



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة الحراش - الجزائر

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE AGRONOMIQUE – EL HARRACH – ALGER

## **MEMOIRE**

*En vue de l'obtention du diplôme de Master*

Département : Economie Rurale

Spécialité : Gestion des exploitations et des entreprises

Option : Gestion des entreprises agro-alimentaires.

Thème :

Stratégies d'approvisionnement en matière première  
des entreprises de transformation d'olive de table de  
la région de Sig à (wilaya de Mascara)

Présenté par : Mr BOUDJELLALI ABASS

Soutenu le : 17 /10/2016

Devant le jury composé de :

- Président : Mr. DJEBBARA.M
- Promoteur : Mr DAOUDI. A
- Examineurs : Mme BOUCHAFAA.B

Chargé de cours classe A  
Maitre de conférences classe A  
Chargé de cours classe A

: Mme BENTERKI.N

Maître assistant classe A

Promotion : 2011– 2016

## Table de matière :

<b>Introduction générale</b> .....	8
<b>Question de recherche</b> .....	9
<b>Hypothèses</b> .....	9
Aucune entrée de table des matières n'a été trouvée.	
<b>Chapitre 1 : les stratégies d'approvisionnement d'une entreprise. (Cas d'une confiserie d'olive de table).</b>	
<b>1. La fonction d'approvisionnement d'une entreprise agro-alimentaire</b> .....	11
<b>2. Processus d'approvisionnement</b> .....	11
2.1. Analyse de l'environnement externe .....	11
2.2. Détermination des possibilités du marché.....	12
2.3. La stratégie d'approvisionnement.....	12
<b>3. Les différents modes de gouvernance des approvisionnements</b> .....	13
<b>4. Les différents types de contrat agricole</b> .....	15
4.1. Contrat de commercialisation.....	15
4.2. Contrat de commercialisation avec cahier des charges.....	15
4.3. Contrat de production assistée.....	15
4.4. Contrat de production sous contrôle.....	15
4.5. Contrat de production avec quasi-intégration type pseudo-salariat.....	15
<b>5. L'agriculture contractuelle</b> .....	16
5.1. Eléments clés et tendances de la contractualisation.....	16
5.2. L'aptitude des produits à l'agriculture contractuelle.....	16
5.3. Le type d'acheteur.....	17
5.4. Les incitations et les problèmes de l'agriculture contractuelle.....	17
5.4.1. Les incitations pour l'entreprise.....	17
5.4.2. Avantages pour les agriculteurs.....	17
5.4.3. Les problèmes potentiels pour les entreprises.....	17
5.4.4. Les problèmes pour les producteurs.....	18
<b>6. Conclusion</b> .....	19
<b>Chapitre2 : Oléiculture dans la wilaya de Mascara</b>	
<b>1. Aperçu générale de la wilaya de Mascara</b> .....	20
1.1. Limite territoriale.....	20
1.2 Le climat.....	21
1.3 L'hydrologie.....	22
<b>2. La wilaya de Mascara et la production de l'olive de table</b> .....	22
2.1. Aperçu sur le secteur agricole de la wilaya.....	22
2.1.1. L'utilisation des terres de la wilaya.....	22
2.2. L'oléiculture dans la wilaya de Mascara.....	23
2.2.1. Place de l'olivier dans l'arboriculture et la SAU de la wilaya de Mascara.....	23
2.2.2. Superficie, production et rendement.....	24
2.2.3. Description de la variété Sigoise.....	26
2.3. Conclusion.....	27
<b>3. Présentation de la zone d'étude</b> .....	27
3.1. Présentation de la zone d'étude.....	27
3.2. L'oléiculture dans la zone d'étude.....	28

3.2.1. La culture de l'olivier dans la plaine de Sig.....	28
3.2.2. Evolution de la production et des superficies dans la zone étudiée.....	29
3.2.3. La production et les rendements.....	30
3.2.4. Les confiseries de la zone d'étude.....	30
3.2.5. L'association des confiseurs des fruits et légume (A.C.F.E.L).....	31
3.3. Le marché de gros des olives fraîches et la formation des prix .....	31
3.4. Eléments de la compétitivité hors prix.....	32
3.4.1. Spécificité du marché interne et perceptions de la qualité par les consommateurs algériens.....	32
2.2. Opportunités de marché pour le produit algérien.....	32
<b>4. Conclusion</b> .....	34

### **Chapitre3 : Analyse économique de la filière oléicole dans la région de Sig**

<b>Introduction</b> .....	35
<b>1. Dépouillement analyse des résultats au niveau des confiseries oléicole</b> .....	35
1.1. Caractéristiques générales des confiseurs.....	35
1.1.1. La taille des confiseries .....	36
1.1.2. L'activité des confiseurs.....	36
1.2. La capacité de production des confiseries.....	37
1.3. L'emplacement.....	37
1.4. La conduite technique des confiseries.....	37
1.4.1. La collecte.....	37
1.4.2. La transformation.....	37
1.4.3. Le stockage.....	37
<b>2. Détermination du cout de revient et appréciation de la rentabilité au niveau des confiseries</b> .....	37
2.1. Les types des charges.....	37
2.2. Le calcul des différentes charges.....	38
2.2.1. Les charges fixes (L'amortissement).....	38
2.2.2. Les charges variables.....	39
2.2.2.1. La main d'œuvre .....	39
2.2.2.2. Les matières consommables.....	40
2.2.3. Récapitulation des charges pour chaque confiserie.....	40
2.2.4. Capacité de production propre.....	42
2.3. La structure de cout de transformation de chaque confiserie.....	42
2.4. Facteurs influençant la transformation.....	43
<b>3. Conclusion</b> .....	43

### **Chapitre 4 : Etude de cas pour la confiserie d'olive de table ORIBI KOUDA AMAR (Sig).**

<b>Introduction</b> .....	44
1. Présentation de l'organisme d'accueil.....	44
2. Les objectifs de la conserverie.....	44
3. L'organisation et la répartition des rôles.....	45
4. L'effectif de la confiserie.....	46
5. L'approvisionnement de l'entreprise Oribi Kouda Amar en matière première agricoles.....	46
6. Relation entre l'entreprise et ses fournisseurs.....	47
6.1. Les agriculteurs .....	47
6.2. Les courtiers ou les intermédiaires.....	47
6.3. Les commerçants collecteurs.....	48

7. L'approvisionnement en olive de table importée.....	48
8. Le calendrier d'approvisionnement de l'entreprise.....	48
9. Le contrôle de la matière première agricole.....	49
9.1. Définition de la matière première.....	49
9.2. Le contrôle de qualité.....	49
10. La production d'Oribi Kouda Amar.....	50
11. La clientèle.....	50
12. Conclusion.....	51

#### **Chapitre4 : étude de cas pour des confiseries de moyenne et petite taille**

<b>Introduction</b> .....	52
1. Une confiserie de taille moyenne à caractère artisanal.....	52
<b>1.1. Processus de conservation artisanal</b> .....	52
1.2. Commercialisation des produits .....	54
1.3 Typicité des préparations traditionnelles et lien avec le terroir.....	54
2. Cas d'une confiserie de taille moyenne à caractère moderne.....	55
<b>2.1. Les conditions de production de la campagne (2015/2016) pour l'exploitation oléicole d'Oggaz-agro</b> .....	55
2.2. Le processus d'approvisionnement.....	55
3. Cas de petits confiseurs occasionnels.....	56
<b>3.1. Cas d'un agriculteur transformateur d'olive</b> .....	56
3.2. Cas d'un petit transformateur.....	56
<b>4. Conclusion</b> .....	58
<b>Résumé</b> .....	59
<b>Conclusion générale et recommandations</b> .....	60
<b>Liste des abréviations</b> .....	63
<b>Liste des tableaux</b> .....	64
<b>Liste des figures</b> .....	65
<b>Références bibliographiques</b> .....	66
<b>Liste des annexes</b> .....	70

## Résumé :

Malgré l'importance du secteur oléicole à Sig, le secteur olive de table reste encore loin de l'essor escompté et demeure moins développé que le secteur huile d'olive. Dans cette perspective, la présente étude vise à mettre en évidence les difficultés et les obstacles qui empêchent l'avancement de ce secteur et à proposer des stratégies de développement et d'approvisionnement concernant les différents maillons de cette filière. Afin d'atteindre un tel objectif, une méthodologie basée essentiellement sur une approche filière et une analyse de la chaîne de valeur a été adoptée. Les résultats de l'étude montrent la dominance de l'activité informelle qui exerce une concurrence déloyale vis-à-vis des industries de transformation du secteur organisé, la fluctuation des prix et une répartition inégale des marges entre les acteurs de la filière. Cette grande différence entre la marge de départ des agriculteurs et celle finale des détaillants et le manque de coordination, dû à l'absence totale de contrats entre acteurs, indiquent la nécessité d'assurer une intégration verticale entre les quatre maillons (approvisionnement, production, transformation et commercialisation) et d'inciter les opérateurs informels à s'engager dans l'organisation du secteur.

Mots-clés : secteur olive de table, chaîne de valeur, stratégies de développement et d'approvisionnement, Sig.

## Summary:

Despite the importance of the olive sector in Sig, table olive sector is still far from the expected boom and remains less developed than the sector of olive oil. In this perspective, this study aims to highlight the difficulties and obstacles to the advancement of this sector and to propose development and procurement strategies for the different

Links in this chain. To achieve this objective, a methodology based primarily on a value chain approach and an analysis of the value chain has been adopted. The results of the study show the dominance of informal activity, which engage in unfair competition vis-à-vis the organized sector processing industries, fluctuating prices and unequal distribution of the margins between industry players. This large difference between the initial margin of farmers and the final retailers and uncoordinated, due to the complete absence of contracts between actors, indicate the need for vertical integration between the four links (procurement, production, processing and marketing) and encourage informal operators to engage in the organization of the sector.

موجز:  
وعلى الرغم من أهمية قطاع الزيتون في سيج، قطاع زيتون المائدة لا يزال بعيداً عن الطفرة المتوقعة ويبقى أقل تطوراً من قطاع زيت الزيتون. في هذا المنظور، وتهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الصعوبات والعقبات التي تحول دون النهوض بهذا القطاع واقتراح استراتيجيات التنمية والشراء لمختلف الروابط في هذه السلسلة. ولتحقيق هذا الهدف، منهجية تستند في المقام الأول على نهج سلسلة القيمة وتحليل سلسلة القيمة اعتمد. وتشير نتائج الدراسة هيمنة النشاط غير الرسمي التي تشارك في منافسة غير عادلة وجها لوجه مع الصناعات التحويلية القطاع المنظم، تذبذب الأسعار والتوزيع غير المتكافئ للهوامش بين اللاعبين في مجال الصناعة. هذا الفارق الكبير بين الهامش الأولي من المزارعين وتجار التجزئة نهائية وغير منسقة، بسبب الغياب الكامل للعقود بين الجهات الفاعلة، تشير إلى الحاجة إلى التكامل الرأسي بين أربع حلقات (المشتريات، والإنتاج، تجهيز وتسويق) وتشجيع المشغلين غير رسمية للمشاركة في تنظيم هذا القطاع.