

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

Dr. BOUYOUCF-BARR Djamila

Maître des conférences à EHEC Alger

Dr. MOUSSOUNI Akli

Ingénieur en agronomie, expert

Résumé: La filière oléicole constitue actuellement un des segments important pour le développement de l'économie en Algérie. Cependant, le secteur est confronté à un double défi : Faiblesse des productions et une faible compétitivité-prix.

De par sa situation et ses potentialités naturelles et économiques, l'Algérie doit faire partie des principaux pays méditerranéens, producteurs d'huile d'olive. Néanmoins, le marché de l'oléiculture en plus de la concurrence des pays traditionnellement producteurs, se voit investir par de nouveaux pays émergents, ce qui, forcément, se traduira par l'accentuation de la concurrence internationale pour ce produit. Cette situation nous interpelle et suscite des questionnements sur le devenir de l'oléiculture algérienne appelée à répondre à un besoin économique dans un contexte mondial très complexe, où la compétitivité devient de plus en plus rude.

Il s'agit, dans cet article, de recenser les contraintes qui entravent le développement de la filière oléicole en Algérie et les opportunités qu'elle pourra exploiter pour se hisser au rang des grands producteurs et s'imposer sur le marché mondial de l'huile d'olive. La méthode utilisée s'articule autour d'une approche exploratoire du secteur oléicole en Algérie à travers l'analyse de sa situation. Ainsi, nous comptons apporter une réflexion pour appréhender sur les enjeux futurs, plus particulièrement, dans leurs aspects commerciaux.

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

Mots clés : marché oléicole, mondialisation, concurrence, filière oléicole, l'huile d'olive.

Abstract: The olive oil sector is currently one of the major segments for economic development in Algeria. However, the sector faces a double challenge: Weak production and low price competitiveness.

Due to its location and its natural and economic potential, Algeria must be part of the main olive oil producers Mediterranean countries. However, the market of olive in addition to competition from traditional producing countries, sees invest in new emerging countries, which inevitably will result in the intensification of international competition for this product. This challenges us, and raises questions about the future of the olive Algerian called to respond to an economic need in a highly complex global environment, where competition is becoming increasingly fierce.

It is in this article, to identify constraints to the development of the olive oil sector in Algeria and the opportunities it can use to climb the ranks of the largest producers and succeed in the global market of olive oil. The method used is based on an exploratory approach to the olive oil sector in Algeria through the analysis of the situation. Thus, we intend to make a reflection to understand the future challenges, especially in their commercial aspects.

Keywords: olive oil market, globalization, competition, olive industry, olive oil.

Introduction :

Les plantations d'oliviers qualifient l'espace méditerranéen. L'intérêt porté à l'olivier tient pour un premier temps à son ancrage dans cet espace et en deuxième lieu à ce que les économistes qualifient d'avantage comparatif. Avantage qui permet à ces pays d'être au-devant de la scène en matière de production oléicole, mais l'émergence de nouveaux pays producteurs(Argentine, Chine, USA...) risque à long terme de contrebalancer cette distinction méditerranéenne de l'olivier

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

L'Algérie, dans sa partie nord, fait partie des pays méditerranéens dont le climat est des plus propices à la culture de l'olivier. Lequel contexte propice, faisant appel naturellement à cette filière à se constituer en segment important de l'économie en Algérie. Cependant, elle est confrontée à un défi majeur, à savoir, son caractère traditionnel, générant un produit sans coût commercial.

Le marché des produits oléicoles se voit investir par de nouveaux pays producteurs et consommateurs non méditerranéens. A cet effet, le devenir de ce secteur reste tributaire de la dynamique du marché mondial. La politique agricole du pays doit s'y conformer.

A cet effet, des questionnements s'imposent quant au positionnement de l'oléiculture algérienne appelée à répondre à un besoin économique, dans un contexte national de diversification de l'économie, mais dans la dépendance du contexte mondial très complexe, où la compétitivité devient de plus en plus rude.

De par son contexte méditerranéen favorable à la culture de l'olivier, l'Algérie doit faire partie des principaux pays méditerranéens, producteurs d'huile d'olive, en se positionnant théoriquement aux cotés de l'Espagne, l'Italie, la Grèce et la Tunisie, mais sa négligence dans les programmes de développement de l'agriculture n'a pas permis de faire évoluer le caractère traditionnel de cette filière. Ce qui n'a pas été le cas des pays voisins qui se sont imposés sur le marché mondial en concurrents potentiels. La situation interpelle la réflexion, l'interrogation même, de là découle la problématique de notre étude qui tourne autour de la question suivante :

Quels sont les mécanismes à mettre en place pour la valorisation de l'huile d'olive algérienne dans ce nouveau contexte imposé par le marché mondial ?

Pour cerner cette problématique, nous avons fait appel à la recherche documentaire, ainsi qu'à l'exploitation des travaux de recherches menés par des experts dans le domaine de l'oléiculture, et notamment sur des observations de terrain. Nous présentons tout

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

d'abord un aperçu sur le marché mondial de l'huile d'olive, pour pouvoir positionner l'huile d'olive algérienne. En second lieu nous procéderons à la présentation de l'état des lieux de la filière oléicole algérienne, puis, se basant sur l'analyse SWOT pour déceler les forces et les faiblesses notamment face à la compétitivité internationale. Nous comptons apporter une réflexion pour appréhender sur les enjeux futurs, plus particulièrement, dans leur aspect commercial.

I- Aperçu sur le marché mondial d'huile d'olive : un marché en plein croissance

L'olivier est aujourd'hui planté dans plusieurs régions du globe autres que la méditerranée pour produire aussi bien de l'huile d'olive que des olives de table. Actuellement plus de 1460 millions d'oliviers sont cultivés à travers le monde. Force est de constater, que le Proche-Orient, les USA, l'Amérique latine et l'Afrique du Nord, se sont mis de la partie en concurrents très rudes des pays méditerranéens qui détiennent pour le moment 95% de l'oliveraie mondiale.¹

Il faut signaler ici qu'il n'est pas possible dans le cadre de cette étude d'aborder en détail l'ensemble des maillons de cette filière. L'angle de vision qui nous intéresse est de faire un éclairage sur le marché mondial, pour situer l'huile d'olive algérienne.

a- Production et exportation mondiales de l'huile d'olive :

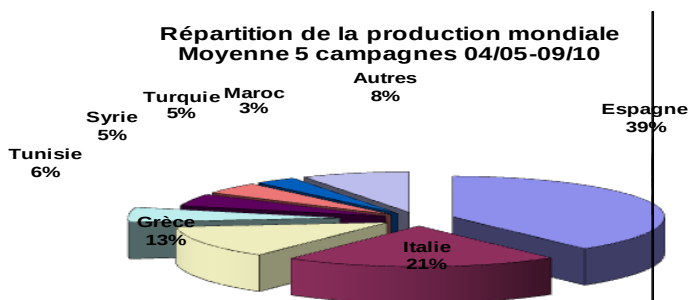
La production d'huile d'olive a toujours été concentrée au niveau du pourtour méditerranéen : l'Espagne, le Portugal, l'Italie, la Grèce, la Turquie, la Tunisie et le Maroc détiennent la part du lion avec 75% de la production mondiale, avec l'influence de deux principaux pays producteurs à savoir, Espagne 39% et l'Italie 21% suivie par la Grèce avec 13% , comme représenté dans la figure suivante :²

¹[www.pole-developpementdurable.univ-cezanne. fr/. . . /Olivier-Tlemcen. pd](http://www.pole-developpementdurable.univ-cezanne.fr/. . . /Olivier-Tlemcen. pd).

²Assistance technique au programme d'appui à la diversification de l'Economie DIVECO, rapport Majed Azzabi: analyse de la filière internationale olive et huile d'olive Algérie, octobre 2011, p 42.

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

Figure n° :1



Source : Assistance technique au programme d'appui à la diversification de l'Economie DIVECO, rapport Majed Azzabi: analyse de la filière internationale olive et huile d'olive Algérie, octobre 2011, p 42

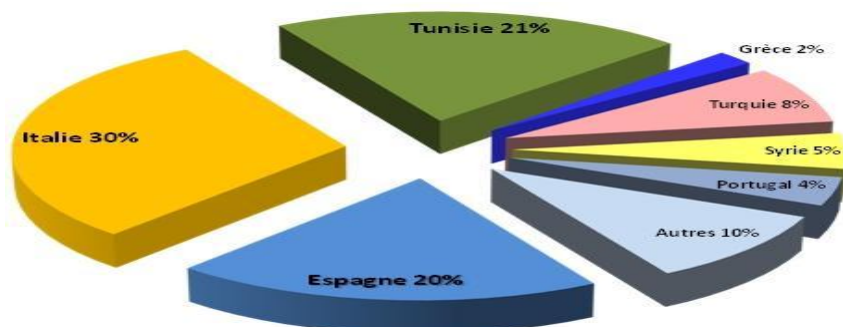
On assiste à un doublement de la production mondiale au cours des vingt dernières années passant de 1,45 million de tonnes (90-91) à environ de 3 millions de tonnes en 2009-2010. L'UE en tête du peloton avec un taux de 75% de la production mondiale. La production des trois pays du Maghreb demeure très faible, respectivement : 6% pour la Tunisie, 3% pour le Maroc et 1. 2% pour l'Algérie. Durant cette période, de fortes fluctuations de la production sont enregistrées en raison des aléas climatiques et du phénomène d'alternance, caractéristique de l'olivier.

Sur le marché mondial ,l'UE détient la palme en matière d'exportation avec 60% des parts du marché, tandis que les pays du Maghreb, à savoir, la Tunisie détient la première place avec un taux de 21% des échanges internationaux hors UE, le Maroc détient 3%. Quant à l'Algérie elle est quasiment absente. ¹

¹ DIVECO, rapport Majed Azzabi ,op cit, p. 9

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

Figure n ° 2 : Part par pays au niveau des échanges internationaux 2005-2009



Source : <http://www.onh.com.tn/index.php/fr/>

Nous constatons que la Tunisie s'est forgée une place de choix sur le marché mondial d'huile d'olive. En exportant environ 75% de sa production annuelle, elle se place au rang de 2ème exportateur mondial après l'Union européenne. Cette dernière lui a acheté l'essentielle de sa production dans le cadre des contingents issus des accords d'associations. Avec une production moyenne de 165 000 tonnes, durant les cinq dernières années¹, la Tunisie s'est hissée, grâce à l'huile d'olives au rang d'exportateur mondial.

b- Consommation mondiale de l'huile d'olive :

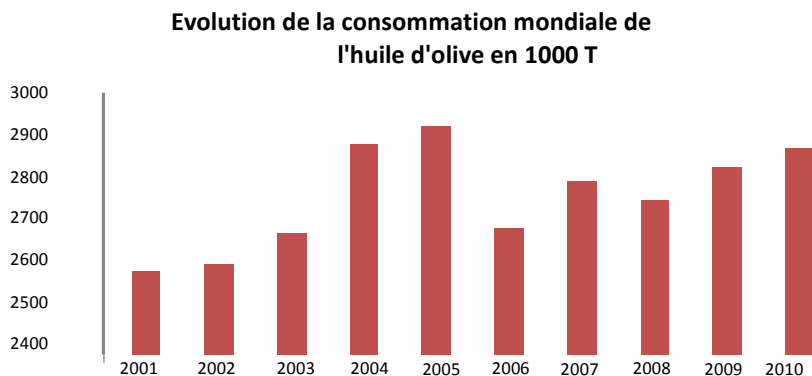
Ses vertus naturelles thérapeutiques, découvertes durant ces dernières décennies, ont créé un engouement international pour l'huile d'olive. Celle-ci est passée de 1,6 million de tonnes en 1990-1991 à plus de 3 million de tonnes en 2010-2011.²

¹<http://www.onh.com.tn/index.php/fr/>

² Conseil oléicole international, statistiques Novembre 2012

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

Figure n° : 3 Evolution de la consommation mondiale de l'huile d'olive pour la dernière décennie :



Source : DIVECO, rapport Majed Azzabi, op cit, p 28.

Nous constatons une évolution importante et constante de la consommation mondiale pour la période 2001-2005, avec une relative baisse en 2006 (2,66 millions de tonnes) due à l'augmentation importante des prix de l'huile d'olive en 2006.

Notons que les plus gros pays producteurs d'huile d'olives, sont également les plus gros consommateurs. Ainsi les trois pays Syrie, la France, l'Italie et la Grèce, consomment à eux seuls plus de 50% de la production mondiale d'huile d'olive. Aussi l'Europe est consommatrice d'environ 65% de la production mondiale.

Si la production d'huile d'olive se concentre au niveau des pays côtiers méditerranéens, son marché l'est moins, car les pays réalisant environ 90% de la production mondiale ne représentent que 70% de la consommation mondiale (Espagne, Italie, Grèce, Tunisie, Turquie, Syrie). Ce qui témoigne d'une diversification géographique de l'huile d'olive hors des zones traditionnelles de consommation. Par ailleurs, ce taux a tendance à diminuer avec l'émergence de nouveaux pays producteurs et consommateurs.

Les cas des USA, l'Australie, le Japon, le Canada et le Brésil qui affichent des consommations de l'ordre de 20,000 à 30,000 tonnes par an¹, est édifiant.

¹http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/oliveoil/full_fr.pdf

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

L'huile d'olive prend de l'ampleur dans le commerce mondiale en s'impliquant de plus en plus dans l'art culinaire de nombreuses contrées. Ainsi il serait opportun d'étudier la typologie des marchés de consommation qui sont très prometteurs pour le développement de la filière oléicole compte tenu des augmentations de production prévisibles.

Nous distinguons trois types de marchés :¹

➤ Les pays producteurs :

Cette catégorie regroupe l'Italie, l'Espagne, la Grèce, la Syrie, la Turquie, la Tunisie, le Maroc, l'Algérie, le Portugal.

Il s'agit ici d'une consommation importante, car ancrée dans l'art culinaire ancestral des habitants de ces pays, notamment dans les fiefs de l'olivier. « Ces pays présentent une consommation plus au moins stable assurée en grande partie par la production locale. Il s'agit généralement de marchés relativement verrouillés par des marques locales et/ou des taxes douanière à l'entrée de ces pays »²

✓ Pays consommateurs non ou peu producteurs :

Cette catégorie regroupe : les USA, la France, l'Angleterre, l'Allemagne, l'Australie, le Japon, le Canada

L'huile d'olive dans ces pays fait son entrée timidement dans les habitudes de consommation depuis quelques années, avec néanmoins, une consommation par habitant qui reste relativement faible. Le marché est principalement approvisionné par les importations. Les niveaux de maturité de ces marchés sont très différents avec certains qui enregistrent encore une forte croissance de la demande (Ex : USA) et d'autres qui sont plus ou moins stagnants depuis quelques années (Ex : Japon).

✓ Les marchés émergents :

Il regroupe la Chine, la Russie, l'Inde où la consommation de l'huile d'olive est très récente. La consommation par habitant est

¹ DIVECO, rapport de Majed Azzabi , op cit, P 43

² DIVECO, Op cit , p. 26

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

encore très faible mais, les importations enregistrent une progression significative

Tableau n° 1: Evolution des importations d'huiles d'olive (y compris les huiles de grignons) (1000 T)

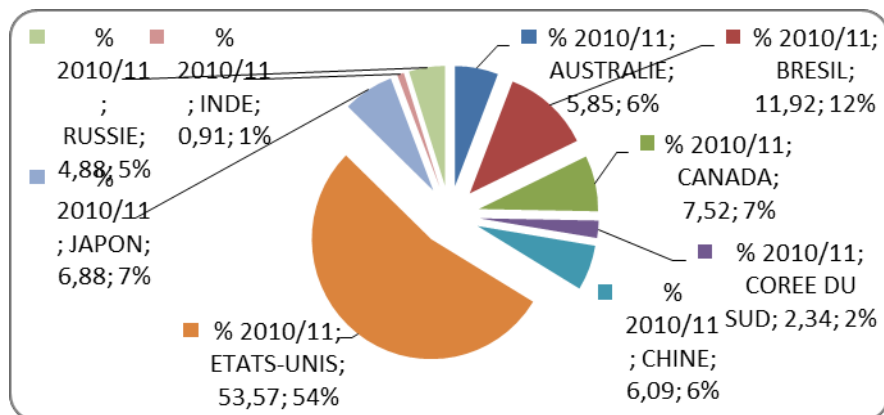
Pays	2000 /2001	2001 /2002	2002 /2003	2003 /2004	2004 /2005	2005 /2006	2006 /2007	2007 /2008	2008 /2009	2009 /2010	2010 /2011
Australie	30	27	32	31	29	32,7	42,1	27,8	29	35,5	31,9
Brésil	25	23	21	24	27	26	36	44	44,5	53,8	65
Canada	26	24	25	26	32	30	34	34	32	37,9	41
Corée Sud	2,6	3,2	5,1	12	27,1	23,1	11,7	12,5	9,5	11,4	12,8
Chine	0,4	0,5	0,8	2	4	5,7	7	10,4	12,8	20,6	33,2
USA	215	218	216	248	246, 9	242, 5	262	264	276, 5	272	292
Japon	30	32	31	32	33,2	30,2	32	30	33,3	43	37,5
Inde	0,5	0,9	0,9	1	1	1,4	1,5	2,5	2,7	3,4	5
Russie	3	51	7,7	8,6	11,7	10,5	16,6	19,3	16,5	24,8	26,6
Total	332, 5	333, 7	339, 5	384, 6	411	402, 1	442,9	444, 5	456, 8	502, 4	545

Source : Construit à partir des données statistiques COI, Novembre 2012

Les statistiques témoignent de l'engouement international pour l'huile d'olive vu l'évolution continue des importations mondiales telles illustrées dans le tableau ci-dessus. Les pays du bassin méditerranéen seront les premiers à bénéficier de l'appétence des Chinois, des Brésiliens et des Russes pour ce fruit oléagineux. Bien entendu sans oublier de compter avec les USA qui totalisent à elles seules plus de 54% des importations mondiales, suivie par le Brésil avec 12% du total. Le schéma suivant représente la part des principaux pays importateurs :

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

Figure n° : 4 : Les principaux pays importateurs année 2010-2011



Source : Etabli par nos soins

c -L'étroitesse du marché mondial de l'huile d'olive :

Le marché mondial est dominé par les huiles de graines (Palme, Soja, Colza, Tournesol, Arachide, Coton, Maïs) offertes à des prix très compétitifs, ce qui rend le marché d'huile d'olive étroit, et sa part dans la consommation mondiale reste faible environ 3%¹.

De par ses vertus nutritives et thérapeutiques incontestables, l'huile d'olive peut être un facteur déterminant dans l'économie des pays producteurs. La plupart des pays exportateurs s'efforcent de mettre en place des politiques oléicoles. Ces dernières ont pour objectifs l'accroissement de la productivité des plantations, l'amélioration de la qualité du produit et l'accaparement de nouveaux marchés, ce qui rend l'accès au marché mondial difficile.

En somme, la filière oléicole est mise dans un contexte concurrentiel rude et en perpétuelle évolution où les critères qualité et compétitivité priment. La notoriété, jadis prépondérante n'est plus d'actualité. L'huile d'olive n'est plus qu'un jus de fruit soumis

¹ CIHEAM : Centre international des hautes études agronomiques méditerranéennes : enjeux de la filière oléicole en Tunisie et axes de développement dans le nouveau contexte politique, notes d'analyses n° : 66, Avril 2012, p. 6.

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

à des normes de qualité marchande, telles que définies par le conseil oléicole international (COI).

Pour l'Algérie, la filière oléicole doit constituer un des segments important de l'économie. De par sa situation et ses potentialités naturelles, l'Algérie doit faire partie des principaux pays méditerranéens, producteurs d'huile d'olive, en se positionnant théoriquement aux cotés de l'Espagne, l'Italie, la Grèce et la Tunisie. Cependant, le secteur est confronté à un double défi : Faiblesse des productions et de compétitivité-prix. De nombreuses contraintes diverses n'ont pas permis de faire évoluer cette filière, en comparaison avec les pays voisins (la Tunisie et le Maroc) qui se sont imposés sur le marché mondial comme concurrents potentiels.

La situation interpelle la réflexion, l'interrogation même :

Comment promouvoir alors l'huile d'olive de prime à bord sur le marché national ?

L'enjeu est de taille, car le devenir de la filière oléicole en Algérie dépend de la mise en œuvre de nouveaux mécanismes impliquant l'ensemble des acteurs concernés afin de renforcer les atouts et reconquérir les opportunités qui se présentent sur les marchés intérieurs et extérieurs et la prémunir contre les menaces de l'environnement économique mondial. Il est donc impératif pour l'Algérie, du point de vue économique, de garantir les conditions optimales pour obtenir des huiles de haute qualité, particulièrement celle provenant de nouveaux territoires, dont les coûts de production sont élevés.

Nous tenterons ainsi de faire un éclairage sur l'état des lieux de la filière oléicole algérienne à travers ses forces et ses faiblesses, se basant l'analyse SWOT, notamment face à la compétitivité internationale. Aussi, nous comptons apporter une réflexion pour appréhender sur les enjeux futurs, plus particulièrement, dans leurs aspects commerciaux.

II- L'oléiculture en Algérie :

La culture de l'olivier remonte à très loin en Algérie. L'olivier et ses produits constituaient une des activités vitales des populations qui en disposent. L'huile d'olive assurait la prospérité de l'Algérie à l'époque romaine et faisait même objet d'un commerce intense entre l'Algérie et Rome¹. Mais cette denrée ne participe pas d'une manière significative à la diversité de l'économie nationale, basée exclusivement sur les ressources fossiles. Certes l'Etat algérien a consacré un programme important pour la mise en valeur de cette filière en permettant la réhabilitation d'anciens vergers et la plantation de nouveaux. Par conséquent la croissance annuelle en termes de surface réservée à l'olivier est estimée à environ 16,4%. Ce taux est considéré comme très important et remarquable pour les experts du domaine.²

a- Les plantations d'olivier:

L'oliveraie algérienne se répartit sur trois zones importantes : la zone de l'ouest représentant cinq Wilayas (Tlemcen, Ain Temouchent, Mascara, Sidi Belabbes, et Relizane. Cette zone représente 16,40% du verger oléicole national. la région centrale du pays détient la plus vaste superficie avec 57,5% du verger oléicole national répartis entre Ain Defla, Bouira ,Tizi Ouzou , Bejaia, Boumerdes et Blida. La région de la kabylie (Bouira ,Tizi Ouzou , Bejaia) détient la 44^e de la superficie oléicole nationale. La région Est détient une superficie de 26,1% du patrimoine national, répartis entre Jijel, Skikda , Mila et Guelma. Malgré l'importance du patrimoine oléicole qui constitue 44^e du verger arboricole national, cette culture ne génère que 4% des besoins du marché en matière grasse végétale. De ce fait le recours aux importations d'huiles de graines est important.³

¹CIHEM, options méditerranéennes, article de Djaffer Alloum :olièiculture algérienne; n° : 24 Paris, 1974 p 45,

² DIVECO, Rapport d'expertise de Moussouni Akli : Production et la consommation nationale d'huile d'olive, Alger, Septembre 2011.

³Sekour Belkcm : phytoprotection de l'huile d'olive vierge(H. O. V) par ajout des plantes végétales (tym,ail,romarin), mémoire de magister,université Mohamed Bougerra Boumerdes , 2011-2012,p16

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

Actuellement, d'autres plantations oléicoles commencent à voir le jour dans de nouvelles zones telles que Chlef, Biskra, Tébessa, Djelfa, Saida, M'sila, Tissemsilt, El-oued et Naama. On estime la surface occupée par l'olivier à 420 000 ha de plantations (contre 1,6 million d'hectares pour la Tunisie). Les productions ont atteint 35 000 tonnes pour l'huile d'olive et 80 000 tonnes pour les olives de table en 2008. Ces quantités demeurent les plus faibles des pays oléicoles. La Tunisie produit environ 110 000 tonnes dont 30% est exportée plus spécialement vers l'Europe et 70% est consommée au niveau local.¹

b. Structure variétale :

L'oléiculture algérienne est caractérisée par une large gamme de variétés: « Chemlal », c'est la variété dominante au nord et nord-est du pays. Elle est destinée exclusivement à l'huile. LaSigoise, de la région de Sig à l'ouest connue pour ses olives de table. Ils existent une trentaine d'autres variétés autochtones connues pour leurs spécificités ou importées telles que, 'Blanquette' Sévillane, Cornicabra, Lucques, et Picholine....

c. Production et consommation :

Parallèlement à l'augmentation des surfaces oléicoles, la production d'huile passe à une moyenne de 35000 tonnes durant les dernières années.² Cependant, selon des experts en oléiculture, le volume de production de notre pays reste insignifiant par rapport au potentiel qu'il recèle. Plusieurs causes expliquent cette situation entre autres nous citons : le phénomène de sécheresse, d'alternance des oliviers, de manque de professionnalisme dans les conduites culturales, de manque d'entretien pour une meilleure santé des vergers et bien d'autres causes constituent des goulots d'étranglement au développement de cette filière.

¹Revue El Filaha , communication A. Bensemmane ; développons le secteur de l'huile d'olive en Algérie,N°:4, Avril-Mai 2009, Alger, p. 7

²www.pole-developpementdurable.univ-cezanne.fr/.../Olivier-Tlemcen. pd.

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

Actuellement la production nationale d'huile d'olive est consommée, dans sa totalité, au niveau des zones de production. La consommation par habitant est passée d'une moyenne de 0,85 kg au cours des années 80 et 90 à 1,43 kg en 2000 et 1,53 kg en 2004.

¹Sans coût commercial, le prix de l'huile d'olive reste inaccessible au consommateur algérien. La faiblesse de consommation s'explique en grande partie par l'insuffisance de la production, manque de promotion et inexistence d'un réseau de commercialisation structuré et organisé. Ce qui induit la désorganisation et l'éclatement de la filière. Toutefois, en l'absence d'une forte demande du marché national, le recours à l'importation est quasi aléatoire (Voir le tableau suivant):

Tableau N° : 2 Evolution des importations algériennes période : 2006-2010

(en Tonne)

	2006	2007	2008	2009	2010
Egypte	0	0	107	59	42
Espagne	6	79	140	102	35,9
Italie	4	32	17	35	17
France	11	9	20	24	14
Argentine	0	0	48	0	0
Tunisie	0	19	13	237	0
Syrie	0	87	78	0	0
Autres	2	4	7	3	3,3
Total	23	230	430	460	112,2

Source : DIVECO, rapport de Majed Azzabi , op cit, P 47

Nous constatons sur une période de cinq années une augmentation des importations de plus de 20%, elles sont passées de 23 tonnes en 2005 à 112 ,2 tonnes en 2010, ce qui est considérable pour un pays qui possède beaucoup d'atouts.

¹www.internationaloliveoil.org

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

d- Le positionnement de l'huile d'olive algérienne dans le commerce international :

Nous notons que l'huile d'olive algérienne souffre d'un déficit d'image pour être connue à l'international, malgré ses atouts indéniables (une l'huile d'olive de qualité). Elle est vendue en vrac et valorisée par la suite au niveau du marché international par des sous-traitants étrangers (qui en font même un mélange), par conséquent malgré l'augmentation relative de la production d'huile d'olive les exportations restent en deçà des aspirations.

Tableau n° : 3 Evolution des exportations algériennes d'huile d'olive 2005-2010

(en tonne)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
France	15	15	34	14	35	9
Canada	6	0	22	4	17	14
Sénégal	0	0	0	0	1	
Croatie	29	100	0	0	0	
Indonésie	9	13	0	0	0	
Italie	0	60	0	0	0	
Mali	0	0	0	0	0	
Maroc	1	0	0	0	0	
Serbie	0	21	0	0	0	
Espagne	0	45	0	0	0	
Syrie	0	14	0	0	0	
Emirats arabes unis	0	50	0	1	0	
Tunisie	1	134	0	0	0	
USA	16	14	0	0	0	
Total	77	466	56	19	53	23

Source : DIVECO, rapport de Majed Azzabi , op cit, P . 47

L'évolution des exportations algériennes pour les six dernières années témoignent de la faiblesse de cette filière, qui n'arrive pas à s'accaparer des parts du marché extérieur, malgré les contingents

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

accordés à l'Algérie dans le cadre des accords avec l'Europe. Lesquelles parts qui ont été forcément arrachées par les pays concurrents. L'année 2006 enregistre un volume d'exportation en vrac important qui s'explique baisse exceptionnelle de la production mondiale

L'huile d'olive algérienne conditionnée au niveau national (ex : IFRI) est exportée principalement pour la communauté algérienne en France et au Canada, et commercialisée via des détaillants alimentant la communauté algérienne installée dans ces régions. Cette huile, comme « produit ethnique » et fortement demandée et appréciée par notre communauté dans ces pays. Ce qui permet à ce produit de se vendre à des prix élevés. Ainsi, les prix FOB (port algérien) de l'huile destinée au marché Français se situaient entre 3,8 et 4,1 Euro/kg sur la période 2008-2010. A titre indicatif, le prix moyen de l'huile d'olive extra vierge tunisienne conditionnée dans des emballages est de 2,9 Euro/kg pour la même période¹, dans le même ordre d'idées, il est important de signaler que le prix mondial de l'huile d'olive est fixé en euro et en Espagne puisqu'elle a une emprise sur le marché mondial (pays assurant les 45% de la production mondiale). ²A cela s'ajoute les pays tiers producteurs et exportateurs d'huile d'olive bénéficiant de certaines préférences tarifaires sur le marché européen dans le cadre des accords d'association (contingent à droit nul) dont notamment la Syrie, la Jordanie et le Maroc (contingent tarifaire annuel de 3. 500 T) et la Tunisie (contingent tarifaire annuel de 56 700 tonnes)³, même si l'Algérie bénéficie elle aussi d'un contingent annuel s'élevant à 1000 tonnes, mais⁴ qu'elle n'exploite pas.

En dépit de son retrait forcé du marché mondial, l'Algérie peut reconquérir progressivement une place qu'il lui revient parmi les producteurs et les exportateurs au niveau international dans les limites de ses potentialités productives. Toutefois, ceci n'est

¹DIVECO, rapport de Majed Azzabi , op cit, P 47

² IDEM

³ CIHEAM : notes d'analyses, op cit, p. 8

⁴DIVECO, rapport de Majed Azzabi , op cit, P 47

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

possible qu'en mettant en place toutes les bases nécessaires au développement de la filière oléicole qui doit s'inscrire dans une politique globale de développement de diversification de l'économie hors hydrocarbures

Identifier et traiter les facteurs contraignants est un passage obligé pour mettre en œuvre efficacement les mécanismes de développement de la filière.

III- Identification des contraintes et des opportunités de la filière oléicole en Algérie et ses enjeux futurs:¹

L'Algérie ambitionne d'augmenter sa production d'huile d'olive en mettant en place un programme très optimiste d'implantation d'un million d'hectares, cela impliquera selon un expert dans le domaine une production « de l'ordre de 300 000 tonnes d'huile d'olive à terme d'une vingtaine d'années (10 plus la production actuelle) » selon le même expert « le marché intérieur est très loin de pouvoir absorber de tels volumes. Au mieux, il pourra doubler sa consommation ». ²Pour vendre son produit, l'Algérie doit développer un marché à l'exportation ; donc s'imposer sur le marché international très exigeant. Néanmoins, la filière oléicole en Algérie souffre de son niveau très en deçà du standard international qui constitue un obstacle majeur pour la réalisation des objectifs susvisés.

a- Analyse des forces (+) et faiblesses (-) de la filière oléicole en Algérie :

Pour mieux connaître la situation de la filière en Algérie nous allons procéder à une analyse SWOT pour identifier ses forces et ses faiblesses.

¹ DIVECO, rapport de JUGLAR Philippe :analyse de la filière olives et l'huile d'olive, Alger, Octobre 2011, rapport de AZZABI Majed, op cit, rapport de MOUSSOUNI Akli, op cit.

² DIVECO, rapport de JUGLAR Philippe, op cit. , P. 2

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

(+)	(-)
-disponibilité d'assiettes pour plantation nouvelles -variétés nationales performantes -disponibilité de savoir faire national -disponibilité de zones hydrologiques potentielles -possibilité d'une agriculture intensive -disponibilité d'initiatives potentielles -volonté à la mobilisation -possibilité de subvention de l'Etat -disponibilité d'équipements performants -présence d'infrastructures adaptées -regain d'intérêts à l'égard du produit national	-des extensions extensives -faibles indices de production -phénomène d'alternance accentués -effets de sécheresse cumulés -phénomènes d'héritage fractionnaires - peu de professionnalisme - conduites culturelles inappropriées -conduite traditionnelle du cheptel -absence de protection d'assurance -absence d'esprit de filières -lenteurs bureaucratiques -recherche non valorisée -gestion des subventions non maîtrisée -profil de l'agriculteur non adapté -normes de transformation non adaptées -qualité non sanctionnée -faible consommation des ménages

b- Opportunités et menaces sur la filière oléicole en Algérie :

Même si la filière oléicole en Algérie souffre de certaines faiblesses, l'enjeu sera de renforcer la capacité des opérateurs pour saisir les opportunités marchandes que recèle le secteur.

➤ **Opportunités de la filière oléicole en Algérie :** quelques opportunités peuvent être résumées dans les points suivants :

-un marché mondial en plein croissance. Un marché local important et rémunérateur, offrant de nouvelles opportunités liées à l'implication de plus en plus de l'huile d'olives dans l'art culinaire national à travers la grande distribution qui s'installe dans le paysage commercial du pays.

- la demande mondiale en constante progression pour les produits « BIO » est un des atouts à exploiter par le biais de l'olivier de montagnes.

-Une nouvelle opportunité qui n'est pas des moindres est la possibilité de se positionner sur le marché ethnique (communauté algérienne à l'étranger) à travers la qualité

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

immatérielle reconnue récemment par le conseil oléicole international.

➤ Les menaces de l'environnement de la filière oléicole :

Le secteur connaît également quelques menaces pouvant altérer son développement, et qui se résument dans ce qui suit :

-Risque d'une baisse importante des prix sur le marché local due à l'entrée en production des nouvelles plantations qui peut dépasser la consommation interne, aggravé par la difficulté d'investissement des marchés extérieurs.

-Mauvaise maîtrise des nouvelles plantations par manque de professionnalisme dans les conduites culturales générant forcément une faiblesse des rendements et de la qualité.

-Non existence d'un marché performant et de circuit de commercialisation organisé induisant la lassitude, donc le retrait de nouveaux opérateurs, et des difficultés pouvant altérer la motivation de s'investir dans la filière.

IV- Axes de développement et perspectives d'avenir de la filière oléicole:

La réussite du secteur oléicole en Algérie, passe inéluctablement par son développement. Ce dernier peut être organisé autour des points suivants :

- Promotion et renforcement de la position de l'huile d'olive algérienne avec une politique de promotion des produits de la filière.
- incitation à l'augmentation de la consommation locale d'huile d'olive en ayant recours aux moyens de communication (médias et hors médias).
- Positionnement sur le marché international par la différenciation s'appuyant sur les spécificités de l'huile d'olive algérienne notamment par le produit « BIO ».

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

- Fédération des entreprises au sein d'un groupe homogène (consortium à l'export). De même, gérer un stock stratégique régulateur permettant une gestion des effets des baisses.
- Conception et mise en place d'une politique de prix de l'huile d'olive s'adaptant continuellement aux évolutions du marché local et international qui tient compte des intérêts des différents intervenants.
- Structuration du marché local d'huile d'olive encadré par une réglementation de protection de la qualité et du consommateur contre le produit douteux en mettant en place un réseau de distributeurs organisés.
- Création d'un réseau d'experts pluridisciplinaires en faveur de l'économie de la filière et de marketing.
- Encadrement et formation des oléiculteurs pour les sensibiliser au changement des pratiques culturelles.
- Instauration d'une nouvelle culture basée sur la pratique de l'incitation et de l'efficacité économique.

Conclusion :

La nécessité de redynamiser le secteur oléicole en Algérie, devient un objectif affiché de l'Etat. Mais le développement de cette filière est une préoccupation majeure au comment lui permettre de contribuer à la sécurité alimentaire et à la diversification de l'économie du pays.

Au regard de la complexité des enjeux auxquels l'Algérie devra répondre, nous avons tenté dans notre étude de faire un éclairage sur le marché mondial de l'huile d'olives, fin de pouvoir situer la filière algérienne dans ce contexte.

Ce dernier se caractérise par la concentration de la production, de la consommation et des échanges mondiaux plus particulièrement au niveau de l'Union Européenne. Donc une concurrence très rude qualifie ce marché, qui, actuellement se voit investir par de nouveaux pays producteurs. Ainsi le devenir de ce secteur reste

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

tributaire de la dynamique du marché mondial et des nouvelles dispositions en matière des politiques agricoles et commerciales.

Ainsi, la filière oléicole se place dans un contexte concurrentiel rude et en perpétuelle évolution où seules la qualité et la distinction priment.

L'oléiculture algérienne souffre de nombreux goulots d'étranglement qui empêchent son développement en comparaison avec les pays voisins disposants des mêmes conditions naturelles que notre pays mais qui se sont imposés sur le marché mondial comme concurrents potentiels.

Aussi, l'analyse de la situation fait ressortir que cette filière n'était pas appelée à produire la qualité. Ce qui fait que les enjeux majeurs de la filière oléicole en Algérie sont liés à la construction d'un marché multiforme par le biais d'un produit disposant d'un coût commercial pour être encadré par l'Etat pour des objectifs économiques stratégiques.

Bibliographie :

- CIHEAM(Centre international des hautes études agronomiques méditerranéennes), Options Méditerranéennes Série A : Zoubir Sahli de Université de Blida, Algérie « Produits de terroir et développement local en Algérie : cas des zones rurales de montagnes et de piémonts » ,Séminaires Méditerranéens , n. 89, Montpellier, 2009
- CIHEAM Options méditerranéennes, Serie B : Khammassi-El Efrif F, Hassainya J : « Analyse de la compétitivité des entreprises et des produits agrolimentaires : pertinence et apports de l'approche filière », n°32,Montpellier, 2001
- COI(Conseil Oléicole International) : Norme commerciale applicable à l'huile d'olive et l'huile de grignon d'olive. COI/T. 15/NC n02/Rev 7,20 novembre 1997.
- CIHEAM,NEW MEDIT, N° : 4 ; Sonia Boudiche,Bornaz, F. Kachouri : « La compétitivité du secteur de l'huile d'olive en Tunisie: Prix, qualité et avantage concurrentiel national » :Montpellier, 2003 ;
- CIHEAM ,NEW MEDIT n° : 2 ; B. Karray: Le marché européen de l'huile d'olive: Mécanismes de gestion et implications sur la position concurrentielle des pays exportateurs. Montpellier, 2004 ;
- CIHEAM : notes d'analyses n° : 66: enjeux de la filière oléicole en Tunisie et axes de développement dans le nouveau contexte politique, , Avril 2012

Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial

- DIVECO (Assistance technique au programme d'appui à la diversification de l'Economie), rapport d'expertise de Moussouni Akli : Production et la consommation nationale d'huile d'olive, Alger, Septembre 2011 ;
- DIVECO (Assistance technique au programme d'appui à la diversification de l'Economie), rapport de JUGLAR Philipe : analyse de la filière olives et l'huile d'olive, Alger, Octobre 2011 ;
- DIVECO (Assistance technique au programme d'appui à la diversification de l'Economie), rapport Majed Azzabi: analyse de la filière internationale olive et huile d'olive Algérie, octobre 2011,
- Gilbert Benhayoum, Yvette Lazzeri : l'olivier en méditerranée du symbole à l'économie, Harmattan, Paris, 2007 ;
- Karray. B : La filière huile d'olive en Tunisie : performances et stratégies d'adaptation, thèse présentée pour obtenir le grade de Docteur de l'Université Montpellier, 2002 ;
- Karray. B, Kanoun. F : Potentiel de production et d'exportation d'huile d'olive tunisienne au marché européen: une analyse prospective. Série d'étude n° : 1 , 2009.
- Mushnik, J et Lopez, E. « Petites entreprises agroalimentaires en émergence et développement local », CIRAD/SAR, Montpellier, 1999 ;
- MADR (ministère de l'agriculture et du développement rural) : Analyses par filières de produits - Fiches de synthèse par filière, Rapports de l'atelier sur les filières agricoles "Analyse et diagnostic", ITGC, Alger, (2 rapports), 2001 ;
- MADR : La nouvelle politique de développement agricole et rural - Choix stratégiques, mise en œuvre et perspectives, Alger, Novembre 2002 ;
- Revue El Filaha , communication A. Bensemmane ; développons le secteur de l'huile d'olive en Algérie, N°:4, Avril-Mai 2009, Alger ;
- Revue Eco-news, Mai- Juin 2013, Alger
- Sekour Belkcm : phytoprotection de l'huile d'olive vierge (H. O. V) par ajout des plantes végétales (tym, ail, romarin), mémoire de magister, université Mohamed Bougera Boumerdes , 2011-2012
- http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/oliveoil/full_fr.pdf
- <http://www.onh.com.tn/index.php/fr/>
- <http://www.internationaloliveoil.org>