



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCTARIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة الحراش - الجزائر

Ecole Nationale Supérieure Agronomique

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة

Département : Economie Rurale

القسم: الاقتصاد الريفي

Spécialité : Management des Entreprises Agro-alimentaire

التخصص: تسيير المؤسسات الزراعية الغذائية

Mémoire De Fin D'études

En vue de L'obtention Du Diplôme de Master

THEME

**Le lait de caprins dans la wilaya de Batna. Une Analyse de la
consommation par la méthode de la chaine de valeur**

Présenté par :

Soutenu le : 15/11/2021

MANSOURI Romaiassa

Jury :

Président : Mme. NECHAR Manel,

Maitre de conférence classe B, ENSA.

Promoteur : M. OMARI Cherif,

Maitre-assistant, classe A, ENSA.

Co-promoteur : M. KACI Ahcène,

Professeur, ENSA.

Examineur : M. HITOCHE Salim,

Maitre de conférences classe B, ENSA.

Examinatrice : Mme. AIT AMOKHTAR S'micha,

Maitre-assistant classe A, ENSA

Promotion : 2018-2021

SOMMAIRE

Introduction générale	1
Méthodologie	2
Chapitre 1 : Cadre conceptuel d'analyse	3
1.1. Définitions autour de la notion de filière	3
1.1.1. Délimitation d'une filière	3
1.1.2. Le rôle d'étude d'une filière	4
1.1.3. La filière lait	5
1.1.4. Exemple sur l'étude d'une filière lait de chèvre	6
1.2. La chaîne globale de valeur	6
1.3. Définition de la Chaîne de valeur de Porter	8
1.5. Systèmes d'élevage	11
1.5.1. Définition du système d'élevage	11
1.5.2. Composantes du système d'élevage	12
1.5.3. Types de système d'élevage	12
1.5.4. Objectifs du système d'élevage	12
Chapitre 2 : Situation d'élevage caprin dans le monde	13
Introduction	13
2.1. La répartition du cheptel caprin dans le monde	13
2.2.les races caprines dans le monde	13
2.2.1. La chèvre d'Asie	13
2.2.2. La chèvre d'Afrique	13
2.2.3. La chèvre d'Europe	14
2.3. Les productions caprines dans le monde	14
2.3.1. La production de viande caprine	15
2.3.2. La production du lait de chèvre	15
2.4. La filière lait caprine	16
Conclusion	17
Chapitre 3 : Cheptel caprin en Algérie	18
Introduction	18
3.1. Cheptel caprin en Algérie	18
3.1.1. Evolution de l'effectif caprin en Algérie	18
3.1.3. les principales races en Algérie	20

3.2. La production laitière en Algérie	21
3.4. Mode d'élevage en Algérie	22
3.4.1. Élevage nomade	22
3.4.2. Élevage sédentaire	22
3.5. L'alimentation des caprins.....	22
3.5.1. Particularités	23
3.5.2. Comportement alimentaire	23
3.5.3. Besoins nutritionnels	23
3.5.4. Aliments consommables par la chèvre.....	24
3.6. La reproduction des caprins.....	24
3.7. Conditions d'élevage et santé	24
3.7.1. Conduite d'élevage des chevreaux	25
3.7.1.1. Soins au chevreau (la naissance)	25
3.7.1.2. Le bâtiment d'élevage.....	25
3.7.2. Les maladies des chevreaux et de chèvre	26
3.8. La filière lait de chèvre en Algérie	26
Conclusion.....	27
Chapitre 4 : Matériel et méthodes	30
Introduction	30
4.1. Monographie de la région d'étude	30
4.1.1. La situation géographique de la wilaya de Batna.....	30
4.1.2. Caractères agropédoclimatiques	31
4.1.2.1. Le Relief	31
4.1.2.2. La température de l'air	32
4.1.2.3 L'humidité	33
4.1.2.4. Les précipitations.....	33
4.1.3. Présentation de secteur agricole.....	34
4.1.3.1. Production végétale	36
4.1.3.2. L'élevage	37
4.1.4. La filière caprine dans la wilaya de Batna.....	37
4.1.4.1. La production caprine dans la wilaya de Batna	37
4.1.4.2. Transformation de lait de chèvre dans la wilaya de Batna	38
4.2. Objectifs de l'étude	38
4.3. Démarche méthodologique	39

4.3.2. Traitements et analyses statistiques des données	40
Chapitre 5 : Cartographie de la chaîne de valeur de la filière laitière caprine.....	40
Introduction	40
5.1. Identification des acteurs de la chaîne de valeur du lait de caprin dans la wilaya de Batna.	40
5.1.1. Les institutions d'appui à la production	40
5.1.2. Agrofourniture	43
5.1.3. La production	43
5.1.4. Agro-industrie	45
5.1.5. Distribution.....	45
5.1.6. Consommation.....	47
Conclusion.....	49
Chapitre 6 : Résultats et discussion	49
Introduction	49
6.1. Présentation des résultats d'enquête.....	49
6.1.1. Variables d'identification.....	49
6.1.2. Questionnaire de consommation.....	54
6.1.2.1. Consommation du lait de caprin et ses sous-produits	54
6.1.2.2. Connaissance de la marque de l'entreprise qui le commercialise.....	55
6.1.2.3. La connaissance de la valeur nutritive du lait de caprin.....	55
6.1.2.4. La connaissance des produits laitiers de caprins.....	56
6.1.2.5. Temps de consommation	57
6.1.2.6. La consommation d'autres produits laitiers.....	57
6.1.2.7. Raison de consommation d'autres Produits laitiers.....	58
6.1.2.8. Préférence de consommation des produits laitiers de caprins	59
6.1.2.9. Raisons d'achat lait de caprin est ses sous-produits par le consommateur .	60
6.1.2.10. Fréquence de consommation les produits laitiers de caprins.....	61
6.1.2.11. Lieu de consommation les produits laitiers de caprins	62
6.1.2.12. Format d'achat des produits laitiers de caprins.....	62
6.1.2.13. La raison du choix du format du conditionnement	63
6.1.2.14. Le lieu d'achat les produits laitiers de caprins	64
6.1.2.15. Disponibilités des produits laitiers de caprins dans la région d'étude.....	64
6.1.2.16. Evolution des efforts de l'entreprise productrice pour la disponibilité de produits	65

6.1.2.17. L'avis des consommateurs sur le prix des produits laitiers de caprins	66
6.1.2.18. La signification de produits laitiers caprins de la région d'étude pour les consommateurs.....	66
6.1.2.19. Perception du niveau de qualité de lait et des produits laitiers de caprins consommés.....	67
6.1.2.20. Rapport prix/qualité des produits laitiers de caprins dans la région d'étude	68
6.1.2.21. Amélioration de l'entreprise pour les produits laitiers de caprins	68
6.1.3. Graphiques des interactions.....	69
6.2. Discussion	73
Conclusion.....	74
Conclusion générale	1
Références bibliographiques.....	
Annexe	
Annexe 1 : Questionnaire d'enquête.....	
Annexe 2 : Les analyses statistiques.....	
Résumé	

Résumé

Résumé

En Algérie, l'élevage caprin est considéré comme activités agricoles traditionnelles, associé à élevage ovin.

L'élevage caprin occupe une place marginale dans la consommation. Toutefois, il contribue fortement à l'économie familiale et s'adapte aux pratiques régionales. Généralement, le lait est consommé là où il est produit, c'est le cas de la région de notre étude, la région de Batna.

L'étude l'état de la consommation du lait de caprins et ses sous-produits laitiers dans la région de Batna en Algérie est effectuée par la méthode d'enquête (entretien). Celle-ci a ciblé un échantillon de 200 consommateurs dont 37% qui consomment les produits laitiers de caprins. Les premiers résultats montrent que la filière laitière caprine reste peu connue aussi bien au niveau des relations commerciales entre les acteurs de l'amont et de l'aval. Dans la région d'étude, le lait de chèvre connaît deux circuits : circuit court et un circuit long.

Les consommateurs commencent à s'habituer aux produits laitiers de chèvre grâce à sa valeur nutritive. Mais la plupart de consommateurs enquêtés considère que les prix sont élevés (cher), cependant, la vente du lait intéresse de plus en plus d'éleveurs du fait de son prix attractif (plus de 120DA/litre) mais pas les consommateurs.

Dans la région d'une faible production laitière, absence des centres de collecte le manque des distributeurs ce qui explique l'indisponibilités de ces produits. Donc L'organisation des maillons de la filière reste l'enjeu majeur d'un développement durable de la filière laitière caprine dans la région d'étude.

Les Mots clés : Consommation, lait, Caprins, filière, chaîne de valeur, Batna.

Résumé

Abstract

In Algeria, goat farming is one of the most traditional agricultural activities, associated with sheep farming.

Goat farming occupies a marginal place in consumption. However, it makes a strong contribution to the family economy and to regional culture. Usually, milk is consumed where it is produced, this is the case in the region of our study, which is the region of Batna.

The objective is to study the situation of the consumption of goat milk and its dairy by-products in the region of Banta in Algeria. Were carried out by the survey method (interview), it targeted a sample of 200 consumers, 37% of whom consume goat milk products. The first results show that the goat milk sector remains little known both in terms of commercial relations between upstream and downstream players. In the study region, goat's milk has two circuits: short circuit and a long circuit.

Consumers are starting to get attached to goat's milk products for its nutritional value. But most of the consumers surveyed perceive that the prices are high (expensive), however, the sale of milk interests more and more farmers because of its attractive price (more than 120DA / liter) but not consumers. In the study region.

Low milk production, absence of collection centers, lack of distributors which explains the unavailability of these products. Therefore, the organization of the links in the sector remains the major issue for the sustainable development of the goat milk sector in the study region.

Keywords: Consumption, milk, Goats, division, value chain, Batna.

تربية الماعز في الجزائر من أكثر الأنشطة الزراعية التقليدية المرتبطة بتربية الأغنام.

تحتل تربية الماعز مكانة هامشية في الاستهلاك. ومع ذلك، فهي تقدم مساهمة قوية في اقتصاد الأسرة والثقافة الإقليمية. عادة يتم استهلاك الحليب حيث يتم إنتاجه، هذا هو الحال في منطقة دراستنا وهي منطقة باتنة.

الهدف هو دراسة حالة استهلاك حليب الماعز ومشتقاته في منطقة باتنة بالجزائر. نفذت بطريقة الإستجواب

(المقابلة)، واستهدفت عينة من 200 مستهلك، 37% منهم يستهلكون منتجات حليب الماعز. تظهر النتائج الأولى أن قطاع حليب الماعز لا يزال غير معروف على حد سواء من حيث العلاقات التجارية بين الجهات الفاعلة في المنبع والمصب. في منطقة الدراسة، يحتوي حليب الماعز على دائرتين: دائرة قصيرة ودائرة طويلة.

بدأ المستهلكون في التعلق بمنتجات حليب الماعز لقيمتها الغذائية. لكن معظم المستهلكين الذين شملهم الاستطلاع يرون أن الأسعار مرتفعة (باهظة الثمن)، ومع ذلك، فإن بيع الحليب يثير اهتمام المزيد والمزيد من المزارعين بسبب سعره الجذاب (أكثر من 120 دينارًا / لترًا) ولكن ليس المستهلكين في منطقة الدراسة.

قلة إنتاج الحليب وغياب مراكز التجميع وقلة الموزعين مما يفسر عدم توفر هذه المنتجات. لذلك، يظل تنظيم الروابط في هذا القطاع هو القضية الرئيسية للتنمية المستدامة لقطاع حليب الماعز في منطقة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الاستهلاك، الحليب، الماعز، شعبة، سلسلة القيمة، باتنة.