des anciennes coopératives publiques. L'Etat, les collectivités territoriales et surtout les agents médias (chambre d'agriculture, instituts de l'olivier, université...etc.) doivent s'impliquer pour faciliter le dialogue et promouvoir les avantages potentiels des organisations agricoles.

c. Le troisième objectif s'articule autour du triptyque, formation, acquisition des techniques managériales et de marketing.

La maîtrise des techniques de commercialisation montre le développement et la notoriété des AOP. La formation à ces techniques permet non seulement la préservation la qualité du produit, mais elle est considérée comme le meilleur moyen pour séduire les consommateurs. Les professionnels doivent aider les oléiculteurs à construire une véritable stratégie de marché.

d. Le quatrième objectif visera à améliorer la traçabilité et la protection du produit du terroir.

La traçabilité est une condition indispensable pour attirer et fidéliser les consommateurs. A court terme, la certification des huiles d'olive devra être envisagée comme un outil de protection des savoir-faire et du patrimoine des communautés locales, contre toute usurpation d'identité. Ce lien entre produit, culture et environnement est nécessaire pour répondre au besoin des consommateurs intéressés par les indications géographiques.

e. Le dernier objectif doit associer les indications géographiques à un projet territorial et dans la perspective de développement du marché local et international.

Les démarches d'IG pour l'huile d'olive affichent pour objectif principal d'assurer les besoins locaux et permettant de pénétrer les marchés étrangers.

4.3 Possibilité de mise en place d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP)

Dans notre monde moderne rempli de grandes turbulences et de complexité, les producteurs de l'huile d'olive de la région éprouvent de plus en plus des difficultés à identifier et à définir la bonne stratégie pour assurer leurs rentabilités.

Les acteurs de la filière doivent analyser et d'évaluer les facteurs liés à leur organisation, afin d'être en mesure de mieux comprendre les enjeux, les risques, les forces et les faiblesses de leur milieu et ainsi déceler plus efficacement les opportunités qu'ils détiennent pour assurer le développement durable de leurs activités.

Les oléiculteurs et les oléifacteurs doivent s'inscrire dans une logique de promotion d'image de marque de l'huile d'olive de M'Chedallah pour pouvoir bénéficier d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP). Cette logique permettra aux acteurs de mettre au point les moyens nécessaires pour adapter l'ensemble de ses potentialités aux nouvelles règles du marché basées sur la compétitivité.

En effet, pour les acteurs de la filière oléicole de M'Chedallah, il ne suffit pas d'agir sur l'aspect d'image de marque du produit pour vendre plus et avoir une part de marché en exportation, mais remonter à l'origine du problème, c'est-à-dire :

- 🚩 Comment faire pour mettre en valeur la qualité de leur produit?
- 🚩 Comment agir pour protéger leur produit et bénéficier d'une AOP?

Avant de répondre à ces questions il est important de définir le concept de d'appellation d'origine.

4.3.1 Appellation d'origine

Le nom d'une région, d'un lieu déterminé, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu déterminé, ou de ce pays et dont la qualité ou les caractères sont essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.

4.3.2 Description de la démarche qualification

Du point de vue des liens entre le type d'huile et le terroir, la composition variétale des huiles est le principal facteur de typicité, néanmoins, certaines caractéristiques sensorielles qui confèrent aussi de la typicité aux huiles sont dues à la production en plaine ou en montagne. Du point de vue des liens humains, on souligne l'importance des facteurs symboliques associés à l'huile typique notamment historiques, culturels et relatifs aux paysages, qui sont très présents au sein des collectivités locales, comme c'est le cas de M'Chedallah. En revanche, les pratiques agricoles et les techniques de transformation agro-industrielle sont standardisées, mais celles-ci constituent une condition nécessaire pour aboutir à l'excellence des huiles et, par conséquent, à la qualification AOP.

Le cahier des charges de l'AOP l'huile d'olive de M'Chedallah les conditions principales suivantes pour la certification du produit :

- **Le demandeur** : La demande d'IGP doit être formulée par un groupement représentatif des acteurs locaux de la filière. Ce syndicat, est constitué de toutes personnes civiles ou morales concernées par l'huile d'olive de M'Chedallah. Il regroupe des producteurs et les transformateurs. Les acteurs locaux de la filière (le demandeur) doivent élaborer les règles à adopter (dossier) et veiller au respect de ses règles en coordination avec les régulateurs : autorités, services de l'Etat et collectivités. La demande d'IG doit être jointe d'une liste des éléments du groupement mentionné les coordonnées de chacun (adresse, téléphone, faxe, e-mail...).

Nom du produit. Lors de la réception du dossier le nom géographique est obligatoire. Dans notre cas, en allant sur l'historique du nom géographique actuellement la région s'appelle M'Chedallah, à l'époque coloniale elle porte le nom de maillot, en remontant plus loin dans l'histoire la région s'appelle Ighil Boumlil en berbère qui signifie colline blanche, en plus la variété d'olive est « Chemlal » qui « signifie blanc » alors on propose comme nom géographique du produit :

-Huile d'olive Boumlil.

-Huile d'olive de M'Chedallah.

Description du produit : La définition du produit avec l'indication de ses matières premières et ses principales caractéristiques naturelles chimiques, microbiologiques et organoleptiques. La description correspond aux caractéristiques spécifiques du produit final (qui différencient le produit par rapport aux autres), et peuvent être de nature :

- ✚ Organoleptiques (apparence, forme, couleur, saveur, texture) ;
- ✚ Physico-chimiques (dimensions, taux de matière sèche, taux de sucre, taux de composé aromatique) ;
- ✚ Microbiologiques (ferments, etc) ;

Le descriptif du produit doit amener à montrer les caractéristiques du produit permettant de le distinguer objectivement d'autres produits de même catégorie. Ces éléments conditionnent l'étendue de la protection et les contrôles sur le produit concerné. Dans cette partie, il s'agit donc de mettre en avant les spécificités du produit, mais aussi les spécificités du producteur car leur savoir-faire contribue à forger l'identité du produit.

Le descriptif du produit doit montrer : la teneur en acidité libre, exprimée en acide oléique, l'indice de peroxyde et les déférents arômes.

Aire géographique

A faire figurer dans cette partie:

Description précise de l'aire géographique de production et de transformation en argumentant avec :

- ✓ la liste des opérations devant impérativement se dérouler dans l'aire géographique considérée, ainsi que les sous zones spécialisées éventuelles qui la composent ;
- ✓ une carte géographique montrant les limites de l'aire géographique de production ;
- ✓ la liste des unités administratives concernées (communes et localités).

La délimitation de la zone géographique dépend des caractéristiques du milieu physique et humain influençant sur la qualité spécifique du produit. La zone peut donc être décrite au travers de ces facteurs locaux qui justifient le lien entre la qualité spécifique et le territoire, dans le cahier des charges ou le document accompagnant la demande de reconnaissance.

Cette rubrique doit délimiter l'aire géographique pour la demande d'IG d'une manière précise et par commune. Dans notre cas, la région de M'Chedallah est située à l'Est de la wilaya de Bouira. Elle est limitée au Nord par la wilaya de Tizi ouzou, à l'Est par la wilaya de Béjaia, au sud par la wilaya de Borj-Bou-Arredj, à l'Ouest par la Daïra de Bechloul. L'aire

géographique de M'Chedallah, objet de demande d'IG subdivise en six communes sont : M'Chedallah, Chorfa, Saharidj, Aghbalou, Ahnif et Ath Mansour. Une carte géographique doit être jointe au dossier fourni pour la demande d'IG.

Par ailleurs, les opérations de production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée doivent lister par le groupement du demandeur.

Fig. n° 26: La délimitation de l'aire géographique de M'Chedallah



La méthode de production.

Description de la méthode d'obtention du produit de qualité spécifique, ce qui revient à décrire les conditions de production/transformation depuis la production de la matière première jusqu'au moment où le produit peut bénéficier de l'AOP. Cette partie constitue le corps technique du cahier des charges.

Cette rubrique doit mettre l'accent sur les éléments qui ont une incidence sur les spécificités du produit en lien avec son mode de production particulier ou traditionnel, et qui le différencient par rapport à d'autres produits de même catégorie. Les conditions de production doivent garantir le maintien du lien du produit avec son terroir. Par exemple :

- identification de la variété : dans notre cas l'huile d'olive est de la variété « Chemlal » de la région de M'Chedallah. C'est une variété dominante en Kabylie, elle s'étend de l'Atlas et de la Mitidja jusqu'aux Bibans et le Guergour. Arbre vigoureux et productif qui produit une huile de qualité avec un rendement de 18L/Q à 24 L/Q. Cette variété est accompagnée généralement par la variété Azeradj pour améliorer la pollinisation. (Mendile M. et Sbai A., 2006).

- densité culturale : la densité de plantation est déterminée par le nombre d'oliviers par hectare.
- itinéraire technique précis, incluant la récolte et la transformation « au champ».
- méthodes de stockage, transformation et conditionnement.

Preuve de l'origine : Les éléments prouvant que le produit est originaire de l'aire géographique délimitée sont la traçabilité et les éléments justifiant le lien au terroir.

La traçabilité. Les modalités de traçabilité mises en place pour assurer le suivi du produit et ses ingrédients depuis la production de la matière première jusqu'à la mise en marché. La traçabilité utilise deux types de modalités:

- ✚ les enregistrements qui vont permettre à chaque mouvement d'enregistrer le produit, la quantité, son origine et sa destination. Ils peuvent utiliser des registres à chaque étape, tels que : cahier de culture, registre de commercialisation, etc.
- ✚ Le système technique de traçabilité qui permet de retrouver les éléments répertoriés dans les enregistrements choisis, au travers par exemple de numéro de lots, ou code-barre.

Le système de traçabilité doit aussi porter sur tous les intrants- Cette partie doit être suffisamment précise pour s'assurer qu'une traçabilité descendante et ascendante du produit est garantie (de l'amont vers l'aval de la filière et réciproquement).

Éléments justifiant le lien au terroir. Le lien au terroir se démontre au travers des facteurs du milieu physique et humain localisés sur le territoire et qui influencent la qualité spécifique du produit et au travers de la dimension historique de ce lien.

Les facteurs du milieu physique peuvent être :

- ✓ des caractéristiques du milieu influençant les techniques et usages ou conférant à la matière première des caractéristiques particulières,
- ✓ type de sol,
- ✓ géographie de la zone (reliefs, pentes, ...)
- ✓ climat, micro-climat,
- ✓ végétation et paysages,

Les facteurs humains et historiques se démontrent en fournissant des références historiques, et des informations liées au savoir-faire, au patrimoine culturel qui permet de situer le projet dans sa dimension traditionnelle et de documenter sa réputation. Ces éléments et pièces justificatives permettant d'apprécier :

- ✓ l'antériorité de l'usage de ce nom pour ce type de produit,
- ✓ l'usage actuel qui est fait de ce nom,
- ✓ la notoriété passée du produit,
- ✓ les usages du produit, de consommation et de valorisation en détaillant l'organisation sociale de la filière (les différents métiers) et du territoire (qui valorise le produit).

Système de garantie : plan et organisme de contrôle. Lors de l'élaboration du cahier des charges, il est nécessaire de prendre en considération le plan de contrôle qui permettra d'assurer la conformité des pratiques des producteurs avec le cahier des charges et ainsi d'offrir une garantie aux consommateurs et des conditions de concurrence loyales entre producteurs.

Le plan de contrôle est un document qui spécifie la manière dont les exigences stipulées dans le cahier des charges doivent être vérifiées. A chaque exigence sont associés un indicateur et des moyens de contrôle.

Le demandeur doit considérer les contrôles internes (autocontrôles que chaque producteurs'engage à faire, en particulier au travers des enregistrements de ses pratiques, et contrôles effectués par l'organisation des producteurs) et contrôle externe, par l'organisme de certification et contrôle identifié pour le produit.

L'Étiquetage. Les mentions obligatoires prévues par la réglementation relative à l'étiquetage et à la présentation des denrées alimentaires, l'étiquetage des huiles bénéficiant de l'appellation d'origine contrôlée comporte les indications suivantes :

- ✚ le nom de l'appellation
- ✚ la mention, immédiatement après le nom de l'appellation en caractères de dimensions au moins égale à la moitié des caractères du nom de l'appellation,
- ✚ le logo « AOP »

Le schéma suivant résume la procédure pour le demandeur de reconnaissance d'IG

a- Réunion de toutes les pièces et réflexion

Le demandeur doit se tourner vers les institutions (DSA et chambre d'agriculture de la wilaya) pour obtenir les informations et pièces nécessaires, ainsi qu'un appui pour l'élaboration du dossier de demande.

b- Rédaction du cahier des charges

Le cahier des charges et le dossier associé permettant de justifier le lien au terroir et la délimitation de l'aire sont préparés et discutés avec tous les acteurs concernés, en particulier au sein de la filière. Le demandeur est désigné (il est recommandé de constituer un groupement qui sera le représentant des producteurs auprès de l'administration pour déposer la demande).

c- Dépôt du dossier de demande de reconnaissance

La demande de reconnaissance est déposée à « l'autorité compétente », à savoir les services agricoles de la wilaya ou la chambre d'agriculture.

d-Instruction du dossier par l'Autorité compétente et la commission technique consultative

La demande est soumise à une commission technique consultative des appellations d'origine contrôlée et des indications qui est chargée de procéder à la vérification de la conformité des informations contenues dans le cahier des charges et à l'application de toutes les conditions propres à l'appellation d'origine.

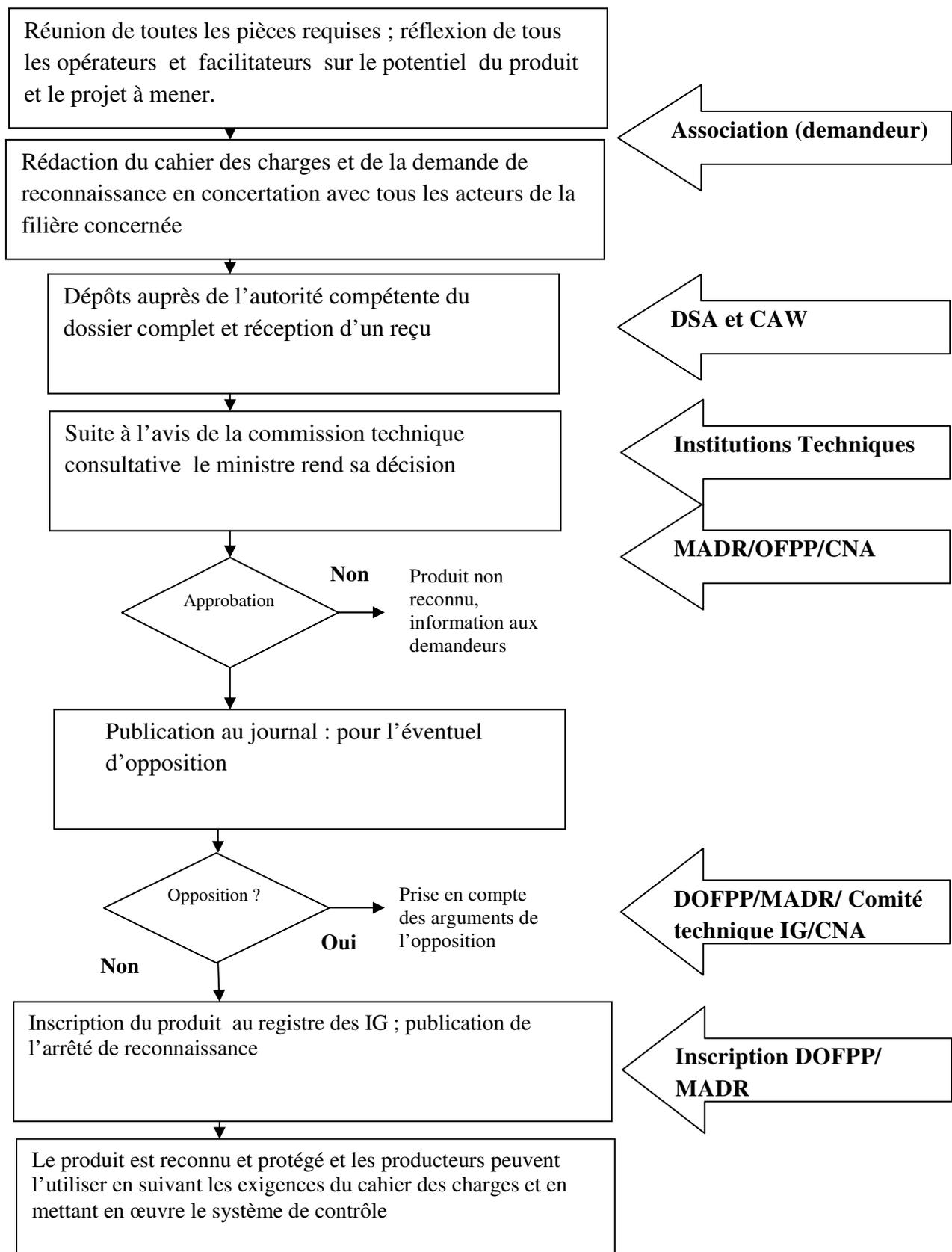
e- Consultation publique

Si l'avis de la commission technique consultative conclut à la reconnaissance d'IG, le ministre de l'agriculture organise une consultation publique et publie à cet effet la demande de reconnaissance au journal officiel. Cette publication ouvre un délai d'opposition. Si personne ne s'oppose valablement à la demande qui est déposée, la reconnaissance du d'IG est considérée comme acceptée.

f- Enregistrement et publication

Lorsque la demande de reconnaissance d'une appellation d'origine a fait l'objet d'un avis favorable de la commission consultative et qu'elle n'a pas fait l'objet d'une opposition, jugée justifiée, le ministre de l'agriculture ordonne son enregistrement au registre officiel des appellations d'origine.

Fig. n°27: Les étapes de la procédure de reconnaissance d'IG



Conclusion

L'analyse de la filière oléicole au niveau de la région de M'Chedallah a permis de mettre en exergue les problèmes qui handicapent le développement de cette activité.

Néanmoins, l'ensemble des caractéristiques pédoclimatiques de la région, associé à la variété permettent d'obtenir une olive particulière. A cette particularité, s'ajoute le savoir-faire ancestral des hommes et des femmes en matière de culture, récolte et l'extraction d'huile. La combinaison de l'ensemble de ces facteurs définit les caractéristiques de l'huile d'olive de M'Chedallah.

Afin de valoriser l'huile d'olive de la région, les différents acteurs doivent s'engager dans une réflexion sur la mise en place d'une démarche de protection de leur produit. La demande de la mise en place d'une appellation d'origine protégée (AOP), seule capable de protéger l'origine de l'olivier et de l'huile d'olive en attestant sa spécificité. Les acteurs locaux sont sensés de démarrer les négociations permettant de définir le contenu du cahier de charge.

Conclusion générale

La promotion de produits présentant certaines caractéristiques peut devenir un atout important pour le monde rural, notamment dans les zones défavorisées ou éloignées, en assurant, d'une part, l'amélioration du revenu des agriculteurs et, d'autre part, la fixation de la population rurale dans ces zones.

À l'instar des produits de terroir dont dispose l'Algérie, l'huile d'olive avec ses qualités indéniables aussi multiples que variées éprouve d'énormes difficultés pour se faire une place sur le marché international. En effet, la concurrence exercée par les pays du pourtour nord-méditerranéen tend à rehausser constamment les niveaux qualitatifs que notre pays peine à atteindre malgré la mise en œuvre de différents programmes de développement au profit de la filière oléicole.

Cependant, l'huile d'olive et les autres produits du terroir peinent même à bénéficier d'une labellisation, afin de protéger et valoriser le produit algérien qui a pourtant confirmé sa qualité parmi les concurrents qui se partagent le marché. Les différents programmes de relance ou d'encouragement ont vite prouvé leurs limites et inadéquation. Force est de reconnaître « une lenteur » des procédures de normalisation en Algérie, et la nécessité d'opter pour des méthodes plus rapides et plus efficaces à l'image de celles utilisées dans des pays comme l'Inde et le Brésil.

Notre étude a abordé la question de la valorisation d'un produit du terroir qui est l'huile d'olive de la région de M'Chedallah.

Notre travail d'analyse s'est basé essentiellement sur deux segments. Dans un premier temps, nous avons effectué un diagnostic de la filière oléicole dans notre territoire à travers la détermination du coût de revient au niveau de l'exploitation et des unités de transformation ainsi que la détermination des forces et des faiblesses concernant les conditions de production de l'huile de qualité. La deuxième partie de notre analyse est basée sur une démarche explicative et descriptive destinée à faire l'état des lieux du potentiel existant à promouvoir, des potentialités de savoir-faire, de l'histoire et du lien entre les acteurs, le produit et le terroir à travers l'approche du cercle vertueux de qualité (CVQ).

Dans le cadre de notre étude dans la région de M'Chedallah concernant la filière oléicole, nous avons constaté que les rendements sont élevés et le coût de production faible dans la

zone de montagne (Aghbalou et Saharidj) par rapport à la plaine. La valorisation de l'huile est donc très favorable dans cette zone montagnaise enclavée et défavorisée.

La filière oléicole dans la région de M'Chedallah accuse un retard important en terme de productivité et de qualité. Ce retard nécessite sa modernisation et son développement à travers l'amélioration de processus de production de l'huile d'olive dans toutes des étapes (choix des lieux de plantation, les conditions de récolte des olives, de stockage, de transport, de trituration, de stockage de produit fini, d'analyse labo, d'embouteillage). Ces améliorations vont intervenir pour relever la qualité, réduire l'acidité (seule l'huile extra-vierge est acceptée par les opérateurs étrangers dont l'acidité est $< 0,8$) et une augmentation la productivité afin d'assurer les besoins locaux et permettre à l'huile de M'Chedallah de pénétrer les marchés étrangers.

L'Algérie dispose d'un véritable potentiel de produits du terroir (huile d'olive, les dattes, le raisin, le miel, les figues sèches...etc.), connu au niveau national et très apprécié par les consommateurs. Leur promotion nécessite la facilitation, l'accélération du processus de valorisation et l'application de tous les textes réglementaires qui restent toujours des « écrits sur papiers ». Sans une valorisation et une labellisation, le produit du terroir risque de perdre de sa valeur et même de disparaître suite à une disparition d'un savoir-faire local. Un produit du terroir a un avenir important, mais il faut qu'on le travaille pour qu'il puisse répondre aux standards internationaux lui permettant de dépasser les frontières.

La dualité des systèmes de production, la faiblesse des rendements et les caractéristiques propres des exploitations oléicoles (petites tailles, zones de montagne, morcellement, etc.) incitent à des regroupements de producteurs pour une prise en charge d'une démarche d'indication géographique, ce qui permet une meilleure valorisation de l'huile d'olive de M'Chedallah et la positionner sur une niche de produits de terroir.

Notre travail de recherche nécessiterait une investigation plus approfondie, à travers notamment des enquêtes de terrain plus systématiques pour identifier les possibilités auprès des acteurs locaux (producteurs et transformateur) afin de mesurer le degré d'adhésion des acteurs et d'identifier leurs relations avec le produit et le terroir.

Références bibliographiques

1. **Ait Kadi M. et Brulhet J., (2010).** « Terroirs et origine : leçons d'une lecture croisée des expériences du Maroc et de la France pour une méditerranée durable ».
2. **Amsallem I., Rolland E., (2009).** « Indications géographiques : qualité des produits, environnement et cultures.in: Savoir communs »n°9 .AFD, FFEM. 99 p.
3. **Arhel P., (2009).** « Travaux de l'organisation mondiale du commerce visant à étendre et à faciliter la protection des indications géographiques ».in :Ilbert H ., Tekelioglu Y., Tozanli S (coord). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.Options méditerranéennes* »,A n°89.p. 135-146.
4. **Berard L., (2005).** « La valorisation : Privilégier lieux et patrimoine ».In: Bérard L., Cegarra M.,Djaina Louafi S., Marchenay P., Roussel B., Verdeaux F.(dir) « Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France” , Cirad, Iddri,lfb,Jura,p. 169-176.
5. **Berard L.,Marchenay P., (2009).**« Lieux, cultures et diversité: un regard anthropologique sue les productions localisées. »In : Ilbert H.,Tekelioglu Y ., Tozanli S.(coord.).« *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.*»Optionsméditerranéennes ,A n°89.p.31-38.
6. **Boukkela M., (1992).** Politique, marches internationaux et dépendance : la filière des huiles végétales en Algérie (1962-1988). Thèse de Doctorat en sciences économiques, Université Lumière Lyon II, p 204.
7. **Casabianca F., Sylvander B., Noel Y., Beranger C., Coulon J.B., Roncin F., (2005).** « Terroir et typicité : deux concepts clés des appellations d'origine contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. Symposium international, « Territoires et enjeux du développement régional », Lyon,9-11 mars.
8. **Chibane M.,(2012).** «Possibilités d'exportation de l'huile d'olive vierge. Cas de M'Chedallah (wilaya de Bouira) », mémoire d'ingénieur en économie rurale, ENSA d' ELHARRACH, pages 52,59 et 61.

9. **Courvoisier O., Kebir L., (2004).** « Dynamiques des ressources et milieux innovateurs. In : Camagni R., Maillat D., Matteaccioli A. (eds). *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*. Neuchâtel (Suisse) » : EDES. p. 261-290.
10. **Djebkoub M., (2013).** « Valorisation des produits agricoles de terroir, cas de l'huile d'olive de la région de M'Chedallah wilaya de Bouira », mémoire de Master en économie agricole et rurale, ENSA, El-Harrach, Alger.
11. **Douzane M., (2002).** « Caractérisation biochimique des huiles de quelques variétés populations d'olive locales. Thèse. Magister en sciences agronomiques. INA. Harrach. Alger.
12. **FAO, (2009).** « Territoires, produits et acteurs locaux: des liens de qualité: Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables ».
13. **Fort F., Rastoin L., (2005).** Marchés, choix du consommateur et stratégies d'entreprises : le modèle européen In : Ilbert H. (coord). *Produits de terroir méditerranéen: condition d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance (PTM : CEE et MG). Rapport final*. Marseille : FEMISE .Montpellier : CIHEAM-IAM. p.39-64
14. **Fort F., Rastoin L., (2009).** « Marchés agroalimentaires, choix du consommateur et stratégies d'entreprises fondées sur le territoire : le modèle européen des indications géographiques ». In : Ilbert H., Tekelioglu Y ., Tozanli S. (coord). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » Options méditerranéennes, A n°89.p.93-120.
15. **Geuze M., (2009).** « Indications géographiques : moyens actuels de protection et cadre juridique international ». in : Ilbert H., Tekelioglu Y., Tozanli S. (coord). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » Options méditerranéennes, A n°89.p.147-168.
16. **Hadjou L., Lamani O., Chehat F., (2013).** « Labellisation des huiles d'olive algériennes: contraintes et opportunités du processus? », new medit, N.2.
17. **Ilbert H., Petit M., (2005).** « Politique internationales : conflits, marques et Indications Géographiques à l'OMC », In : Ilbert H. (coord). « *Produits du terroir méditerranéen : conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance*

(PTM :CEE et MG).Rapport final. Marseille : FEMISE .Montpellier : CIHEAM-IAM.p.17-38.

18. **Ilbert H., (2005).**« *Produits du terroir méditerranéen: conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance (PTM :CEE et MG).Rapport final.* Marseille : FEMISE .Montpellier : CIHEAM-IAM.p.1-6.
19. **Ilbert H., (2009).** « Le marquage des terroirs par les indications géographiques : politiques internationales et stratégies nationales en Méditerranée ».in : Ilbert H., Tekelioglu Y ., Tozanli S.(coord).« *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.*»Options méditerranéennes, A n°89.p.121-134.
20. **Ilbert H., Tekelioglu Y ., Tozanli S., (2009).** « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » Options méditerranéennes, A n°89.p.67-72.
21. **Kalinda F., (2010).**« La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement ». Thèse de doctorat. Université De Straspourg .Faculté de droit. De sciences politiques et de gestion.450p.
22. **Lahlah, N. (2002).**La production de l'huile d'olive en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia. Thèse d'ingénieur en économie rurale, INA d'ELHARRACH, p 96.
23. **LalagueL.,(2009).**«Echelon politique et coordination d'une politique de reconnaissance des indications géographiques ».In : Ilbert H., Tekelioglu Y ., Tozanli S.(coord). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » Options méditerranéennes, A n°89.p.89-92.
24. **Lambin J.J ; Champitaz R., (2002) .** « Management stratégique et opérationnel : du marché à l'orientation marché », ed. Dunod, 2002, P.09.
25. **Legrand S.,Bourgeois M., Blanc K., Guerra J., (2010).**« Le pillage des terroirs : ses différentes formes, pistes de réflexion pour les enrayer ».Thèse de Mastère en Marketing Management : Intelligence Economique. ESSEC. Paris. 49p.
26. **Matet et Ceneap. (2009).**« Etude relative à la délimitation et à la caractérisation des zones de montagne et des massifs montagneux du Djurdjura », page22.
27. **edjras, N. (2006).**Impacte prévisible de l'intégration de l'Algérie dans la zone de libre-échange UP/Pays tiers méditerranéens sur la filière huile d'olive, Mémoire de magister en développement rural, INA, ELHARRACH, Alger, page 69.

- 28. Mendile M. et SbaïA. (2006).** L'olivier en Algérie, Aperçu sur le patrimoine génétique autochtone. ITAFV. Tassala elmadja. Birtouta. Alger.
- 29. Mokrani A., Sai M.et Dahibi B. (2011).** « Compétitivité des exportations Tunisiennes d'huile d'olive face à la nouvelle concurrence sur la marché mondial : Analyse par l'approche Shift-Share ». New Medit, Vol.X-n.4.
- 30. Rastoin L., (2009).**« Créer un label méditerranéen : pour les produits agroalimentaires d'origines : quelques justifications théoriques et empiriques ». in :Ilbert H., Tekelioglu Y ., Tozanli S.(coord).« *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.*»Options méditerranéennes, A n°89.p.19-30.
- 31. Revendy, M. et Court, H. (1961).**« Cours de comptabilité analytique d'exploitation», tome1, Paris. Page 9. (Sur internet).
- 32. Sahli Z., (2005).** Etude de cas Algérie. In : Ilbert H.(coord).« *Produits du terroir méditerranéen: conditions d'émergence, d'efficacité et mode de gouvernance (PTM :CEE et MG).Rapport final.* Marseille : FEMISE .Montpellier : CIHEAM-IAM. p.107-144.
- 33. Sahli Z., (2009).**« Produits de terroir et développement local en Algérie : cas des zones rurales de montagnes et de piémonts ».in : Ilbert H., Tekelioglu Y ., Tozanli S.(coord).« *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.*»Options méditerranéennes, A n°89.p.305-327.
- 34. Sahli, Z. (2009).**« Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens. » Options méditerranéennes, A n°89, page 317.
- 35. Sylvander B, Allaire G., Bellettig G, Marescotti A., Thevenod-mottet E., Barjolle D., Tregear A., (2005).** « Politiques publiques, réseaux d'acteurs, dynamiques territoriales et régionales : Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC. » in : justifications générales et contextes nationaux, Symposium international à Lyon du 9 au 11 mars 2005. INRA. 21 p.

36. Taleb, L (2011). Etude des performances techno-économique et financière de la filière oléicole dans la commune de Tazmalt wilaya de Béjaia. Thèse d'ingénieur en économie rurale, ENSA d'EL-HARRACH, p 71 et 72.

37. Vandecandelaere E., (2009). Les différents échelons des politiques, et leur coordination pour la préservation/valorisation des produits de qualité liée à l'origine ». in : Ilbert H., Tekelioglu Y., Tozanli S. (coord). « *Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens.* » Options méditerranéennes, A n°89. p.169-178.

AUTRES :

- ❖ Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et de leur enregistrement international : du 31 octobre 1958, révisé à Stockholm le 14 juillet 1967, et modifié le 28 septembre 1979. « Règlement d'exécution de l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international : texte en vigueur le 1^{er} janvier 2010 ». « Règlement intérieur du comité technique des IG des produits agricoles ».
- ❖ **ATLAS DE CENEAP, (2006).** Carte administrative de la wilaya de Bouira et ces communes..
- ❖ **COI, (2013).** Conseil Oléicole International. Olivae Ed. France, Février n°117.
- ❖ **DIRECTION DES SERVICES AGRICOLES DE LA WILAYA DE BOUIRA, (2013).** Statistiques sur le secteur agricole de la wilaya de Bouira.
- ❖ **ITAFV, (2006).** Analyse de la filière oléicole.
- ❖ **JOURNAL OFFICIEL, (1970).** Ordonnance n°70/55.
- ❖ **JOURNAL OFFICIEL, (1976).** Ordonnance n°76/65.
- ❖ **JOURNAL OFFICIEL, (1986).** Ordonnance n°74/69
- ❖ **JOURNAL OFFICIEL, (2013).** décret n° 13/260
- ❖ **MADR, (2000).** PNDAR, dispositif de soutien par le FNRDA. Document de ministère de l'agriculture.
- ❖ **MADR, (2013).** Statistiques agricoles (Séries statistiques B)
- ❖ **Magazine de Forum FILAHA sur l'oléiculture, 2010.**
- ❖ **ONM, (2012).** Données météorologique de la wilaya de Bouira, 2012..
- ❖ **SUBDIVISION AGRICOLE D'AHNIF, (2013).** Statistiques agricoles.
- ❖ **SUBDIVISION AGRICOLE DE M'CHEDALLAH, (2013).** Statistiques agricoles.
- ❖ **UNION EUROPEEN, (2012).** Journal Officiel de l'Union Européenne (2012/C321/09).

Résumé

Le passage de l'Algérie à l'économie de marché exige une transformation de l'environnement économique dans son ensemble. Cependant des segments de marché sont ouverts tels que quelques produits du terroir algérien à condition de les valoriser et de les faire mieux connaître.

Notre étude a entamé la question de valorisation d'un produit du terroir qui est l'huile d'olive de la région de M'Chedallah. Notre travail d'analyse est basé essentiellement sur deux segments : dans un premier temps, nous avons effectué un diagnostic de la filière oléicole dans notre territoire à travers la détermination du coût de revient au niveau de 200 exploitations et de 35 unités de transformation ainsi la détermination des forces et des faiblesses concernant les conditions de production de l'huile de qualité. La deuxième partie de notre analyse est basée sur une démarche explicative et descriptive destinée à faire l'état des lieux du potentiel existant à promouvoir, des potentialités de savoir faire, de l'histoire et de lien entre les acteurs et le produit et le terroir à travers l'approche du cercle vertueux de qualité (CVQ).

Nous avons abouti au terme de notre travail, de mettre en place des recommandations portant sur l'organisation de la filière oléicole dans la région et le processus de mise en place d'une démarche de valorisation par le biais d'une IG ou AOP.

Mots clé : produits du terroir, valorisation, l'huile d'olive, région de M'Chedallah, cercle vertueux de qualité, Algérie, l'économie de marché.

Summary:

The passage of Algeria to the market economy requires a transformation of the economic environment. However market segments are opened as some products Algerian soil provided the value and makes them better known.

Our study has begun the issue of valorization of a regional product that is olive oil of region of M'Chedallah. Our analytical work is based on two segments: in the first time, we made a diagnosis of the olive oil sector in our territory us to identify the cost at 200 farms and 35 oil mills and determining the strengths and weaknesses concerning the conditions of production of high quality oil . The second part of our analysis is based on an explanatory and descriptive approach intended to make an inventory of existing potential to promote the potential of knowledge, history and relationship between the actors and the product and the soil through the approach of the quality circle (CVQ).

As a conclusion of our work, we arrived to develop some recommendations on the organization of the olive oil sector in the region and the process of setting up a process of recovery by the bay of a GI or AO.

Key words: Regional products, valorization, olive oil, region of M'Chedallah, the quality circle, Algeria, the market economy.

المخلص

إن مرور الجزائر إلى اقتصاد السوق يفرض تحول عام في المحيط الاقتصادي. حيث أنتم فتح قطاعات السوق لبعض المنتجات بشرط ترقيةها وجعلها معروفة أكثر.

الفصل الذي قمنا به يتضمن تقييم المنتج المحلي وهو زيت الزيتون لمنطقة امشدة. ينقسم عملنا إلى جزأين: الجزء الأول يتمثل في تشخيص قطاع زيت الزيتون في المنطقة وذلك بتحديد تكلفة الإنتاج في 200 المزرعة و 35 معصرة الزيتون تحديد نقاط القوة والضعف فيما يتعلق بشروط إنتاج زيت ذات جودة عالية. الجزء الثاني يستند على تحديد عوامل ترقية زيت الزيتون وذلك بمعرفة التاريخ والعلاقة بين المنتج والإنتاج والمحيط عن طريق مبادئ إدارة الجودة (CVQ).

توصلنا من خلال عملنا بوضع بعض التوصيات التي خصت تنظيم قطاع زيت الزيتون في المنطقة، و عملية ترقية زيت الزيتون من خلال الاصل الجغرافي GI أو تسمية الاصل المحفوظة AOP.

كلمات المفتاح : المنتج المحلي , ترقية, زيت الزيتون, منطقة امشدة, دائرة الجودة (CVQ), الجزائر , اقتصاد السوق, التسويق.

