

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

École Nationale Supérieure Agronomique

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة

Département: Économie rurale

القسم: الاقتصاد الريفي

Spécialité: Développement Agricole et rural.

التخصص: الاقتصاد الفلاحي والريفي

Mémoire De Fin D'études pour l'obtention du diplôme de Master

THEME

États des lieux de la filière caroube en Algérie

Présenté Par : DOUADI Nihal

Soutenu Publiquement le 05 /09/2023

Devant le jury composé de :

Promoteur :

M. OMARI Cherif

Maître-assistant classe A, ENSA

Président :

M. DAOUDI Ali

Professeur, ENSA

Co-promoteur :

M. KACI Ahcène

Professeur, ENSA

Examineurs :

M.AIT AMEUR Cherif

Maître -assistant classe A, ENSA

M.SBABDJI Mohamed

Maître de recherche classe A, INRF

PROMOTION 2018/202

Table des matières

Dédicace	
Remerciements	
Liste des figures	
Liste des tableaux	
Liste des abréviations	
Liste des Annexes	
INTRODUCTION GÉNÉRALE	
Introduction :	1
Problématique	3
Méthodologie de recherche	3
CHAPITRE I :	
Cadre Conceptuel	9
Introduction	10
1. Qu'est - ce que la filière ?	10
1.1. Les éléments clés d'une filière	11
1.1.1. Le marché est le principal moteur de toute filière	11
1.1.2. / Une filière dessert un marché spécifique	11
1.1.3/ L'organisation d'une filière	12
1.1.4/ Les facteurs de l'environnement macroéconomique et méso-économique	12
2. Définition de la chaîne de valeur	12
3. Concept de développement	14
CHAPITRE II :	
La filière caroube dans le monde	16
Introduction	16
II.1 PLACE DU CAROUBE DANS LE MONDE	16
II.2 ÉVOLUTION DE LA CULTURE DE LA CAROUBE	17
II.3 ÉVOLUTION DE LA PRODUCTION DE LA CAROUBE DANS LE MONDE	18
II.4 PRINCIPAUX PAYS PRODUCTEURS	19
II.5 RENDEMENTS	22
II.6 TRANSFORMATION	23
II.7 EXPORTATIONS	23
II.8 IMPORTATIONS	27
II.9 CONSOMMATION	30

CONCLUSION	31
CHAPITRE III :	
La filière caroube en Algérie	33
Introduction	33
III.1 PLACE DU CAROUBIER DANS L'ECONOMIE NATIONALE	33
III.2 ÉVOLUTION DES PLANTATIONS DU CAROUBE	33
III.3 ÉVOLUTION DE LA PRODUCTION	35
III.4 COLLECTE	36
III.5 TRANSFORMATION	38
III.6 CONSOMMATION	39
III.7 LES PRINCIPALES CONTRAINTES DE LA FILIERE CAROUBE EN ALGERIE	39
CONCLUSION	40
CHAPITRE IV :	
Caractérisation de la filière caroube en Algérie	42
INTRODUCTION	42
IV.1 L'Arrêté sur la filière	42
IV.2 Feuille de route pour le développement de la filière caroube	42
IV.2.1 Axes de développement	42
IV.2.2 Durabilité de la production	43
IV.2.3 Promotion de partenariat entre les différents acteurs	43
IV.2.4 Formation et vulgarisation	43
IV.3 Programmes de développement de la filière	43
IV.3.1 Contexte et justification des programmes	43
IV.3.2 Consistance des Programmes	44
IV.3.3 Encadrement technique	47
IV.4 Impacts attendus dans le cadre du développement de la caroube	47
IV.5 Programme de l'arboriculture rustique	48
IV.5.1 Contribution du secteur des forêts au développement de l'arboriculture rustique	48
IV.5.2 Proposition d'un nouveau programme	49
IV.6 Organisation de la filière	49
IV.6.1 Les agriculteurs :	50
IV.6.2 Les coopératives agricoles :	50
IV.6.3 Les transformateurs :	50
IV.6.4 Les exportateurs :	50
IV.6.5 Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural (MADR) :	50
IV.6.6 La Direction Générale des Forêts (DGF) :	50
IV.6.7 L'Institut National de Recherche Forestière (INRF) :	50
IV.7 État des connaissances de l'utilité économique du caroubier	51

IV.8 La cartographie de la culture	51
IV.9 Problèmes rencontrés chez les producteurs	52
IV.10 Les importations de la caroube en Algérie	53
IV.11 Les exportations de la caroube en Algérie	55
CONCLUSION	56
CHAPITRE V :	
Partie pratique	57
INTRODUCTION	59
V.1 Présentation des entreprises étudiées	59
V.1.1 Caractérisation générale des entreprises étudiées	60
V.1.2. Historique des entreprises	61
V.2 Gamme des produits exportés	62
V.3 Organisation du processus d'exportation	63
V.3.1 Exploration des marchés	63
V.3.2 Stratégie d'approvisionnement en matière première	63
V.3.2.1 Stratégie d'approvisionnement de GOLDEN SEED	63
V.3.2.2 Stratégie d'approvisionnement de BOUBLEENZA	64
V.3.2.3 Stratégie d'approvisionnement de KADI BIO	65
V.3.3 Processus de préparation des produits destinés à l'exportation	65
V.3.3.1 Processus de préparation des produits pour l'exportation chez GOLDEN SEED	66
V.3.3.2 Processus de préparation des produits pour l'exportation chez KADI BIO	67
V.3.3.3 Processus de préparation des produits pour l'exportation chez BOUBLEENZA	68
V.4 Politique commerciale à l'export	69
V.4.1 Conformité avec les normes internationales	69
V.4.1.1 Démarche qualité de GOLDEN SEED	70
V.4.1.2 Démarche qualité de BOUBLEENZA	72
V.4.1.3 Démarche qualité de KADI BIO	73
V.5 Évolution des agrégats à l'export	74
v.5.1. Évolution des exportations en quantités	74
v.5.2. Évolution des exportations en valeur	75
V.6. Les marchés d'exportation	76
V.6.1 Les marchés d'exportation de GOLDEN SEED	77
V.6.2 Les marchés d'exportation BOUBLEENZA	77
V.6.3 Les marchés d'exportation KADI BIO	78
V.7 Les objectifs des entreprises	78
v.7.1 Les objectifs de GOLDEN SEED	78
V.7.2 Les objectifs de BOUBLEENZA	79
V.7.3 Les objectifs de KADI BIO	79
V.8 Les contraintes rencontrées par les entreprises	80
V.8.1. Contraintes liées à l'approvisionnement et collecte	81

V .8.2 Contraintes liées à la transformation	81
V .8.3 Contraintes logistiques	81
v.8.4 Contraintes liées aux services douaniers	82
V .8.5 Contraintes liées aux services bancaires et fiscaux	82
V .8.6 Contraintes liées aux lourdeurs administratives	83
V .8.8 Contraintes liées à l'environnement étranger	83
Conclusion	84
CONCLUSION GÉNÉRALE	86
RÉFÉRENCES BIBLIOGRaphiQUES	92
ANNEXES	92

ملخص :

تشهد زراعة وصناعة الخروب في الجزائر حاليا فترة من التنشيط، مما يثير اهتماما قويا من جانب الدولة والمستثمرين، وقبل كل شيء، المستهلكين الأجانب، وخاصة الأوروبيين، الذين يجذبهم أدائها الاجتماعي والاقتصادي وخصائصها الغذائية المفيدة الهدف من هذه المذكرة هو إجراء تحليل شامل لصناعة الخروب في الجزائر، وتحديد قطاعاتها المختلفة واللاعبين الرئيسيين المشاركين فيها. وبالإضافة إلى ذلك، فإنه يهدف إلى تسليط الضوء على المزايا والقيود المرتبطة بتطويره.

ولتحقيق هذا الهدف، أجريت مقابلات مع ثلاث شركات مصدرة للخروب وهيئات حكومية عامة، مما مكننا من تحديد خصائص كل حلقة في السلسلة، أي المنتجين وجامعي الخروب والمصنعين والمصدرين والمستوردين. تم إجراء دراسة حالة لتحليل دور هؤلاء اللاعبين المختلفين وفهم العمليات المختلفة التي تنطوي عليها سلسلة القيمة هذه.

تسلط نتائج هذا التحليل الضوء على مشكلة كبيرة داخل القطاع، وهي عدم كفاية تنظيم الشعبة، مما يعيق تطوره. بالإضافة إلى ذلك، فإن إنتاج الخروب غير كافٍ لتلبية الطلب، وذلك لعدة أسباب.

ورغم المزايا التي لا يمكن إنكارها لهذا المنتج، إلا أننا نلاحظ أن اعتماده يبقى محدودا، محصورا في أقلية من المزارعين.

تسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية إعادة النظر في تنظيم شعبة الخروب في الجزائر، فضلا عن تقديم حوافز لتشجيع المزيد من المزارعين على تبني هذا المحصول الواعد. ومن خلال حل هذه القضايا، يمكن أن تتمتع صناعة الخروب بتنمية أكثر استدامة، مما يساعد على تعزيز الاقتصاد وتلبية الطلب الاستهلاكي المتزايد.

كلمات مفاتيح: شعبة صناعة الخروب، استثمار، أداء اقتصادي اجتماعي، تطوير، الجزائر

Résumé :

La filière caroube en Algérie traverse actuellement une période de revitalisation. Elle suscite un fort engouement de la part de l'État, des investisseurs, et surtout des consommateurs étrangers, notamment européens, attirés par ses performances socioéconomiques et ses qualités nutritionnelles.

L'objectif de ce mémoire est de présenter un état des lieux du fonctionnement de la filière caroube en Algérie. On identifie ses différents segments ainsi que les principaux acteurs qui la composent. On vise à mettre en évidence les avantages et les contraintes liés à son développement.

Pour parvenir à cet objectif, des entretiens ont été menés avec trois principales entreprises exportatrices de la caroube en Algérie et des organismes publics. Ceci va nous permettre de caractériser chacun des maillons de la filière, à savoir les producteurs, les collecteurs, les transformateurs, les exportateurs et les importateurs. Une étude de cas a été réalisée pour analyser le

rôle de ces différents acteurs et comprendre les différents processus impliqués dans cette chaîne de valeur.

Les résultats de cette analyse mettent en évidence un problème majeur au sein de la filière, à savoir une organisation insuffisante qui entrave son développement. En outre, la production de caroubes ne suffit pas à répondre à la demande, en raison de diverses raisons.

Malgré les avantages indéniables de ce produit, nous constatons que son adoption reste limitée à une minorité d'agriculteurs.

Cette étude met en lumière l'importance de repenser l'organisation de la filière caroube en Algérie. Il est question de mettre en place des mesures incitatives pour encourager davantage d'agriculteurs à adopter cette culture prometteuse. En résolvant ces problématiques, la filière caroube pourrait connaître un développement plus soutenu, contribuant ainsi à renforcer l'économie et à répondre à la demande croissante des consommateurs.

Mots clés : Filière caroube, organisation, entreprises de transformation, développement, Algérie

ABSTRACT:

The carob industry in Algeria is currently undergoing a period of revitalization, arousing strong interest on the part of the State, investors and, above all, foreign consumers, particularly Europeans, attracted by its socio-economic performance and remarkable nutritional qualities.

The aim of this dissertation is to carry out a comprehensive analysis of the carob industry in Algeria, identifying its different segments and the main players involved. In addition, it aims to highlight the advantages and constraints linked to its development.

To achieve this objective, interviews were conducted with three carob-exporting companies and public state bodies, enabling us to characterize each link in the chain, namely producers, collectors, processors, exporters and importers. A case study was carried out to analyze the role of these different players and understand the various processes involved in this value chain.

The results of this analysis highlight a major problem within the sector, namely insufficient organization, which is hampering its development. In addition, carob production is insufficient to meet demand, for a variety of reasons.

Despite the undeniable advantages of this product, we note that its adoption remains limited, confined to a minority of farmers.

This study highlights the importance of rethinking the organization of the carob industry in Algeria, as well as introducing incentives to encourage more farmers to adopt this promising crop. By resolving these issues, the carob industry could enjoy more sustained development, helping to strengthen the economy and meet growing consumer demand.

Key Words: Carob industry, investment, socio-economic performance, development, Algeria