



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Ecole Nationale Supérieure Agronomique

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة

Département : Economie Rurale

القسم : الاقتصاد الريفي

Spécialité : Management des entreprises agro alimentaires

التخصص: تسيير المؤسسات الزراعية الغذائية

Mémoire De Fin D'études

Pour L'obtention Du Diplôme De Master

THEME

**Analyse en termes de chaine de valeur des
figues et leur transformation : volet
commercialisation au niveau de la wilaya de
Tlemcen.**

Présenté Par **SADAT Yasmine**

Soutenu Publiquement le 28 /07/2021

Devant le jury composé de :

Président : M. AMELLAL Rachid,

Maitre assistant, classe A, ENSA.

Promotrice : Mme. NECHAR MANAL,

Maitre de conférences classe B, ENSA.

Co-promoteur : M.KACI Ahcène,

Professeur, ENSA.

Examinatrice : Mme. AKLI Samia,

Maitre de conférences classe A, ENSA.

Examineur : M. MOUHOUCHE Ali,

Maitre de conférences classe A, ENSA.

Promotion : 2018 / 2021

Table des matières

Liste des abréviations	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Introduction générale	01
CHAPITRE I : APPROCHE FILIERE ET CHAINE DE VALEUR	
Introduction	03
1.1. Le concept filière	03
1.1.1. L'analyse filière	05
1.1.2. La filière agroalimentaire	06
1.2. Approche théorique de la chaîne de valeur	07
1.2.1. La structure de la chaîne de valeur de Porter	08
1.2.2. Analyse de la chaîne de valeur.....	10
1.2.3. Chaîne de valeur de proximité(ou Locale).....	11
1.2.4. Qu'est ce qu'une chaîne globale de valeur ?.....	11
1.2.5. Comment fonctionnent les CGV ?.....	12
1.2.6. Situation actuelle des CGV.....	14
Conclusion	16
Chapitre II : CARACTERISATION DE LA FILIERE FIGUE	
Introduction.....	17
2.1. Monographie du figuier	17
2.1.1. Caractères généraux	17
2.1.2. Multiplication du figuier	18
2.1.3. Création d'un verger de figuier	20
2.1.4. Récolte et séchage.....	21
2.1.5. Consommation, débouchés et utilisation.....	22
2.2. Economie de la filière	24
2.2.1. A l'échelle globale.....	24
2.2.1.1. Production de figue (fraiche et sèche).....	24
2.2.2. A l'échelle nationale.....	28
2.3. Considération sur la certification et la traçabilité.....	31
Conclusion	32

Chapitre III: CARACTERISATION DE LA REGION DE TLEMCEN

Introduction.....	34
3.1. Situation géographique et aspects géomorphologiques	34
3.2. Cadre géopédologique	36
3.3. Cadre climatique.....	37
3.4. Potentiel hydrique.....	38
3.5. Occupation du sol.....	38
3.5.1. Végétation.....	38
3.5.2. Potentiel agricole.....	40
3.5.2.1. Répartition générale des terres.....	40
3.5.2.2. Structure foncière et taille des exploitations.....	41
3.5.2.3. La mécanisation.....	41
3.5.2.4. La production animale.....	43
3.5.2.5. La production végétale.....	43
Conclusion.....	46

Chapitre IV : OUTILS D'ANALYSE ET METHODE

Introduction.....	47
4.1. Méthodologie de diagnostics.....	47
4.1.1. Analyse SWOT pour le développement de la CDV figue	47
4.1.2. Cadre d'analyse	50
4.2. Echantillonnage.....	50
4.3. Elaboration du questionnaire.....	51
4.4. Enquête de terrain.....	51
4.4.1. Les producteurs.....	51
4.4.2. Les transformateurs.....	51
4.4.3. Les distributeurs.....	51
4.4.4. Consommateurs.....	52
4.6. Saisie, traitement et analyse des données.....	52
Conclusion.....	53

Chapitre V : ANALYSE DES RESULTATS ET DISCUSSION

Introduction.....	54
5.1. Réalisations des diagnostics sur terrain	54
5.1.1. Volet de production.....	54
5.1.1.1. Profil des producteurs	54
5.1.1.2 Situation des vergers de figuiers.....	58
5.1.2 Volet de collecte et de livraison	67
5.1.3. Volet de transformation.....	67
5.1.4. Volet de commercialisation.....	68
5.1.5. Volet de consommation.....	69
5.1.5.1. Profil des consommateurs	70
5.1.5.2. Analyse des avis des consommateurs	73
5.2. Analyse SWOT.....	74
5.3. Cartographie de la chaine de valeur de la filière figue.....	77
5.3.1. Les acteurs de production et de commercialisation	77
5.3.2. La cartographie proprement dites.....	77
Conclusion	80
CONCLUSION GENERALE.....	81

Références bibliographiques

Annexe

Résumé

Résumé :

La baisse des prix des hydrocarbures, tout en maintenant les dépenses des projets conséquents d'investissements publics, a eu pour effet vertueux d'accélérer le processus de diversification de l'économie algérienne, qui devient plus que jamais une priorité pour préparer l'ère « post-pétrole ». Cet objectif est notamment soutenu par le ministère de l'agriculture et du développement rural à travers son programme de développement du secteur agricole intégré dans la feuille de route du quinquennat 2020-2024.

La production algérienne de fruits notamment les figues est faible si l'on considère les potentialités du pays, et en vue de la rusticité du figuier. La filière figue avec toutes ses chaînes de valeur qui en découlent, représente un sujet intéressant d'étude selon une approche pratique d'identification, promotion des chaînes de valeur agricoles et agroalimentaires. C'est dans cette optique que s'inscrit le présent travail portant sur une analyse et un diagnostic systémique de la commercialisation de la filière figue au niveau du territoire de la wilaya de Tlemcen.

Néanmoins, quels sont les approches et les outils qui contribuent à la promotion de la commercialisation au sein de la chaîne de valeur au niveau du dit territoire. Ainsi, différentes hypothèses ont été émises dans ce contexte dont leur vérification a impliqué l'adoption d'une démarche méthodologique incluant des recherches documentaires et empiriques. Pour réaliser cette dernière, nous nous sommes basés sur une enquête quantitative et qualitative touchant l'ensemble des acteurs de la filière.

Les principaux résultats obtenus ont confirmé la richesse de la wilaya de Tlemcen d'un terroir et d'un territoire propices au développement de la filière figue. Constituant une contribution notable à l'économie de la wilaya, en diminuant le taux de chômage et en générant un revenu supplémentaire pour ceux qui la pratiquent et c'est ce qui les motive à développer cette filière.

Cependant, le problème qui se pose à eux étant la commercialisation, ceci ne leur permet pas de vendre uniquement des figues, la plupart des producteurs ou commerçants font d'autres cultures et ont des activités commerciales en parallèles, ce qui représente un apanage pour le développement de la filière. De ce fait, le travail effectué tout au long de ce mémoire nous a permis d'apporter différentes recommandations afin d'y remédier aux faiblesses consenties dans l'organisation du volet de commercialisation.

Mots clés : filière, chaîne de valeur, commercialisation, figue, producteur, transformateur, distributeur, consommateur, Algérie, Tlemcen.

المخلص

ان انخفاض اسعار المحروقات مع استمرار نفقات الدولة للمشاريع الاستثمارية الكبرى للقطاع العام، ساهمت في تسريع وثيرة البحث للانتقال إلى حقبة ما بعد البترول. هذا الهدف ترافقه وزارة الفلاحة والتنمية الريفية من خلال برنامجها لتطوير القطاع الفلاحي المدرج بورقة الطريق للخماسي الحالي 2020-2024.

يعتبر الإنتاج الجزائري للفواكه على غرار التين ضعيف، باعتبار حيازة البلاد لامكانيات طبيعية هامة ومؤهلات بيوجغرافية معتبرة، بالإضافة إلى مقاومة شجرة التين للعوامل الطبيعية الصعبة. لذا تعتبر شعبة التين مع سلاسل القيم الناتجة عنها، موضوعا قيما للدراسة حسب مقاربة تطبيقية لتحديد وترقية سلاسل القيم الزراعية والغذائية. من خلال هذا المنظور، يضم هذا العمل تحليلا لتشخيص دقيق للنشاط التجاري لشعبة التين على مستوى تراب ولاية تلمسان.

الا أن الإشكالية تكمن في مدى توفر المقاربات والوسائل المساهمة في ترقية التجارة داخل سلاسل القيم على مستوى تراب ذات الولاية. ومنه فإن عدة فرضيات قد طرحت في هذا النسق حيث مكنت مراجعتها من تبني مقاربة ممنهجة تضم بحوث مرجعية وقياسية. من أجل الوصول إلى هذا المبتغى، فإننا عملنا على انجاز تحقيق ميداني كمي ونوعي مس كامل الفاعلين في الشعبة.

هم النتائج المحققة مكنت من تأكيد فرضية حيازة ولاية تلمسان على موروث و تراب غني يسمح بتطوير شعبة التين. ما يمكن من المساهمة الفاعلة في اقتصاد الولاية، من خلال خفض نسبة البطالة وتحقيق مداخل ربحية اضافية للفاعلين في الشعبة وهذا ما يشجعهم على تطوير ذات الشعبة.

الا أن المشكل المطروح يكمن في النشاط التجاري، الذي لا يمكنهم من الاكتفاء بعائدات تسويق منتوج التين، حيث أن كل المنتجين او التجار يزاولون نشاطات أخرى بالموازاة، ما يمثل عائقا لتطوير الشعبة. لذا فإن العمل المنجز طيلة هذه المذكرة سمح لنا بتقديم عديد الاقتراحات التي تعمل على حل نقاط الضعف المسجلة في النطاق التجاري.

الكلمات المفتاحية:شعبة، سلاسل القيم، تجارة، تين، منتج، محول، موزع، مستهلك، الجزائر، تلمسان.

Abstract

The fall in hydrocarbon prices, while maintaining the expenditure of substantial public investment projects, has had the virtuous effect of accelerating the process of diversification of the Algerian economy, which is becoming more than ever a priority to prepare for the "post-oil" era. This objective is supported in particular by the Ministry of Agriculture and Rural Development through its agricultural sector development programme integrated into the road map for the five-year period 2020-2024.

Algerian fruit production, particularly figs, is slow considering the country's potential and the hardiness of the fig tree. The fig sector, with all its value chains, represents an interesting subject of study according to a practical approach of identification and promotion of agricultural and agri-food value chains. It is in this perspective that the present work is an analysis and a systemic diagnosis of the marketing of the fig sector in the territory of the wilaya of Tlemcen.

Nevertheless, what are the approaches and tools that contribute to the promotion of marketing within the value chain in the said territory? This, different hypotheses were put forward in this context and their verification involved the adoption of a methodological approach including documentary and empirical research. To carry out the latter, we based ourselves on a quantitative and qualitative survey of all the actors in the sector.

The main results obtained confirmed the richness of the wilaya of Tlemcen in terms of a land and a territory favourable to the development of the fig sector. This constitutes a significant contribution to the economy of the wilaya, by reducing the unemployment rate and generating additional income for those who practice it, which is what motivates them to develop this sector. However, the problem they face is marketing, which does not allow them to sell only figs, as most producers or traders grow other crops and have commercial activities in parallel, which is an advantage for the development of the sector. Therefore, the work carried out throughout this thesis has enabled us to make various recommendations to remedy the weaknesses in the organisation of the marketing aspect.

Key words: value chain, marketing, fig, producer, processor, distributor, consumer, Algeria, Tlemcen.