



Ministère de l'Agriculture,  
du Développement Rural et de la Pêche



Cofinancé par l'Union Européenne

**pasa**  
Programme d'Appui au Secteur  
de l'Agriculture en Algérie



# Etat de l'art

Etude et stratégie pour l'accès aux marchés domestique et  
d'export pour l'huile d'olive de Kabylie

20 décembre 2020



**EXPERTISE  
FRANCE**  
GROUPE AFD

# Sommaire

Introduction	3
Première partie : Le marché mondial de l'huile d'olive	5
1. La place de l'huile d'olive dans le marché du corp gras :	7
2. L'huile d'olive : l'émergence de nouveaux producteurs et de nouveaux consommateurs.	8
2.1. La production	8
2.1.1. Une culture qui se modernise avec l'arrivée de la « new génération » d'oléiculteurs	14
2.1.2. Des prix entre les mains de quatre pays	16
2.2. La consommation globalise le marché de l'huile d'olive...	16
2.3. Marchés émergents	18
3. Les importations et les exportations : concentration des exportations pour un marché qui s'élargit	19
4. Les appellations d'origine « AOP » - un mécanisme de sauvegarde territorial	22
5. Autres Segments de marché	24
6. Perspectives du marché à 2024	25
Deuxième partie : Marché oléicole national et spécificités de la filière en Kabylie.	27
a. Marché national de l'huile d'olive : marché de masse en autoconsommation	32
b. Un verger oléicole ancestral, un système de trituration traditionnel	33
1. Compétitivité de la filière oléicole : coûts de production, pratiques culturelles et aspect variétal	37
1.1. Travaux sur le coût de production	37
1.2. Aspect variétal	38
2. Institutions et gouvernance de la filière oléicole	40
3. Dynamiques économiques locales et démarches de valorisation	41
Références bibliographiques	51
Rapports et travaux	54
Sites internet	56
Annexes	58

# Introduction

Cet état de l'art sous forme d'une synthèse bibliographique éclaire un état sur la littérature relative au marché, à la consommation et aux projets de développement menés dans le secteur de l'huile d'olive dans le monde et en Algérie. Elle apporte des supports d'interprétation pour le programme PASA et guide de nouveaux travaux ultérieurs en perspective.

Les oliveraies n'ont pas cessé de s'étendre au cours des trois dernières décennies. L'oléiculture a su réagir et a connu des changements majeurs au cours de ces dernières décennies. Elle est entrée dans une phase de modernisation qui a accru sa productivité et bouleversé les procédés de transformation. Longtemps confiné aux seuls pays méditerranéens, le marché oléicole s'insère désormais dans les processus de la mondialisation alimentaire. L'intérêt des consommateurs pour le régime méditerranéen et la forte médiatisation des bienfaits de l'huile d'olive sur la santé ont fait que ce produit a franchi les frontières traditionnelles de consommation pour aller conquérir de nouveaux marchés en Amérique du Nord, en Asie, au Moyen Orient et en Australie.

Parallèlement, l'inscription dans de nouveaux ancrages territoriaux s'est opérée avec la multiplication des signes d'indication géographique (AOP, IGP). Ces changements ont offert à l'oléiculture une nouvelle ère de prospérité au cours des décennies 1990 et 2000 mais lui font maintenant courir les risques inhérents à toute activité agricole intégrée dans la globalisation économique. La « tradition oléicole » est devenue un élément de modernité ; ses paysages qui paraissaient inchangés depuis l'Antiquité sont aujourd'hui des éléments de patrimoine et des garants d'identité régionale ; ses produits se sont mués en symboles de qualité et de typicité régionale et identitaire.

Comme de nombreux pays du sud méditerranéen, l'Algérie est consciente que la culture de l'olivier peut être développée et ne représente aujourd'hui qu'un tiers de son potentiel (Filaha Innove, 2009). L'un des défis majeurs de la filière oléicole nationale reste la conformité des huiles d'olive produites et commercialisées aux normes de qualité. En effet, la croissance et la compétitivité de ce secteur constituent les préoccupations majeures des opérateurs de la filière oléicole et des pouvoirs publics. Dans la conjoncture actuelle du marché oléicole international régi par des normes, souvent contraignantes aux systèmes de production nationaux dominés par un caractère traditionnel, l'impératif de la compétitivité devient alors un élément déterminant. Ces éléments viennent souvent interrogés l'agenda de la politique publique de l'Agriculture et de l'industrie agroalimentaire. L'Algérie a mis en place, depuis les années 2000, une politique visant l'amélioration de la sécurité alimentaire nationale, le développement de certaines filières agricoles prioritaires et la mise en valeur des terres. Cette politique a été mise en œuvre au travers de différents plans nationaux dont notamment le Programme National de Développement Agricole (PNDA 2000-2010), la Politique de Renouveau Agricole et Rural (PRAR 2010-2014) et aujourd'hui, le Plan FELAHA 2014-2020. L'oléiculture a largement bénéficié de ces programmes qui ont fait évoluer la structure nationale de la production de l'huile d'olive.

Quant au marché et à la consommation, la volatilité des prix des produits agricoles sur les marchés internationaux a incité l'Algérie à mettre en place, au cours de la décennie 2000, des mécanismes de subventions budgétisées pour des produits stratégiques de large consommation (lait, pain et semoule), subventions élargies aux sucres et aux huiles végétales à partir de 2011. Le différentiel entre les cours internationaux et les prix fixés aux consommateurs sont pris en charge par les recettes pétrolières (Ben Messaoud, 2019).

Les activités confiées par l'UE à Expertise France dans le cadre du PASA portent sur le renforcement de la filière oléicole dans les wilayas de Bejaïa, Bouira et Tizi-Ouzou (Région de la Soummam)<sup>1</sup>. Dans ce cadre, le diagnostic réalisé avec les acteurs de la filière ont fait part de leur volonté de mieux comprendre le marché de l'huile d'olive au niveau local, national et international et ce, afin de mieux se positionner sur ces marchés et valoriser les produits de nos terroirs. Le programme a aussi constaté un manque d'information et de connaissance quant aux attentes des consommateurs.

L'étude de marché auprès des consommateurs, des producteurs, ainsi que la diaspora nous permettra d'obtenir la vision la plus complète et la plus pertinente du marché de l'huile d'olive de la Kabylie afin de prendre les meilleures décisions marketing. Elle se traduit concrètement par la collecte et l'analyse de données de sources diverses dans le but de créer un plan d'action marketing pertinent et efficace en collaboration avec des experts de la filière.

Ainsi, pour documenter l'étude opérationnelle du marché et de consommation de l'huile d'olive en Algérie, nous avons choisi de décrire le contexte macroéconomique dans lequel évolue le marché au niveau international mais aussi national. Le Premier chapitre abordera l'importance économique du secteur de l'huile d'olive dans le monde, en s'intéressant à la structure de l'offre et de la demande. Le second chapitre concernera le secteur oléicole en Algérie et en Kabylie. Le troisième chapitre fera une rétrospective descriptive des projets de développement en mettant en évidence le périmètre d'intervention.

---

<sup>1</sup> La Soummam (prononcé [sumam]) est un fleuve du nord de l'Algérie long de 425 kilomètres. Né de la confluence de l'oued Sahel et de l'oued Bou Sellam à Akbou et termine son cours à Béjaïa pour se jeter dans la mer Méditerranée.



# Première partie : Le marché mondial de l'huile d'olive



Cette première partie de l'étude passe en revue l'environnement mondial de l'huile d'olive et nous apporte des éléments de réflexion sur le positionnement marketing de l'huile d'olive de Kabylie ; partie qui sera abordée dans les prochains livrables.

Nous avons rencontré une certaine hétérogénéité dans les chiffres due au caractère informel de cette filière dans certains pays, notamment du sud méditerranéen. Nous retiendrons néanmoins la tendance du marché qui est en hausse selon les spécialistes du secteur. Après avoir établi un état des lieux mondial de la production d'huile d'olive, on s'intéressera aux exportations et aux importations. Nous concluons ce chapitre avec un focus prospectif sur le marché de l'huile d'olive à horizon 2024 à travers une analyse suivant le modèle des cinq (5) forces de Porter.

## **1. La place de l'huile d'olive dans le marché du corp gras :**

Le marché de l'huile et corps gras est un marché fortement concurrentiel. Largement utilisé dans les processus industriels, souvent mis en cause par les spécialistes de la santé en raison des graisses saturées jugées peu favorables à la santé, le marché des corps gras est dominé par l'huile de palme (35 %), l'huile de soja (29 %) et par l'huile de colza (15%).

Selon les spécialistes du secteur, la principale difficulté du développement du secteur de l'huile d'olive réside dans la forte concurrence des autres huiles et graisses comestibles à travers le monde. Cette concurrence comporte deux aspects selon Mili (2006) :

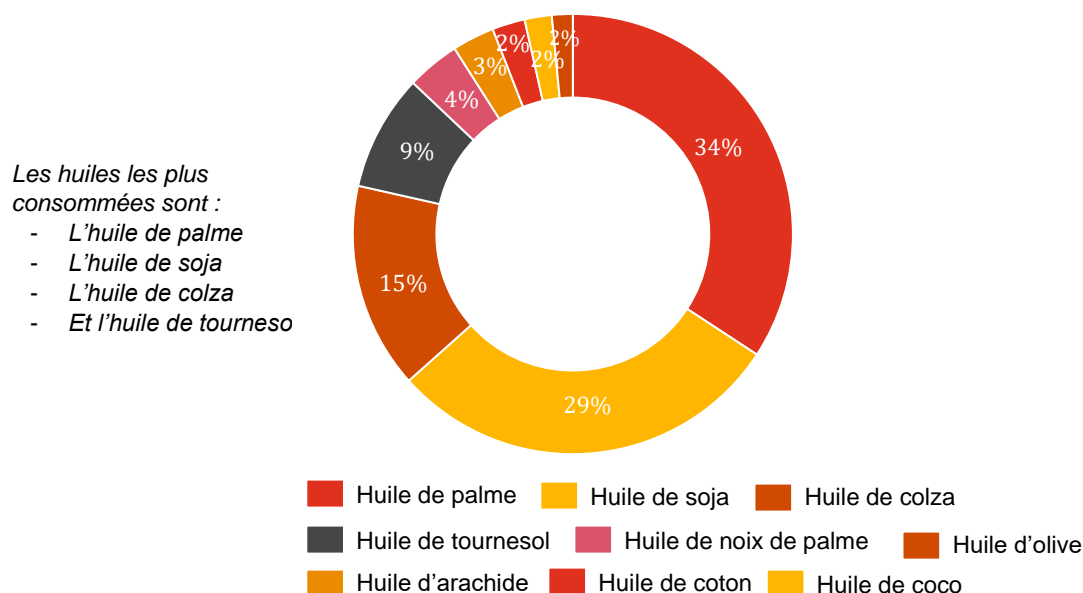
- i. D'une part, l'écart de prix en faveur des autres huiles ne favorise pas la consommation d'huile d'olive, bien que l'écart se soit quelque peu réduit au cours des dernières années ;
- ii. D'autre part, la majorité des consommateurs, y compris les consommateurs traditionnels d'huile d'olive, estiment qu'il existe un important facteur de substitution entre les huiles.

La figure 1 ci-joint présente la production des principales huiles sur le marché mondial. Bien que la part de l'huile d'olive ne contribue qu'à environ 3 % (entre 2000 et 2020) selon les chiffres du COI (2017), cette dernière fait l'objet d'un intérêt croissant de la part de nouveaux pays, notamment grâce aux résultats des recherches scientifiques qui mettent en lumière les bienfaits sur la santé de ce produit.

Au-delà des mouvements migratoires qui expliquent la mise en production de l'olivier, l'expansion du marché de l'huile d'olive est aussi le résultat de plusieurs facteurs. A partir des études de Ancel Keys (Keys, 1975), qui ont mis en avant la forte corrélation entre alimentation, taux de cholestérol et morbidité due aux maladies cardiovasculaires, un grand nombre d'études ont démontré les bienfaits sur la santé de la « la diète méditerranéenne ». L'huile d'olive doit ses qualités à sa haute teneur en acides gras mono insaturés et à sa richesse en polyphénols. Les nutritionnistes recommandent d'ailleurs en général 2 cuillères à soupe par jour d'huile d'olive, sur les 4 cuillères d'huile végétale conseillées au quotidien.

**Figure 1. La consommation mondiale des principales huiles végétales en 2016-2017**

(1 000 tonnes, prév. 2016/2017, source USDA, graph. A.Paris/Afidol)



Source : USDA, graph. Présentation AFIDOL selon le COI 2017

Le regain d'intérêt pour l'huile d'olive se traduit par une mutation de la chaîne de valeur et des changements majeurs dans les process de production ainsi qu'une concurrence de plus en plus accrue entre les pays producteurs : derrière le géant espagnol et les producteurs traditionnels se trouvent désormais de nouveaux pays producteurs qui recherchent une rentabilité maximum. L'évolution des circuits commerciaux d'approvisionnement reflète également un changement profond de la structure du marché mondial ces dernières années (Jean-Louis Barjol, 2014).

Une offre atomisée, et une forte concentration de la demande de la grande distribution donnent lieu à des niveaux de prix particulièrement bas et préoccupant selon les professionnels du secteur et du COI, de nature à remettre en question la rentabilité de cette production agricole dans les zones rurales les moins compétitives où elle joue un rôle vital.

## 2. L'huile d'olive : l'émergence de nouveaux producteurs et de nouveaux consommateurs.

### 2.1. La production

L'acteur principal du marché mondial de l'huile d'olive est l'Union Européenne (méditerranéenne). L'Espagne, l'Italie, le Portugal et la Grèce, assurent la quasi-totalité de la production européenne (avoisinant les 90% en moyenne). L'UE a fortement soutenu cette expansion, d'une part par des mesures d'incitation à la production, à l'exportation et au stockage dans le cadre de la politique agricole commune (PAC), et d'autre part, par le financement significatif de campagnes de promotion de l'huile d'olive à partir du milieu des années 1980 et pendant près de vingt ans.



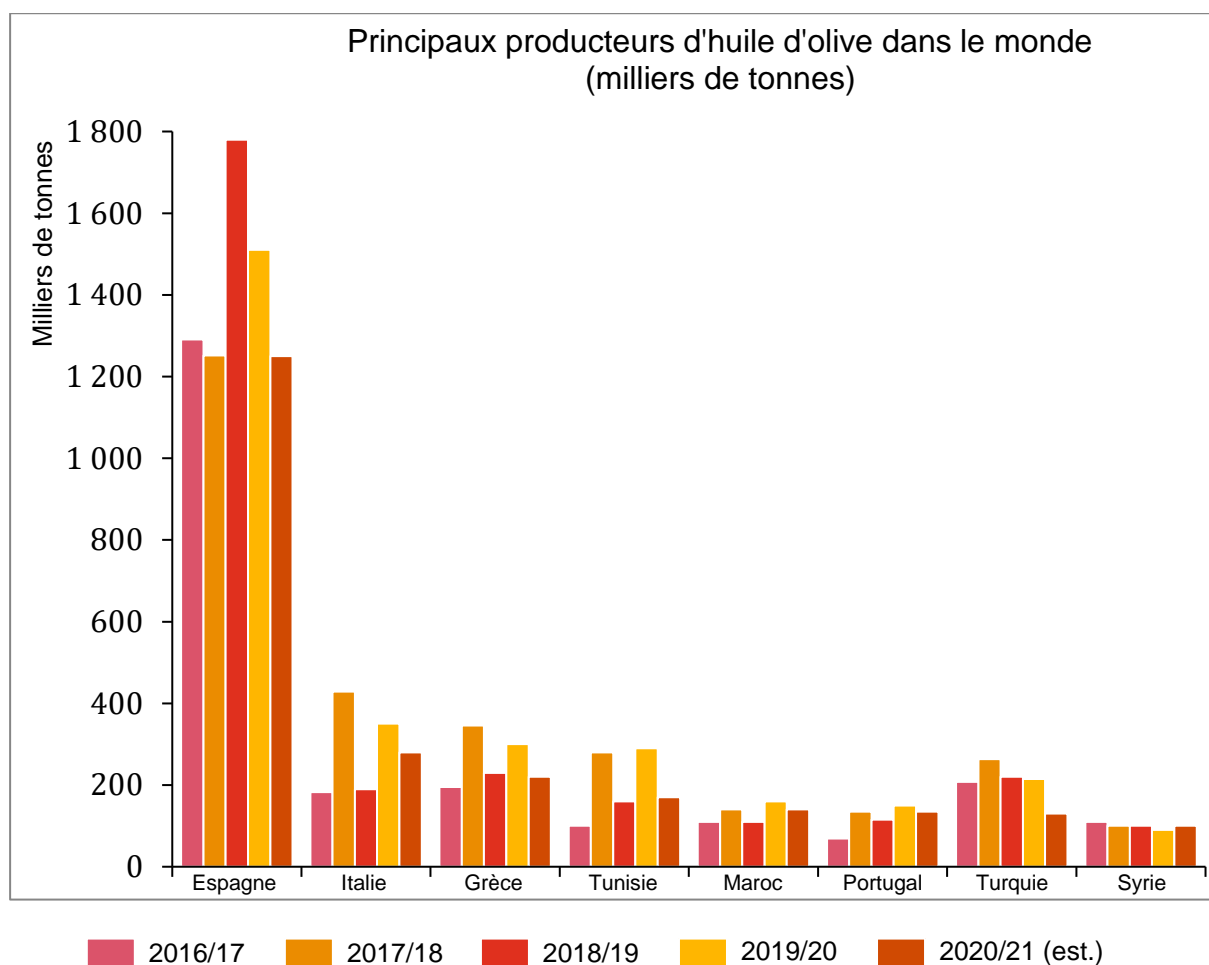
En dehors de l'UE, la Tunisie a toujours été un producteur important d'huile d'olive, avec une croissance continue des niveaux de production. Le pays a toujours été présent sur le marché mondial de l'huile d'olive, exportant des volumes comparables aux volumes des exportations d'huile d'olive extra vierge de l'UE. Parmi les autres pays producteurs, les données statistiques disponibles montrent que la Turquie est un autre acteur important sur le marché mondial de l'huile d'olive, cependant avec de fortes fluctuations dans ses volumes de production. Depuis quelques années, la Syrie est devenue un acteur qui compte, sa production moyenne se situant légèrement au-dessous de celle de la Tunisie ; en revanche sa présence sur le marché d'exportation est extrêmement limitée et irrégulière notamment depuis les événements qu'a connu le pays au cours des dernières années. Citons enfin d'autres producteurs émergents, comme le Maroc, la Jordanie, l'Afrique du Sud, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Iran, même si leur présence sur le marché mondial n'est pas comparable à celles de l'UE ou celle de la Tunisie (Agroligne n°88, 2014).

Selon le COI (2020), la production de la campagne 2020/2021 de l'huile d'olive devrait atteindre 3 086 500 tonnes, soit 5% de moins que la saison précédente. Selon le prévisionnel réalisé par le CEAO, une nouvelle évolution de la répartition de la production dans les grands pays producteurs doit être mise en évidence, puisqu'elle revient à son ordre le plus habituel après l'irruption de la Tunisie en 2019/2020 en tant que deuxième producteur mondial. L'Espagne augmente sa production de 21%, tandis que l'Italie, la Grèce, la Tunisie, le Portugal, la Turquie et le Maroc produiront moins d'huile d'olive dans cette nouvelle campagne par rapport à la précédente.

La cinquième place sur le classement revient au Maroc, dont la production estimée est de 140 000 tonnes, (5% de la production mondiale). Dans ce pays, comme au Portugal, il y a eu une tendance à la hausse de la production moyenne ces dernières années, en raison des plantations intensives qui ont été réalisées au cours de la dernière décennie dans ces deux pays et leurs ambitieuses politiques publiques agricoles. Ainsi, les huit grands producteurs assurent 86,99% de la production mondiale d'huile d'olive au cours de la saison 2020/2021 en cours selon cette même source d'étude.

Les chiffres rapportés sur la figure 2 ci-dessous, confirment que la production de l'huile d'olive est essentiellement Euro-méditerranéenne.

**Figure 2: La part des principaux pays producteurs d'huile d'olive dans le monde**



Source : COI, 2020<sup>2</sup>

Pays	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21 est.	% Var
Espagne	1 290 600	1 251 300	1 780 000	1 250 000	1 510 000	20,80%
Italie	182 300	428 900	190 000	350 000	280 000	-20,00%
Grèce	195 000	346 000	230 000	300 000	220 000	-26,70%
Tunisie	100 000	280 000	160 000	290 000	170 000	-41,40%
Maroc	110 000	140 000	110 000	160 000	140 000	-12,50%
Portugal	69 400	134 800	115 000	150 000	135 000	-10,00%
Turquie	208 000	263 000	220 000	215 000	130 000	-39,50%
Syrie	110 000	100 000	100 000	90 000	100 000	11,10%

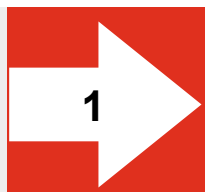
<sup>2</sup> [http://www.sevi.net/es/3576/200/15379/Hacia-una-producci%C3%B3n-202021-de-aceite-de-oliva-en-el-mundo-de-3086500-t-\(-5\).htm](http://www.sevi.net/es/3576/200/15379/Hacia-una-producci%C3%B3n-202021-de-aceite-de-oliva-en-el-mundo-de-3086500-t-(-5).htm)

Pour cette saison, une récolte mondiale de 3,11 millions de tonnes est attendue. Cette baisse est due à la perte subie par tous les pays producteurs de l'arc méditerranéen à l'exception de l'Espagne. La principale raison qui expliquerait ces baisses de production chez les principaux producteurs est la saisonnalité de l'olivier. Selon les explications de Juan Vilar, professeur à l'université de Jaén : « La plupart des oliveraies de ces pays sont traditionnelles, comme c'est le cas en Italie, en Grèce ou en Tunisie, qui l'année dernière (saison 2019/2020) a eu une récolte raisonnablement élevée. Surtout la Tunisie, un pays qui a marqué le marché avec une baisse des prix tout au long de l'année dernière, ou le Portugal qui a connu une récolte record avec environ 150 000 tonnes. Le marché a réagi à cette pénurie mondiale des huiles d'olive extra vierge notamment par une hausse des prix. En fait, les premières opérations commerciales ont été clôturées au-dessus de 3 euros le kilo (Portugal). L'Espagne place ces prix autour de 2,40-2,50 euros. Les cours devraient diminuer encore quelque peu, selon les études prévisionnelles, mais resteraient autour de 2,25-2,35 euros / kilo jusqu'à fin janvier 2021 ».

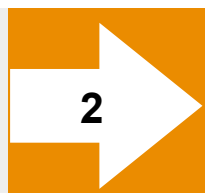
Mili 2006, rapporte que la moitié des oliviers restent des productions de type traditionnelles, qui assurent 40 % de la production mondiale, alors que les 60% restants se répartissent entre une production intensive (30 % de la surface et 50 % de la production) et une production marginale (20 % de la surface et 10 % de la production).

Les 17 membres adhérents au COI : Albanie, Algérie, Argentine, Égypte, Irak, Iran, Israël, Jordanie, Liban, Lybie, Maroc, Monténégro, Syrie, Tunisie, Turquie, Union européenne et Uruguay réalisent 98 % de la production mondiale selon les données de 2016, ce chiffre reste sensiblement le même aujourd'hui.

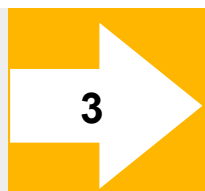
Selon J-L Barjol, Directeur exécutif du Conseil oléicole international en 2014, on distingue trois types de pays producteurs derrière l'Espagne :



Pays producteurs à forte tradition oléicole dans lesquels le système de production reste majoritairement traditionnel, soit pour des raisons structurelles (terrain, climat, etc.), soit faute d'investissements qui permettraient de cultiver des surfaces plus grandes comme : Turquie, Grèce, France, Italie



Pays à forte tradition oléicole dans lesquels se sont développés à côté du système traditionnel des modèles de production plus intensifs comme : Le Portugal et la Tunisie.



Pays récemment entrés dans la production oléicole dont les acteurs recherchent une rentabilité maximum et ont une mentalité plus conquérante en termes de commercialisation comme : Salvador, Ethiopie, Kuwait, Ouzbékistan, Azerbaïdjan et la Macédoine

## Encadré – les grandes zones de production méditerranéenne

Pays	Taille des exploitations	Répartition des régions oléicoles	Variétés d'olive
<b>L'Espagne</b>	2,2 millions d'hectares plantés possède un quart des oliveraies mondiales et est donc le plus gros producteur. C'est aussi le plus gros exportateur avec 40% de sa production totale dédiée à l'export.	Il y a quatre grandes régions oléicoles en Espagne : l'Andalousie, la Castille, l'Estrémadure et la Catalogne ; l'Andalousie assurant les trois quarts de la production nationale.	Les variétés d'olives les plus répandues en Espagne sont : le Picual, l'Arbequina, la Cornicabra et l'Hojiblanca.
<b>L'Italie</b>	Seconde derrière l'Espagne mais ses exploitations sont de dimensions restreintes, c'est pourquoi on compte en Italie plus de 700 000 producteurs et 5000 moulins.	Les régions italiennes les plus productrices sont les Pouilles (environ 50% de la production italienne), la Sicile, la Campanie, le Latium, la Toscane, les Abruzzes, la Sardaigne, la Ligurie, la Lombardie, l'Ombrie et les Marches.	Les variétés d'olives à huile les plus répandues sont : Agoglio, Biancolilla, Bosana, Frantoio, Leccino, Moraiolo.
<b>La Grèce</b>	Possède 80 millions d'oliviers distribués sur près d'un million d'hectares et plus de deux mille moulins en activité. Environ 85% de la production grecque sont de l'huile vierge extra et plus d'un tiers de cette production est destinée à l'exportation dont 97% vers les pays de l'union européenne.	Les deux principales régions productrices d'huile d'olive sont la Crète et le Péloponnèse qui représentent plus de 60% de la production grecque.	Les olives les plus célèbres en Grèce sont : l'Adramitini, l'Amigdalolia, la Kalamata, la Konservolia, la Koroneiki, la Mastoidis, la Megaritikiki et la Valanolia.

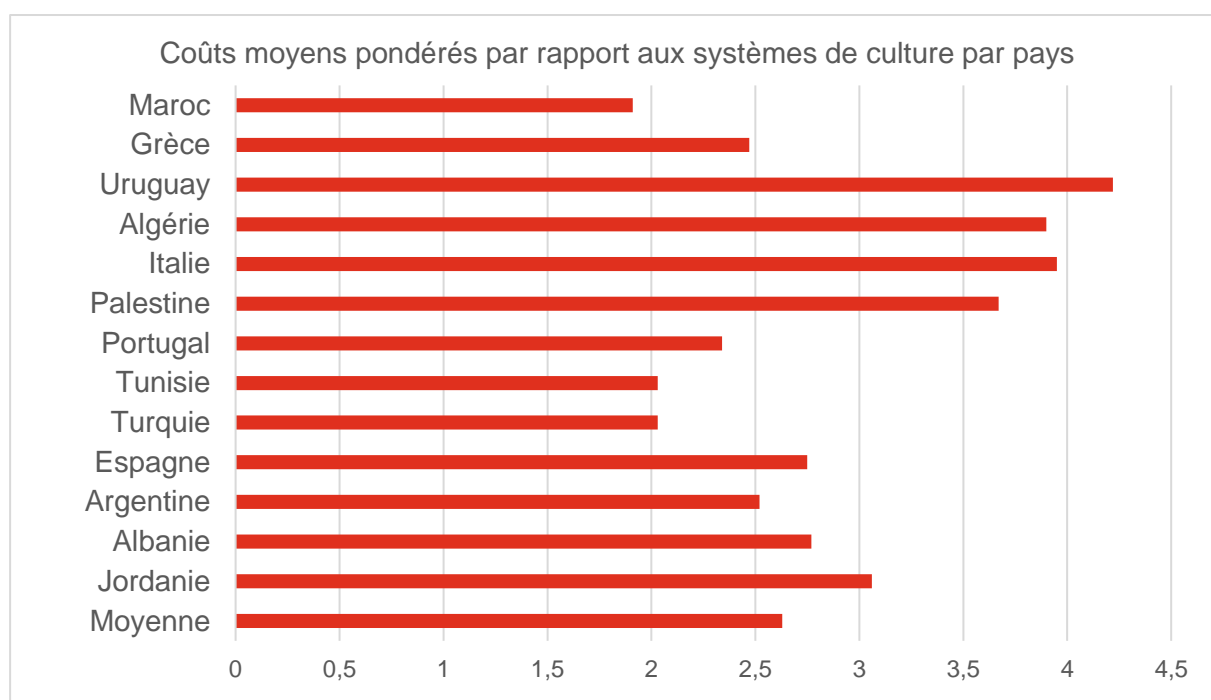
Pays	Taille des exploitations	Répartition des régions oléicoles	Variétés d'olive
<b>Le Portugal</b>	Possède 27 millions d'oliviers.	Ce pays compte deux principales régions productrices : la province méridionale de l'Alentejo et, plus au nord, celle du Trads-os-Montes.	Les variétés d'olives les plus connues au Portugal sont : Galega, Carrasquenha, Redondil.
<b>La France</b>	On y compte seulement 3,5 millions d'oliviers plantés sur à peine 20 000 hectares, qui fournissent environ 4000 tonnes d'huile d'olive chaque année et ne compte qu'environ 150 moulins.	La surface oléicole en France se répartit sur quatre régions : la Provence-Alpes-Côtes d'Azur, le Languedoc Rousillon, le Rhône Alpes et la Corse.	Les variétés d'olives les plus répandus en France sont : L'Aglandau, la Picholine, la Grossane, la Bouteillan, la Lucques, la Sabine, l'Olivère, la Tanche.
<b>Tunisie</b>	1.9 millions d'ha de surface oléicole pour 88 millions d'oliviers, premier producteur mondiale de l'huile d'olive biologique avec 255 mille ha certifiés biologique. 1707 huileries.	Les régions de Sousse, Monastir, Mahdia, Sfax, Médenine, Kairouan, Sidi Bouzid, Nabeul, Siliana, Zaghouan, Kasserine, le Kef et Gafsa constituent les principales zones de production d'olives à huile et totalisent 87% des plantations nationales.	Deux variétés, la Chemlali et la Chetoui, sont les principales variétés cultivées en Tunisie, bien qu'il en existe d'autres, dites secondaires, plus spécifiques à de petites régions à l'instar de la Oueslati, la Chemchali, la Zalmati, la Zarrazi, la Gerbouli et la Sayali



### 2.1.1. Une culture qui se modernise avec l'arrivée de la « new génération » d'oléiculteurs

Les nouveaux investisseurs se trouvent à des échelles variées dans certains pays traditionnels. Ils ont l'avantage d'avoir pu recourir aux techniques de production les plus avancées : sélection variétale, irrigation et fert-irrigation modernes... il s'agit d'exploitations intensives ou super-intensives qui permettent de réduire les coûts de production (figure 3 et figure 4) et surtout de mécaniser toutes les opérations agronomiques, depuis la taille jusqu'à la récolte. Ces structures traduisent un rendement moyen par hectare et une production globale plus élevés. Leurs oliveraies sont souvent de grande taille et généralement associés à des unités modernes d'extraction de l'huile ou d'élaboration d'olives de table avec des unités de conditionnement, des laboratoires, etc. Ce sont des producteurs de dernière génération qui ont peu en commun avec l'image que nous avons des agriculteurs.

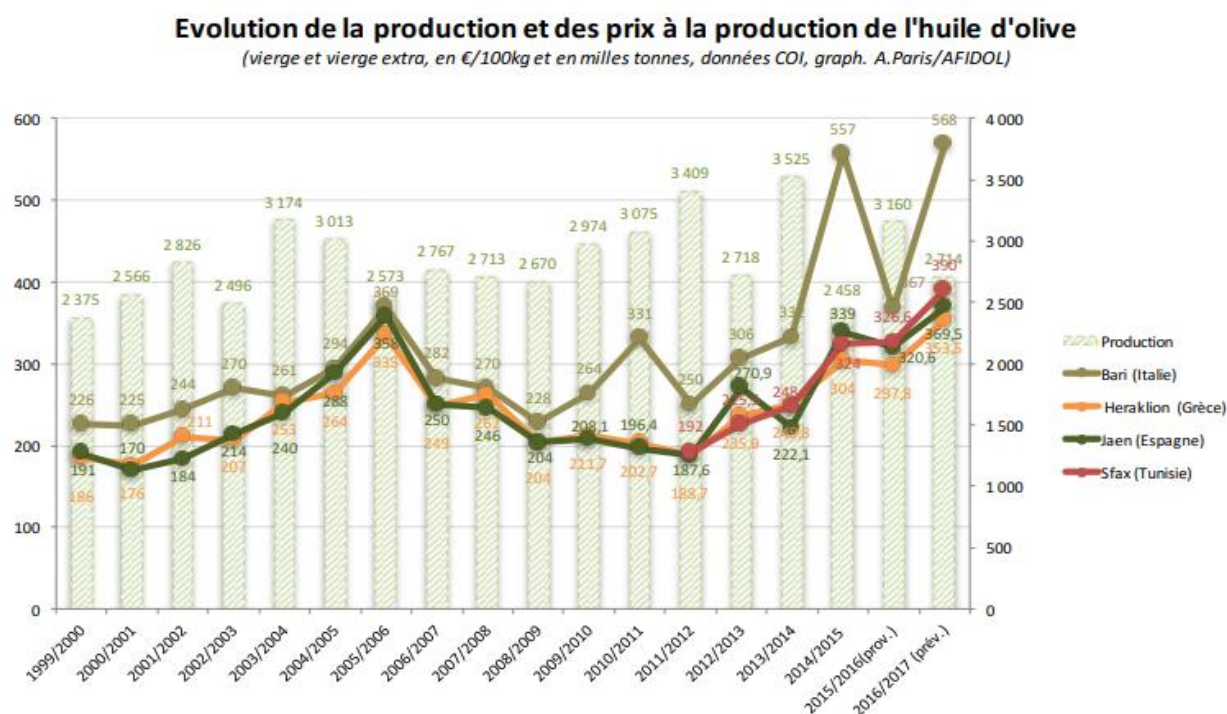
**Figure 3. : comparaison des Coûts moyens de production d'huile d'olive dans les pays producteurs**



Source : (Conseil Oléicole international, 2015)

Unité monétaire (euros)

**Figure 4 : Coût de production d'un kilogramme d'huile d'olive dans les principaux pays producteurs**

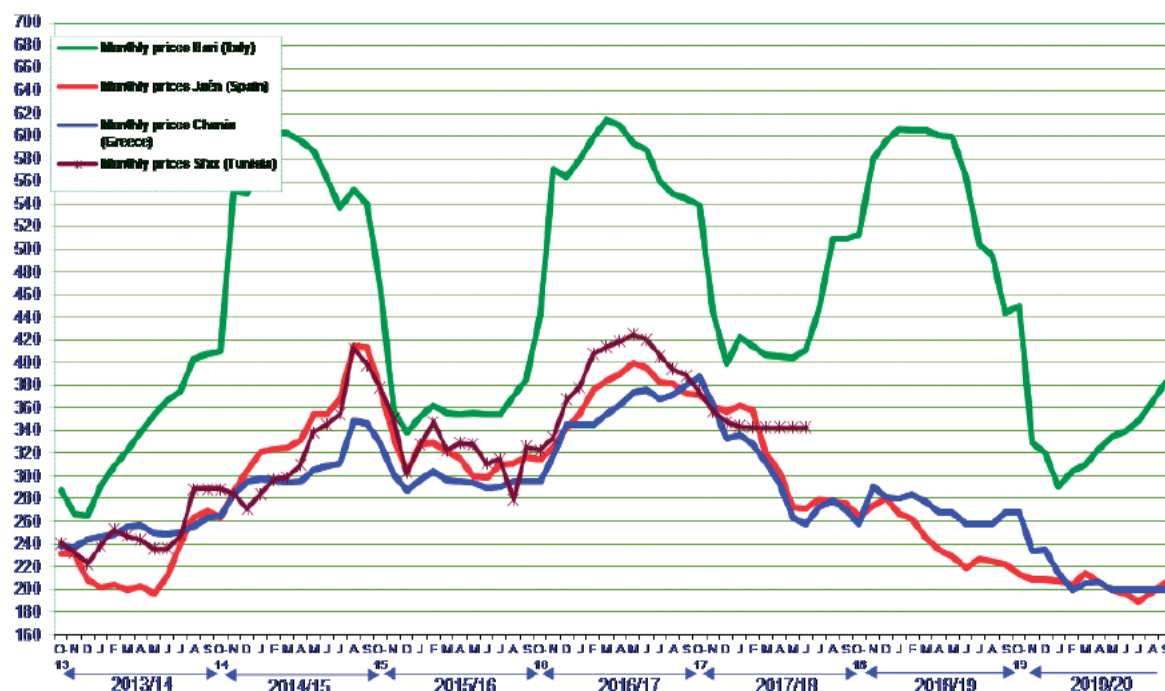


Cette situation donne lieu à une concurrence plus forte entre les pays producteurs ainsi qu'entre les différents types d'acteurs au sein d'un même pays.

Si le secteur oléicole est un secteur qui change au niveau de la structure de sa production, c'est également vrai au niveau des opérations plus en aval, en particulier au niveau du conditionnement. Nous observons ainsi depuis quelques années une augmentation de la part des importations d'huile en vrac par les États-Unis au détriment des importations en bouteilles, ce qui traduit le développement d'une activité de conditionnement dans ce pays. Si ce phénomène – qui représente aujourd'hui déjà plus de 40 % des importations des États-Unis – venait à se confirmer, il signifierait une évolution des circuits commerciaux d'approvisionnement de ce pays et se traduirait par une diminution de l'importance des conditionneurs italiens. Si ce phénomène s'accompagnait d'un développement des exportations des États-Unis vers les pays de l'ALENA (Canada et Mexique), on assisterait à un changement profond de la structure du marché mondial (hors commerce intra Union européenne) actuellement dominé par l'Italie et l'Espagne.

## Encadré : L'évolution des prix mensuels de l'huile d'olive vierge extra et de l'huile d'olive raffinée selon le COI 2020<sup>3</sup>

Euros/100 kg



### 2.1.2. Des prix entre les mains de quatre pays

**Huile d'olive extra vierge** - Le prix de la production de cette catégorie en Espagne s'élevait à 2,13 €/kg au cours de la dernière semaine de septembre 2020, ce qui représente une baisse de 4% par rapport à la même période de la dernière campagne.

**Italie** - Le prix de la production de l'huile d'olive vierge extra était de 3,85 €/kg au cours de la dernière semaine de septembre 2020, soit 17% de moins par rapport à la même période de l'année précédente.

**Grèce** - Au cours de la dernière semaine de septembre 2020, le prix de cette catégorie était de 2,00 €/kg, soit une baisse de 25% par rapport à la même période de la dernière campagne.

**Tunisie** - Le prix de l'huile d'olive vierge extra en Tunisie est resté stable au cours des dernières semaines de juin 2018, 3,43 €/kg, ce qui représente une baisse de 18% par rapport à la même période de la campagne précédente.

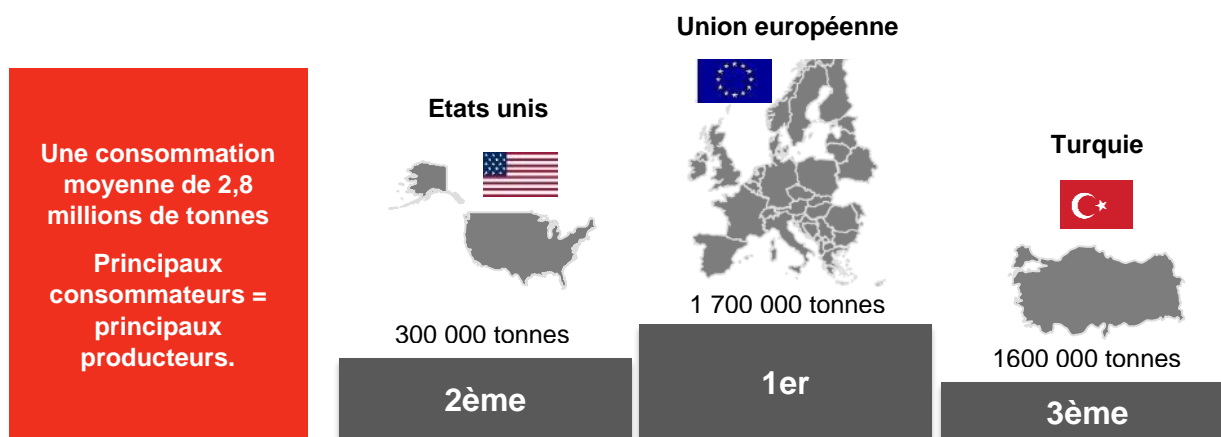
### 2.2. La consommation globalise le marché de l'huile d'olive...

L'augmentation de la production s'est accompagnée, grâce aux efforts de la promotion des acteurs publics et privés du secteur d'une augmentation de la consommation, passant de 2 millions de tonnes au milieu des années 90 à plus de 3 millions de tonnes aujourd'hui. Il y a dix ans, les pays non-membres du COI contribuaient à 12,5 % de la consommation mondiale ; aujourd'hui, ils consomment près de 25 % des huiles commercialisées. Les études de marché

<sup>3</sup> Newsletter n°154/ octobre 2020

menées ces dernières années par le COI en Chine, en Russie, aux États-Unis, au Canada, au Brésil, au Japon et en Australie confirment cette tendance.

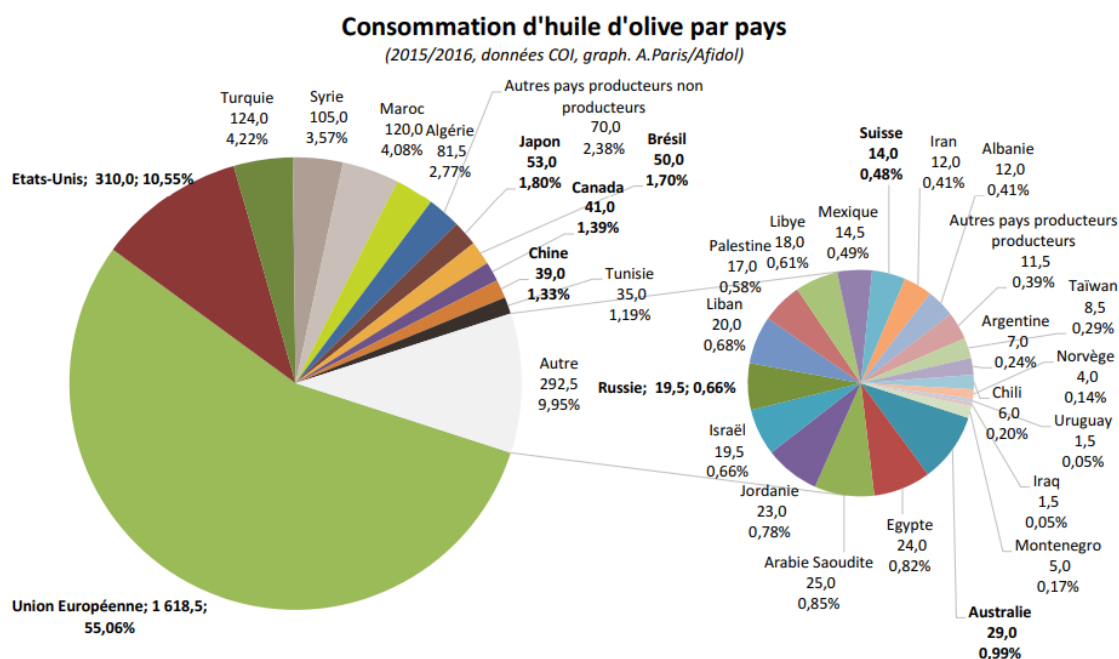
**Figure 5 : principaux pays consommateurs de l'huile d'olive**



Dans le dossier spéciale Huile d'olive 2014, il a été rapporté que l'UE occupe sans conteste le premier rang, sa consommation globale représentant plus des deux tiers de la consommation mondiale. À l'intérieur de l'UE, l'Espagne, l'Italie et la Grèce assurent plus de 80 % de la consommation. Quant aux pays dits tiers, c'est-à-dire ceux qui ont récemment été pénétrés via les campagnes de promotion du Conseil Oléicole International – les États-Unis, le Canada, l'Australie, le Brésil, le Japon et la Chine – leur consommation cumulée est de l'ordre de 450 000 tonnes métriques, dont 300 000 tonnes pour les États-Unis.

Les statistiques du Conseil Oléicole International sur les 20 dernières années laissent penser que les tendances de la consommation apparente suivent celles de la production. Ces différentes configurations nationales sont détaillées dans la figure 6 ci-dessous.

**Figure 6 : Importance comparative de la consommation des pays sur le marché de l'huile d'olive**



Les fortes productions observées certaines années sont généralement suivies d'une baisse des prix qui, à son tour, induit une hausse à retardement de la consommation. Le classement des principaux acteurs sur le marché mondial de l'huile d'olive dépend de la variable envisagée (à l'exception de l'UE qui demeure un acteur majeur quelle que soit la variable) : la Tunisie, par exemple, est un acteur important en termes de production et d'exportation, mais pas en termes de consommation, sa politique ayant toujours été de subventionner les huiles végétales de substitution importées, de manière à promouvoir les exportations de l'huile d'olive nationale.

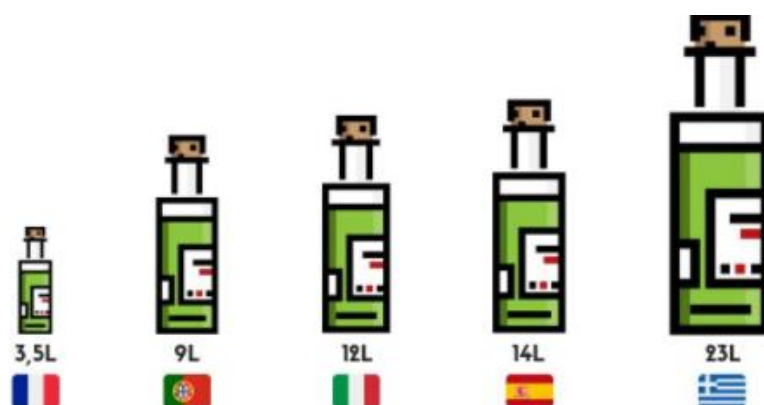
### 2.3. Marchés émergents

La Fédération des Industries des Corps Gras sur la consommation de l'huile d'olive au sein de l'Europe indique selon les chiffres de 2016 que la Grèce reste malgré un recul au cours des dernières années, championne de la consommation d'huile d'olive par habitant avec 23,1 litres, suivie par l'Espagne (14 l), l'Italie (12 l), le Portugal (9 l) et la France (3,5 l). Ces données ont fort probablement légèrement baissé en 2019-2020 dû à une baisse du pouvoir d'achat, une augmentation du prix de l'huile d'olive et la concurrence des autres huiles végétales.

Les autres pays producteurs ont une consommation de moins de 5 litres par habitant comme pour la Tunisie, le Maroc, et l'Algérie. Parmi les pays non producteurs, on peut noter l'Australie (1,4 l), les Etats-Unis (0,7 l), la Belgique (1,4 l), le Luxembourg (3 l).



**Figure 7 : consommation Standard d'huile d'olive / habitant /an**



Cependant, on observe actuellement une baisse de la consommation d'huile d'olive dans les pays producteurs alors que cette tendance s'inverse dans les pays non producteurs (USA, Brésil, Chine...). En effet, une part grandissante de la production d'huile d'olive est consommée dans des pays qui ne l'ont découverte que récemment, essentiellement grâce à des campagnes de promotion génériques conduites par le Conseil oléicole international courant les années 1980 (Mili, 2006). Lorsque ces campagnes ont commencé, la consommation des États-Unis ne dépassait pas 40 000 tonnes métriques d'huile d'olive, laquelle était essentiellement d'une qualité et d'une origine inconnues (Data monitor, 2010). En 2019, les importations américaines dépassaient 330 000 tonnes d'une huile généralement de qualité premium (COI, 2019/2020).

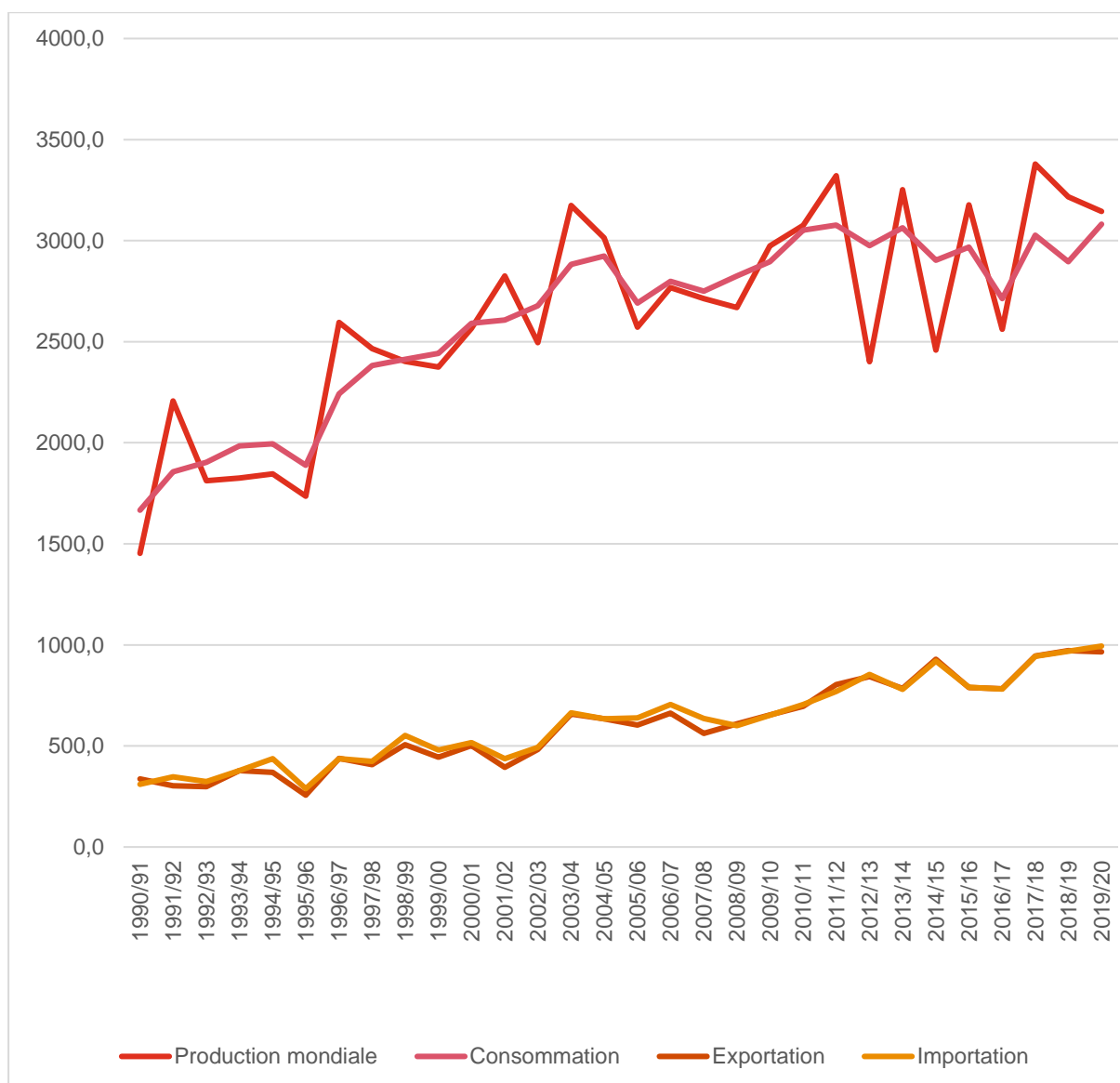
Depuis ces campagnes nutritionnelles et sanitaires, plusieurs pays, comme les USA, la Grande-Bretagne ou l'Australie, ont lancé des recommandations nationales en termes de nutrition qui s'inspirent du modèle méditerranéen. La redécouverte de la « bonne cuisine » et du plaisir de cuisiner, ainsi que la recherche de santé dans son assiette, ont amené à un attrait pour la cuisine méditerranéenne (cuisine italienne, espagnole, grecque, libanaise, maghrébine etc.) qui utilise l'huile d'olive comme matière grasse.

Dans un autre registre, la grande distribution a favorisé sa diffusion et a permis de garder un certain équilibre sur le marché international en stabilisant les prix. En effet, selon certains auteurs dont Mili, 2006, la recherche de nouveaux débouchés pour le marché de l'huile d'olive dans des pays nouveaux consommateurs à partir des années 1990 a répondu à la nécessité de placer une production qui dépassait la demande dans les pays méditerranéens.

### **3. Les importations et les exportations : concentration des exportations pour un marché qui s'élargi**

Entre 1990 et 2019, Les importations des huiles d'olive sont restées plus ou moins stables exprimant des jeux de régulations des pays consommateurs. L'exportation sensiblement plus élevée en volume est demeurée également à des niveaux équivalents entre la période 1990 et 2003, avant de doubler entre 2005 et 2019 comme indiqué sur le graphe 7 ci-dessous. Pour la campagne 2020, le COI annonce que la Tunisie, l'Espagne, l'Italie et le Portugal se distinguent comme principaux fournisseurs du marché mondial avec des parts de marché importantes.

**Figure 8 : Evolution des importations et des exportations entre 1990-2019**



Source : (COI, Novembre 2019)

Unité : milliers de tonne

Les importations d'huile d'olive ont augmenté de 23,3% au cours des 10 premiers mois de la campagne 2019/2020 par rapport à la même période de la campagne précédente. Depuis le début officiel de la pandémie de COVID-19 en mars 2020, les importations ont augmenté de 42,3% par rapport à la même période de l'année précédente (Source : COI, 2020) annonçant une tendance à la hausse du marché.

Selon PALMA et PADILLA (2012) ; plus des trois quarts des exportations mondiales d'huile d'olive ne concernent que trois pays : l'Espagne, l'Italie et la Tunisie qui occupe de plus en plus une place importante. L'Espagne, confirme encore son premier rang clé du marché. En 2007, 53 % de l'huile produite en Espagne a été exportée (FAOSTAT), notamment vers l'Italie (FAOSTAT). Les autres pays destinataires, mais beaucoup moins importants, sont la France, l'Australie, les Etats-Unis et le Royaume Uni. La plus grande partie de l'huile exportée est de qualité élevée : 59 % d'huile extra- vierge et 20 % d'huile vierge (COI). Trois pays nouveaux

producteurs d'huile d'olive gagnent de l'importance dans les exportations : c'est le cas de l'Argentine, de l'Australie et des Etats-Unis. Bien qu'exportatrice d'huile d'olive, l'Italie en est en même temps le premier importateur, elle assure un tiers des importations mondiales. Suivent les Etats-Unis (environ 18 % des importations totales) et la France (8 %).

Cette structure des flux mondiaux concentrés autour de la méditerranée nous indique que l'Italie est un acteur central. En effet, l'Italie importe massivement de l'Espagne, ainsi que de la Tunisie et de la Grèce. Elle achète souvent en vrac pour revendre ensuite à des pays tiers en captant une valeur ajoutée grâce au conditionnement. L'Italie domine le marché de l'export notamment vers les Etats-Unis, et d'autres pays au monde comme le Canada, la France, la Chine, l'Espagne, l'Australie et le Royaume Uni. De son côté, la Tunisie exporte tout d'abord en Italie, ensuite aux Etats-Unis, en France, en Espagne et au Maroc. Le gouvernement de Trump a imposé une taxe de 25% sur les huiles d'olive en provenance de l'Espagne, le lobby italien a su s'imposer dans ce nouveau marché notamment avec une présence de diaspora importante d'italiens.

Comparé aux prix de vente d'autres huiles végétales, celui de l'huile d'olive est élevé, le rapport dépasse les 2,5. Les prix de l'huile d'olive en vrac à la frontière des pays méditerranéens sont plus ou moins stables, par contre les prix de l'huile conditionnée sont beaucoup plus élevés (3 à 4 fois) surtout dans les pays nouveaux consommateurs.

Les principales marques mondiales d'huiles d'olives sont d'origine italienne et espagnole. Le Leader du marché mondial est Carapelli (Italie) suivi de la marque Carbonell (Espagne) (en annexe liste des opérateurs mondiaux les plus importants.)

La structure des ventes d'huiles conditionnées en Italie et en Espagne est présentée sur le tableau suivant :

**Structures des ventes d'huiles d'olive conditionnées**

	Italie	Espagne
Huile extra vierge	68%	26%
Huile vierge raffinée	35%	62%
Huile de grignon d'olive	3%	12%

Source : COI, 2014

On observe une stratégie de niche et de qualité qui s'est développée au niveau de la commercialisation de l'huile d'olive conditionnée à l'échelle mondiale.

La stratégie des grandes firmes opérants dans le secteur de l'huile d'olive est difficile à appréhender et à analyser. Leurs programmes et stratégies de développement sont gardés secrets.

En ce qui concerne le marketing, les différences sont notables. Dans les pays producteurs de l'U.E, la vente de l'huile d'olive extra vierge s'effectue uniquement en conditionnée et sous des marques propres. Le nombre de marques commerciales est très élevé dans les pays de l'U.E (plus de 300)

On relève en France trois tendances marketing à savoir :

- Les marques les plus prestigieuses sont vendues dans des boutiques spécialisées et dans les hypermarchés,
- La montée en puissance de la vente directe par Internet et par téléphone,
- L'augmentation des ventes des huiles d'A.O.C. (Appellations d'origines contrôlées)

#### **4. Les appellations d'origine « AOP » - un mécanisme de sauvegarde territorial**

Les AOP, un mécanisme de sauvegarde, de différenciation et de développement : Le système des Appellations d'Origine Protégée (AOP) et des Indications Géographiques Protégées (IGP) a été mis en place en 1992 par l'Union Européenne (Règlement (CEE) 2081/92) pour remplacer les systèmes nationaux et garantir aux consommateurs des caractéristiques et des propriétés conférant une valeur ajoutée aux produits.

Les études et la littérature sont abondantes sur ce sujet dont Annarita ANTONELLI, Sébastien ABIS en 2012, ces deux auteurs mettent l'accent sur le rôle de l'AOP qui peut garantir également le respect de normes de base au moyen de la certification des systèmes d'assurance de la qualité, et permet de sauvegarder des productions typiques liées à l'origine dans un contexte de libéralisation croissante du commerce agricole. Selon eux, Le Règlement 2081/92 veut « favoriser la diversification de la production agricole afin de réaliser sur le marché, un meilleur équilibre entre l'offre et la demande » en insistant sur la composante territoriale. Les processus de certification de la qualité ont pour principal objectif d'obtenir des revenus de différenciation, grâce à l'existence d'une marque collective qui atteste le respect d'un cahier des charges fixant un ensemble de conditions de qualité et de typicité devant être remplies par les huiles. Ces stratégies de différenciation constituent l'un des principaux choix compétitifs permettant la sauvegarde de petites exploitations et entreprises agroalimentaires situées en milieu rural, généralement en situation d'infériorité dans la lutte concurrentielle pour les produits indifférenciés, dont le marché est régi par des stratégies de domination par les prix et les coûts. Ces démarches représentent aussi un moyen efficace pour s'opposer à la présence croissante sur le marché de produits provenant des nouveaux pays producteurs (États Unis, Australie, Chili et Chine demain).

La communauté européenne a créé, en 1992, l'Appellation d'Origine Protégée pour les produits agricoles entièrement élaborés, avec un savoir-faire particulier, dans une zone géographique précise.

Pour obtenir cette appellation, le produit alimentaire doit être produit, transformé et élaboré dans sa région d'origine. Elle est souvent confondue avec d'autres appellations propres à chaque Etat. En France, elle est plus connue sous le nom d'AOC (Appellation d'Origine Contrôlée), et est accordée par l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO).

Dans une étude comparative (Espagne, France, Grèce, Italie et Portugal), Stéphane Angeles (2007) conclue que les appellations d'origine protégée constituent désormais des éléments essentiels pour le secteur oléicole car elles ne cessent de se multiplier et offrent un moyen de protection et de promotion pour des huiles d'olive de qualité face à un marché huilier très concurrentiel. Depuis leurs premières apparitions dans les années 1970 en Espagne et surtout

à la suite du règlement R 2083/92 de l'Union européenne, les appellations d'huile d'olive se sont multipliées dans les pays européens. Chaque État a établi ses AOP avec ses propres réglementations et ces dernières permettent de percevoir des démarches et des approches diverses au sein des oléicultures européennes. La place et les particularités des milieux oléicoles dans chaque pays sont autant d'éléments qui influent sur la nature des cahiers des charges. La France et l'Espagne paraissent avoir deux approches différentes : la réglementation française s'attache particulièrement aux modes de production alors que les textes espagnols sont plus précis vis-à-vis des caractéristiques des huiles d'olive. La France met donc plus l'accent sur l'oléiculture, fondement de la typicité du produit. Elle a une « approche oléicole ». En revanche, l'Espagne a une « approche huilière » et privilégie des garanties scientifiques pour l'huile d'olive, preuves tangibles d'une certaine qualité. L'Italie offre la particularité de mettre en valeur les deux approches dans ses textes réglementaires. Loin d'être opposées et contradictoires, ces deux conceptions des AOP d'huile d'olive sont le reflet de la diversité et la pluralité des oléicultures européennes dont les appellations permettent le maintien et la sauvegarde.

Selon Lamani et al. (2016), L'huile d'olive revêt une grande importance dans l'économie de nombreux pays de l'UE, une politique oléicole a été mise en place pour maintenir et renforcer le positionnement stratégique des opérateurs au sein de l'Union Européenne. Une politique axée sur l'amélioration de la qualité et sur des mesures encourageant les oléiculteurs à satisfaire les consommateurs. Le budget alloué à la politique communautaire en faveur de l'huile d'olive dépasse les 2.3 milliards d'euros par an (CE, Direction Générale de l'Agriculture, 2013).

Concernant l'huile d'olive, seules les huiles vierges ou vierges extra peuvent obtenir cette appellation.

En Europe, il existe un grand nombre de marques commerciales. On dénombre 12 AOC en Espagne, 12 en Italie, 27 en Grèce et 5 en France comme montré sur le tableau ci-après.

**Tableau : Nombre d'Appellations d'Origine Protégée d'huile d'olive dans l'Union européenne et quelques pays voisins en 2019.**

Pays	Nombre d'AOP	Exemples d'AOP
<b>Italie</b>	42	Monte Ibléi en Sicile, Terra di Barri dans les Pouilles...
<b>Espagne</b>	30	Baena en Andalousie, Les Garrigues en Catalogne...
<b>Grèce</b>	18	Kalamata dans le Péloponnèse...
<b>France</b>	7	Corse, Vallée des Baux, Provence...
<b>Portugal</b>	6	Alentejano dans l'Alentejo, Tras os Montès...
<b>Slovénie</b>	1	Istra
<b>Tunisie</b>	1	Teboursouk
<b>Maroc</b>	1	Tyout-chiadma

Source : Commission européenne (base de données DOOR)

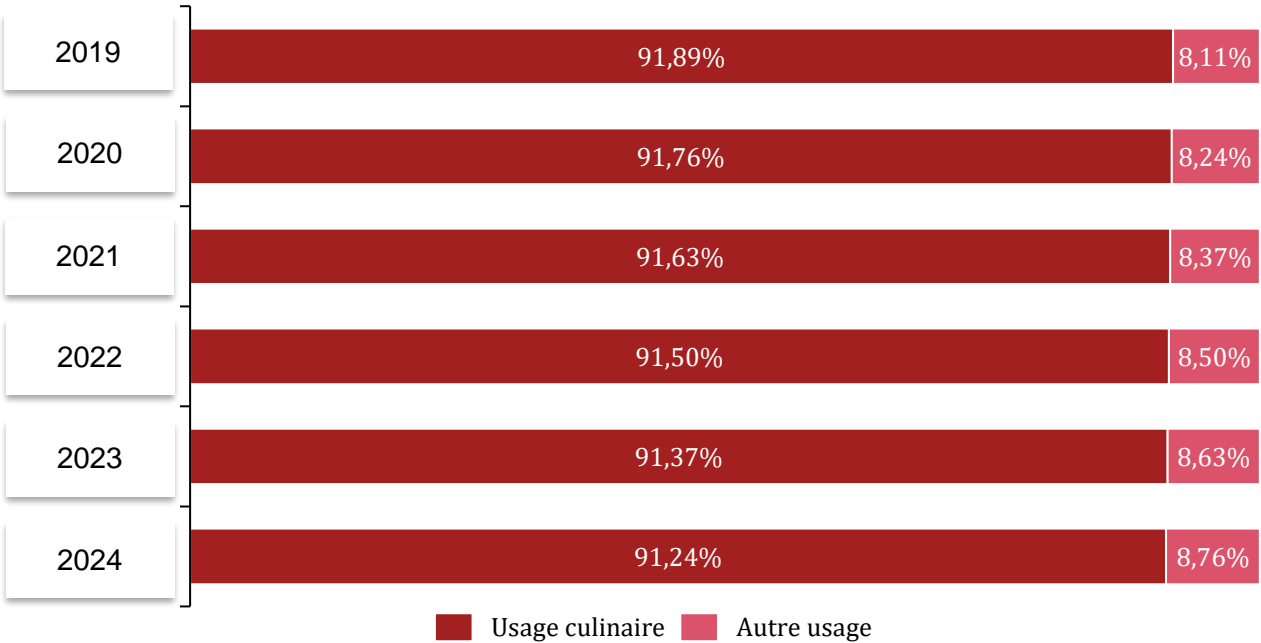


Ainsi la réglementation 2081/92 produit un vrai coup de fouet dans l'éclosion des AOP oléicoles qui augmentent rapidement : 4 en 1993, 90 en 2006 et près de 104 en 2019 dans l'Union Européenne qui produit 80% de la production mondiale d'huile d'olive. Toutefois, leur répartition n'est guère homogène et offre de grandes disparités selon les États.

5. Autres Segments de marché

Le marché mondial de l'huile d'olive est segmenté en usage culinaire et autres usages. L'utilisation culinaire constituait le segment le plus important en 2019. La position sur le marché 2019 de l'ensemble des 2 segments restera probablement la même en 2024 indiquant que la structure du marché verra des changements limités.

Figure 9 : Part de marché 2019-2024 (%) de l'huile d'olive selon le débouché



Source : TECHNAVIO, Marché mondial de l'huile d'olive 2020-2024

L'autre segment de niche du marché de l'huile d'olive inclut diverses utilisations dans de multiples secteurs tels que le pharmaceutique, le cosmétique, autres utilisations industrielles. On retrouve ainsi des produits cosmétiques, et para-cosmétiques à base d'huile d'olive (prévention de la chute de cheveux, crème pour la peau). L'utilisation de l'huile d'olive dans les médicaments et autres alicaments a pour conséquence le recrutement de nouveaux utilisateurs réguliers ayant un bienfait sur la santé tels que : la prévention des risques d'accidents vasculaires cérébraux (AVC), et les crises cardiaques.

Nous assistons au lancement d'un nombre croissant de nouveaux produits utilisant l'huile d'olive et mettant en avant ses mérites tels que : des lotions pour le corps à base d'huile d'olive, des shampooings, des gels douche, des savons, des crèmes et des huiles capillaires. Cette

demande devrait avoir un impact sur la croissance du marché mondial de l'huile d'olive au cours des prochaines années.

6. Perspectives du marché à 2024

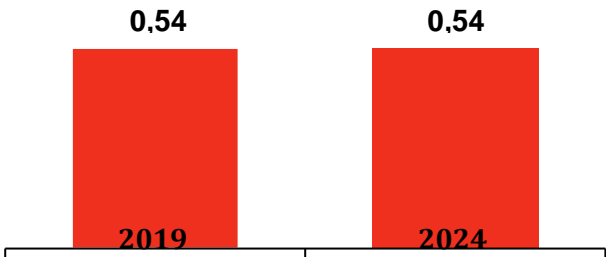
La conquête de nouveaux créneaux et marchés se pose en termes de production d'huile de qualité, d'instauration de label de qualité, de lancement de marque d'appellation d'origine contrôlée et de valorisation des sous-produits.

Le nombre croissant de lancements de produits liés à l'huile d'olive dans différentes régions du monde et l'augmentation des importations et des exportations d'huile d'olive dans le monde entier, en particulier dans des pays comme les États-Unis, l'Australie, la Chine et le Brésil, sont les principaux facteurs qui devraient stimuler la croissance du marché mondial de l'huile d'olive au cours des prochaines années. Outre les Etats-Unis, grand consommateur et non producteur, de nouveaux consommateurs apparaissent : le Canada, le Japon, les pays du Golfe, les pays nordiques et l'Afrique du sud....

Selon TECHNAVIO, 2019 l'Espagne et l'Italie étant les principaux contributeurs resteront les principales locomotives de cette croissance. Il existe d'importantes opportunités pour les nouveaux pays fournisseurs d'huile d'olive, néanmoins ils font face à une importante concurrence des acteurs historiques du marché mondial.

Le schéma suivant représente l'état du marché sur la base des 5 forces de Porter :

Index de favorabilité du marché



Paramètre	Score haut	Score moyen	Score bas
Intensité concurrentielle	0,1	0,5	1,0
Pouvoir de négociation des clients	0,1	0,5	1,0
Pouvoir de négociation des fournisseurs	0,1	0,5	1,0
Menace de nouveaux entrants	0,1	0,5	1,0
Produits de substitution	0,1	0,5	1,0

Methodology:

The market favorability index is calculated as an average of the parameters listed in the matrix. Each of these parameters is analyzed through as a set of factors that have weights assigned to each of them. These scores are arrived at based on the level of impact (low, medium or high). The net result is an average of individual scores of the factors on the parameter, which is consequently averaged to arrive at the market favorability index.

Analyse des 5 forces de Porter :

- **Pouvoir de négociation des acheteurs** : Le pouvoir de négociation des acheteurs est faible en raison de l'alignement des prix selon la qualité et la provenance de l'huile d'olive sur le marché.
- **Pouvoir de négociation des fournisseurs** : Le pouvoir de négociation des fournisseurs est faible, étant donné que plusieurs petits agriculteurs et fournisseurs régionaux fournissent des acteurs majeurs opérant sur le marché mondial de l'huile d'olive. La majorité des fournisseurs locaux ou régionaux ont des contrats à longs termes avec les mastodontes du marché avec des marges de manœuvre très réduite au vu du rapport de force déséquilibré.
- **Menace des nouveaux entrants** : menace plutôt modérée, l'important investissement en capital nécessaire à la mise en place des installations de transformation et de la fabrication de l'huile d'olive réduit la menace d'entrée de nouveaux acteurs majeurs sur le secteur.
- **Menace de produits de substitution** : menace élevée, L'huile de coco, l'huile de palme, l'huile de maïs, l'huile de tournesol, l'huile de canola et l'huile d'avocat sont les principaux substituts de l'huile d'olive. La popularité croissante des produits de substitution a fait augmenter la menace à ce niveau.
- **Intensité concurrentielle** : L'intensité concurrentielle est importante sur le marché de l'huile d'olive, cela est dû notamment au fait que le marché est très fragmenté. Le large choix en termes de prix, de qualité pousse les acteurs à innover afin de capter des parts de marché plus importantes.

## Deuxième partie : Marché oléicole national et spécificités de la filière en Kabylie.



Les travaux sur la filière oléicole en Algérie soulignent que l'oléiculture joue un rôle économique, social et environnemental important. La superficie oléicole à travers le pays est estimée à plus de 431.634 hectares (2019) avec un nombre d'oliviers égale à 60 632 901 produisant plus de 8 millions de quintaux d'olives et 100 millions de litres d'huile d'olive (Source, MADR 2020).

La production oléicole est en continuelle hausse depuis 2000, mais elle connaît des fluctuations d'une année à l'autre. Une hausse insufflée par les politiques d'encouragement mise en place, dans le cadre du Plan National du Développement Agricole (PNDA) en 2000, apportant un soutien important au secteur oléicole (incitation à l'investissement dans la filière), puis l'arrivée en 2010, de la Politique du Renouveau Agricole et Rural (PRAR) pour le renforcement de la filière (organisation de la profession production, transformation et commercialisation) dans le but d'intensifier la production et de moderniser les filières stratégiques dont la filière oléicole.

(Chedded M A 2015), dans sa thèse, a réalisé l'étude d'impact du PNDA sur la culture oléicole (2000-2006), les résultats des enquêtes ont montré que le PNDA n'a pas eu d'impact sur les différents paramètres analysés. Les investissements réalisés dans le cadre du PNDA n'ont pas permis une augmentation significative du rendement en olives. En effet, le rendement en olives était de 25,33 kg/arbre durant la période 1996-1999 et de 24,33 kg/arbre durant la période 2000-2006.

Les enquêtes ont mis en évidence que les bénéficiaires du PNDA n'ont pas vu leur exploitation se développer de manière significative. Cela a été expliqué par le fait que la très petite taille des parcelles est un obstacle majeur aux investissements techniques nécessaires.

Selon (Mendil M 2009), à partir de 2005, le MADR a lancé un nouveau programme de développement de l'oléiculture en intensif (400 plants/ha), qui a permis la réalisation de 13.410 ha à travers 15 wilayas des régions steppiques et sahariennes. Les résultats positifs n'ont commencé à apparaître qu'à partir du lancement de nouveaux programmes et politiques de 2008, par le soutien des chaînes continues et confiseries.

Un programme de réhabilitation, dédié aux zones traditionnelles de production a porté sur : La régénération des plantations âgées qui constituaient 60% du peuplement ; La confection de cuvette en zone de pente > 12% ; L'acquisition de filets de récolte ; Le soutien au débroussaillage et greffage d'oléastres.

De nouvelles mesures ont été prises dans le cadre de la PRAR, permettant la poursuite des soutiens existants, mis à part le greffage et la taille qui sont pris en charge dans le cadre des PPDR au même titre que la réhabilitation de moulins traditionnels : La mise en place de nouveaux soutiens qui portaient sur : L'acquisition d'équipements de récolte (peignes, fouetteurs ...), La modernisation des capacités de stockage (individuelles ou collectives); L'acquisition de chaîne de conditionnement (uniquement pour les formes collectives), la création de nouvelles plantations à différentes densités en fonction des conditions agro-climatiques et la possibilité pour les wilayas de mettre en œuvre des projets à initiatives locales et/ou des projets individuels.

En effet, tous ces programmes et politiques ont impulsé un regain d'intérêt envers l'oléiculture avec l'émergence de nouveaux espaces oléicoles au niveau de la steppe, les hauts plateaux et le sud. Ces nouvelles plantations se trouvent dans des zones non dédiées traditionnellement à cette culture à savoir Biskra, Tébessa, Saida, M'sila, Tissemsilt, El-oued... A titre d'exemple, la wilaya de Djelfa, qui en 20 ans, a vu sa surface oléicole passer de près



de 200 ha d'oliviers à plus de 11 329 ha, avec près de 3 millions d'oliviers, en rapport, soit un accroissement de 5% de la superficie oléicole nationale.

Zoubeidi M ; Dahane A, (2020) soutiennent dans leur article que l'un des objectifs du programme national du développement agricole et rural, a été atteint, à savoir une diversification des productions agricoles, un rapprochement de l'agriculture et de l'industrie alimentaire et enfin, une réorientation de la demande alimentaire vers une offre locale abondante et variée.

De ce fait, une nouvelle cartographie de l'oléiculture fait son apparition, essentiellement en termes de potentiel oléicole, réparti comme suit : 50% au centre, 23% à l'ouest, 16% à l'est et 7% au sud (MADR 2020).

Nous avons exploité la base de données oléiculture du MADR 2020 (voir annexe 1, ainsi que le fichier envoyé sous format numérique). Nous schématisons la répartition du potentiel oléicole par zone de production.

**Tableau : répartition des surfaces oléicoles et production de l'huile d'olive par région<sup>4</sup>**

	Données campagne 2019				Moyenne 2015 – 2019			
	Superficie occupée	Oliviers en rapport	Total prod. olives	Prod. d'huile	Superficie occupée	Oliviers en rapport	Total prod. olives	Prod. d'huile
	(ha)	(nombre arbres)	Qx	HI	(ha)	(nombre arbres)	Qx	HI
Total centre	217 582	17 863 060	3 201 033	653 430	211 135	15 811 100	2 765 081	532 802
% par rapport au total national	50%	41%	37%	62%	50%	42%	37%	62%
Total ouest	98 292	11 282 165	3 254 716	139 016	97 180	9 496 684	2 874 414	111 309
% par rapport au total national	23%	26%	37%	13%	23%	25%	38%	13%
Total est	68 471	6 991 661	1 215 705	161 764	69 622	5 993 747	1 063 147	136 651
% par rapport au total national	16%	16%	14%	15%	16%	16%	14%	16%

<sup>4</sup> **Centre** : Bejaia, Tizi-Ouzou, Bouira B.B.Argeridj, Sétif, Jijel, Médéa, Boumerdes.

**Ouest** : Mascara, Tlemcen, S.B.Abbes, Tissemsilt, Mostaganem, Oran, Relizane, Ain-defla, Saisa, A.Témouchent, Chlef, Tiaret.

**Est** : Batna, Skikda, Mila, Tebessa, Guelma, Souk-ahras, Khenchela, El-tarf.

**Sud** : Djelfa, M'sila, Biskra, El-oued, Laghouat.

	Données campagne 2019				Moyenne 2015 – 2019			
	Superficie occupée	Oliviers en rapport	Total prod. olives	Prod. d'huile	Superficie occupée	Oliviers en rapport	Total prod. olives	Prod. d'huile
	(ha)	(nombre arbres)	Qx	HI	(ha)	(nombre arbres)	Qx	HI
Total sud	31 717	5 482 475	789 925	77 606	31 212	4 664 336	614 755	57 289
% par rapport au total national	7%	13%	9%	7%	7%	12%	8%	7%
Total autres	15 572	1 854 753	226 163	21 417	16 022	1 435 343	210 914	19 066
% par rapport au total national	4%	4%	3%	2%	4%	4%	3%	2%
Total	4311 634	43 474 114	8 687 541	1 053 234	425 171	37 401 210	7 528 310	857 117

Source : base de données MADR 2020

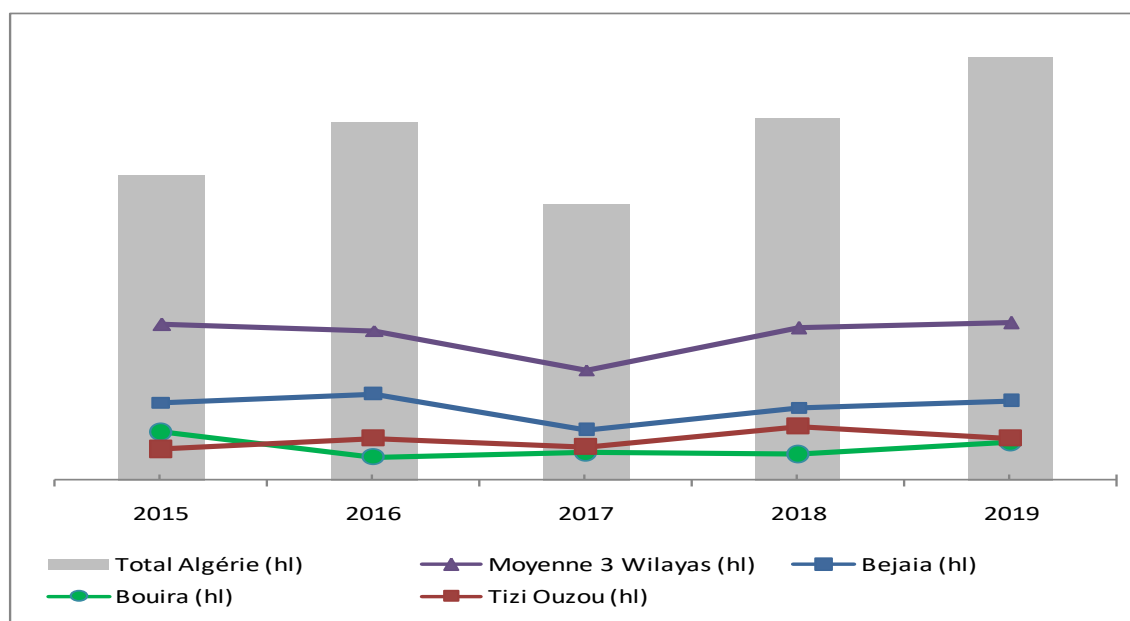
La moitié de la surface oléicole nationale est concentrée dans le centre avec une dominance au niveau des 03 wilayas pilotes du projet PASA (Bejaia, Bouira et Tizi-Ouzou). Trois wilayas potentiellement productrices d'huile d'olive, elles produisent en moyenne 42% de la production nationale. Une production qui a atteint en 2019, près de 390 227 hectolitres d'huile d'olive. (MADR 2020).

**Tableau : Evolution de la production d'huile d'olive dans les 3 wilayas (en hectolitre)**

Production huile d'olive	Bejaia	Bouira	Tizi Ouzou	Moyenne 3 wilayas			Total Algérie
années	(hl)	(hl)	(hl)	(hl)			(hl)
2015	193 312	118 710	75 862	387 884		51%	758 892
2016	212 726	56 700	102 710	372 136	-4%	42%	889 662
2017	124 168	68 021	81 700	273 889	-26%	40%	685 425
2018	181 363	63 513	134 100	378 977	38%	42%	898 375
2019	194 713	92 440	103 074	390 277	3%	37%	1 053 234

Source : Etablie sur la base des données MADR 2020

**Figure : Tendance d'évolution de la production d'huile d'olive dans les 3 wilayas**



Source : Etablie sur la base des données MADR 2020

La tendance de l'évolution de la production d'huile d'olive nationale, suit en général celle des trois wilayas. L'alternance de l'olivier témoigne de cette fluctuation, néanmoins la tendance est plus vers l'évolution où la production a atteint les 1 millions d'hectolitres d'huile d'olive.

Nous constatons que la part de la production des 3 wilayas, au cours de ces 5 dernières années, diminue comparativement à d'autres wilayas productrices d'huile d'olive. L'exploitation de la base de données nous illustre que certaines wilayas de l'ouest (l'exemple de Tlemcen et Mascara) entrent en production, alors que leurs récoltes d'olives étaient destinées dans les années précédentes à la production d'olives de table.

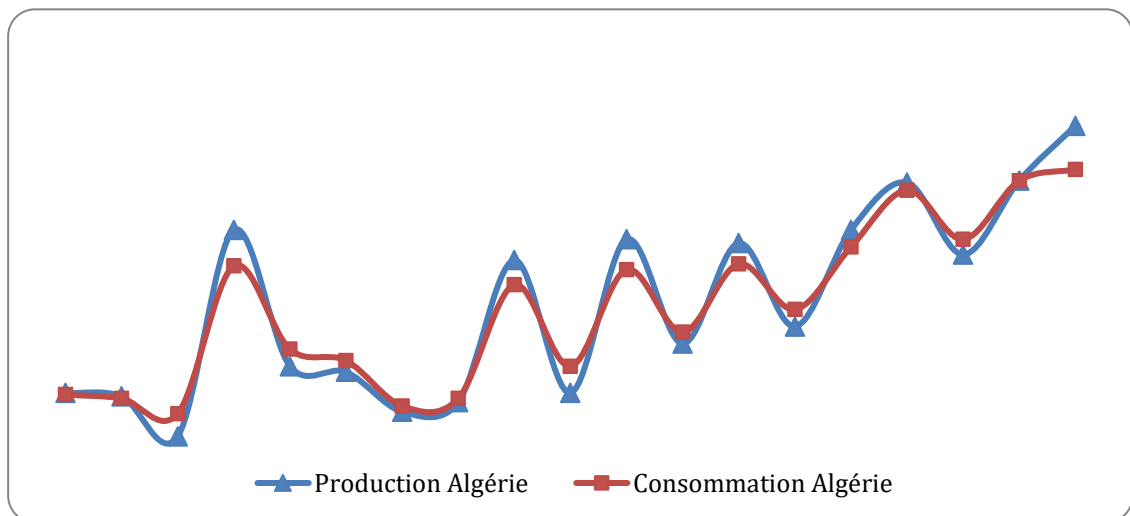
Autre élément à relever, et qui nous a interpellé lors de l'exploitation de la base de données du MADR (2020), est le rendement en olives par arbre enregistré lors de la campagne oléicole qui a atteint, en 2007, les 68,9kg/arbre, dans la wilaya de Tlemcen. Ceci nous pousse à nous poser des questions quant à la fiabilité des données, sauf si les chiffres ont pris en compte les olives triturées sans les produire.

Il est à signaler que la grande partie des oléo-facteurs sont aussi oléiculteurs (possèdent leur propre production d'olives), ils proposent de la prestation de service. Ces dernières années, certains oléo-facteurs s'approvisionnent en olives auprès des oléiculteurs de l'ouest ou de l'est généralement sur offre de ces derniers dans le souci de disposer d'une plus grande quantité d'huile à mettre en vente. Ce cas a été observé essentiellement dans la région de Bouira (réputée par la qualité d'huile et sa disponibilité), aussi l'implantation d'un nombre important d'huileries sur l'axe routier reliant les wilayas de l'Est et de l'Ouest).

### a. Marché national de l'huile d'olive : marché de masse en autoconsommation

L'exploitation des données statistiques du COI 2019 nous montre que le marché algérien d'huile d'olive est un marché « local », tourné essentiellement vers l'intérieur, puisque l'ensemble de la production est consommé en Algérie. Le marché est donc organisé de manière à répondre aux attentes locales ou nationales en passant soit par le marché informel soit par des entreprises qui tentent de se distinguer par des marques commerciales. (Lamani 2017).

**Figure : Evolution de la production et consommation de l'huile d'olive en Algérie (1 000 tonnes) Source : COI 2020.**



A travers la courbe, nous constatons que les deux paramètres " production et consommation nationale", ont une tendance générale à la hausse. La moyenne de consommation actuelle (2015-2020) est de 79.000 tonnes avec un pic enregistré en 2018-2019 (85.500 t) grâce à une excellente récolte (97.000 t). La consommation nationale est donc équivalente à la production moyenne nationale qui oscille entre 40.000 et 85.000 T, depuis 2010. La situation se nuance en fonction des régions productrices ; pour la Kabylie, par exemple, la consommation moyenne demeure élevée, en dépit de la concurrence des huiles végétales. En effet la population voue une nette préférence pour l'huile d'olive, qui fait partie de la consommation quotidienne. Cette consommation est très en deçà de la moyenne des pays méditerranéens. La consommation d'huile d'olive, en Algérie, connaît des fluctuations, une consommation irrégulière et instable qui dépend de la production nationale (Lamani O., 2017).

La consommation moyenne d'huile d'olive donnée est très faible 0,7 à 0,8 l /hab./an, mais elle cache une profonde disparité de la consommation de certaines familles qui peut atteindre 100 l/famille/ an

En Algérie, peu d'entreprises sont actives dans le secteur oléicole. La plupart de l'huile d'olive algérienne, existant sur le marché, emprunte le circuit informel. Quelques marques commerciales existent, mais on compte peu de grands acteurs privés qui commercialisent une huile d'olive extra vierge et vierge.

Dans la wilaya de Bejaia et plus particulièrement dans la commune d'Ouzellaguen, deux principales marques : Ifri Olive & Numedia (Huileries Ouzellaguen). On peut citer d'autres marques, l'exemple de star olive de l'huilerie Ait Braham et la marque Romais.

Dans la wilaya de Bouira, les principales marques sont Maillot huile, Ithri olive et la marque Azzemour.

Dans la wilaya de Tizi-Ouzou les principales marques commerciales répertoriées sont : Nectar de l'huilerie Abdali et la marque best oil (Bio) du même propriétaire ; la marque Abla Olive et l'huile de Sahnoune.

## **b. Un verger oléicole ancestral, un système de trituration traditionnel**

Le potentiel oléicole le plus important (41%) est concentré dans la région de la Kabylie avec un verger oléicole important en zone de montagne. La densité de plantation est irrégulière avec une dominance d'oliviers isolés. L'olivier est conduit en extensif greffé sur oléastres naturels qui poussent au gré du hasard, conduit avec des techniques culturales inappropriées pour la production d'huile d'olive : non irrigué, ne comptant que sur une pluviométrie moyenne annuelle estimée entre 400 et 900 mm/an, rarement entretenu et ne bénéficiant d'aucun traitement phytosanitaire. La plupart des vergers oléicoles sont vieillissants, ayant plus de 50 à 60 ans d'âge.

Dans la Wilaya de Bejaïa, près de 70% de la surface arboricole totale est consacrée à l'oléiculture. Une agriculture de montagne qui a, depuis très longtemps, contribué à la sécurité alimentaire des ménages dans ces régions. Le principe de ces agricultures est basé sur l'association production végétale-élevage, respectant ainsi le principe de « rien ne se crée, rien ne se perd, tout se transforme » (Lamani O., Chouaki S., Ouferhat N, 2014). Même situation dans la wilaya de Tizi-Ouzou, les surfaces oléicoles sont localisées en zone de montagne. La différence que l'on pourrait relever, par rapport à la wilaya de Bejaïa est celle de la répartition des huileries, présentes sur tout le territoire de la wilaya (pas de concentration). Ceci est due au fait que les oliviers se trouvent dans toutes les communes de la wilaya.

La majorité de la production oléicole, au niveau des trois wilayas (Bejaia, Bouira et Tizi Ouzou), est destinée à la production d'huile d'olive. L'origine des olives est généralement locale.

Le système de trituration des olives, en Algérie, est essentiellement traditionnel. En 2016, sur tout le territoire algérien, on comptait 1 704 huileries avec une moyenne d'olives traitées par an de 1931 kg par moulin. La majorité des huileries (54%) sont traditionnelles, 22% super-presse (huileries semi automatiques) et 24% chaîne continue (huileries automatiques). (Rapport final du programme PAP ENEPARD Mai 2018. Daniele Bocci).

Selon le dernier Rapport PASA- diagnostic territorial- (TERO 2019), on compte 1 089 huileries sur les trois wilayas productrices (Bejaïa, Bouira et Tizi-Ouzou) dont 525 traditionnelles et 264 « super presse », ce qui représente un taux de 72% sur les trois wilayas. 42% du parc à huileries est concentré au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, dont 63% sont traditionnelles. A Bejaïa, ce sont aussi les huileries traditionnelles qui dominent avec 47%. Pour ce qui est de la wilaya de Bouira, les huileries modernes, à chaîne continue arrivent en première position.

Les transformations opérées par l'huilerie moderne s'orientent avant tout vers l'objectif de rentabilité. La tendance globale est plus ou moins, pour certains opérateurs, à l'extension et modernisation des infrastructures pour augmenter leur capacité de trituration et limiter les temps de stockage des olives sur place. Ceux qui optent pour le mode chaîne continue

évoquent une meilleure hygiène, un meilleur rendement et moins de charges notamment en ce qui concerne la main d'œuvre. (Rapport PASA 2019)

Les types d'huilerie se développent en parallèle, sans synergies notables entre les pôles modernes et traditionnels. Elles opèrent ensemble sur le même territoire, si certaines ont été soutenues par les pouvoirs publics, aujourd'hui cette aide financière pour la modernisation et ou acquisition des huileries n'existe plus, même les crédits bancaires ne sont pas accessibles, donc continuent à travailler avec le système traditionnel, au même titre que ceux qui le pratiquent par conviction, profondément ancré dans les traditions locales.

La trituration traditionnelle est ancrée dans les habitudes locales et dans les savoir-faire techniques et sociaux-culturels. L'analyse des enquêtes effectuées auprès d'un échantillon d'huilerie au niveau des trois wilayas (Bejaia, Bouira, Tizi Ouzou), en 2019, dans le cadre du projet PASA, fait ressortir que le goût de l'huile d'olive est la principale raison du choix du mode traditionnel de trituration. Un itinéraire technique qui préserve une partie de la tradition par l'usage des scourtins et par les techniques de décantation naturelle. Le goût traditionnel est partiellement préservé, la tradition a donc son poids et les modalités de trituration privilégient une qualité associée aux habitudes et préférences anciennes.

Les résultats de recherche de Lamani (2014, 2017), sur les habitudes de consommation et les tendances du marché de l'huile d'olive en Algérie, ont montré que les préférences des consommateurs vont clairement à « l'origine » et au « blady » (littéralement « ma région-mon pays »). D'après les recherches de l'auteur, la confiance et la proximité d'un revendeur ou d'une personne de la région suffisent pour que l'huile d'olive soit réputée bonne. La connotation de gammes produites « terroirs » ou « Blady » de marques privées répond aux attentes des consommateurs sans que les entreprises aient la contrainte d'un signe de qualité officiel comme l'indication géographique qui suppose une coordination entre tous les acteurs locaux autour d'un cahier des charges reconnu nationalement. Les stratégies de marquage « terroir » organisent des marchés plus flexibles qui n'exigent pas de lien direct entre le terroir de production et le produit final mis en marché.

### **c. L'huile d'olive, marqueur culturel fort.**

Le Maghreb doit aux Phéniciens, fondateurs de Carthage au IX<sup>e</sup> siècle avant Jésus-Christ, d'avoir introduit la culture de l'olivier, dont l'huile est devenue l'une des principales richesses du pays. Cette culture fut par la suite développée à grande échelle par les Romains, jusqu'à nos jours. Dans la zone méditerranéenne, l'olivier dépasse largement le seul contexte agricole pour se placer dans l'aire socioculturelle en occupant une place majeure dans l'ancrage des populations dans une culture méditerranéenne et locale. De ce fait, l'oléiculture participe d'une dynamisation des territoires et des sociétés grâce à l'importance des associations culturelles autour de cet arbre emblématique et à la multiplication des manifestations qui mettent en exergue l'olivier et ses produits : fêtes ou foires de l'olivier, de l'olivade ou de l'huile d'olive, organisation d'expositions ou de dégustations, musées ou lieux de visites (moulins, scourtineries...)

La relation homme/espace est aussi une relation immatérielle qui donne du sens, à travers des traditions orales, écrites, artistiques et culturelles. Le cas de la Kabylie est riche d'exemples. Les lieux, les héros (la reine Kahina, le roi Massinissa, etc.), les artefacts (p.ex. les bijoux d'At Yenni), les événements patrimoniaux ou le calendrier berbère participent à la représentation sociale du territoire et indirectement à l'identité régionale kabyle.

Dans ce registre, L'olivier dans la Kabylie, bénéficie d'une considération sociale et identitaire.

Il est aussi une source de garantie pour la sécurité alimentaire. Il est considéré comme une ressource économique majeure même si elle ne génère pas de revenus importants pour tous les ménages ruraux (Boudi et al 2013).

L'oléiculture en Kabylie est une activité agricole entrant majoritairement dans le cadre de l'Agriculture familiale. La femme assure un rôle productif important par sa prise en charge des tâches relatives à la cueillette des olives et à la gestion de l'huile. Durant 2 à 3 mois en moyenne, la gestion du ménage est réorganisée autour de la cueillette des olives, qui absorbe plus de 10 heures par jour (de 07 h à 17h) au détriment des autres tâches reproductives et productives que la femme exécute avant de se rendre et au retour de l'oliveraie. Au niveau des oliveraies, la cueillette des olives demeure familiale, où les membres du ménage (hommes, femmes, enfants et vieux) s'attellent à cette activité, avec division de tâches. En effet, l'homme se charge principalement de grimper aux arbres pour secouer les branches, la femme se charge du gaulage (technique qui perdure jusqu'à présent). Les enfants et les personnes âgées font le ramassage des olives à la main par terre et sur le filet qui tend à se généraliser (Chouaki S., ML Cherfaoui., Ait Hamlat N 2006)

L'organisation de la cueillette diffère selon les régions, elle est conditionnée par différents paramètres (disponibilité des membres du ménage, nombre d'oliviers et proximité des vergers, ...).

Cette ressource a longtemps été délaissée par les propriétaires, mais ces dernières années on observe un regain d'intérêt pour l'oléiculture, y compris pour les citadins et fonctionnaires (médecins, pharmacien, enseignant ou simple fonctionnaire...) qui programment leurs congés durant la période des récoltes pour se rendre là où se trouvent leurs oliviers spécialement pour la cueillette.

La cueillette des olives dans certaines régions de la Kabylie fait objet de Touiza, exclusivement féminine (entre femmes du même village). En effet, le groupe de femme s'organise pour collecter ensemble les olives suivant un programme de cueillette élaboré par elles. La Touiza est un signe fort de cohésion sociale, permettant l'entraide et la rapidité d'exécution, remplaçant ainsi les autres membres du ménage généralement occupés à l'extérieur du village sauf les weekends (ils prennent part à la cueillette). Au terme de la cueillette, chacune des participantes dispose de sa propre récolte.

Une autre forme d'organisation est la cueillette entière qui se fait par une tierce personne, généralement une femme (aidée par les membres de son ménage). A la fin de la récolte, cette dernière est rémunérée soit en huile, en olives ou en espèce (selon l'accord initial).

Pour les grandes oliveraies, majoritairement situées en plaine à Bouira (EAC, EAI), les chefs d'exploitations ont recours à la main d'œuvre externe (1 à 2 ouvriers permanents, les autres sont saisonniers recrutés pour la cueillette) jugée très couteuse car non disponible.

L'oléiculture est considérée comme un symbole culturel générateur de revenu complémentaire et non une source principale du revenu. (Ouferhat N, 2015). Dans l'ouvrage de l'INRAA, relatif au Renforcement des moyens d'existence des ménages et développement rural, élaboré dans le cadre d'un projet de recherche sur les zones de montagnes. Quatre villages du massif des Bibans (commune d'Ighil Ali, Wilaya de Bejaïa) caractérisés par un niveau élevé de pauvreté et une prédominance de l'oléiculture (nous retenons ces deux caractéristiques) ont fait l'objet d'un diagnostic sur les moyens d'existence durable, il ressort de l'analyse que le revenu de l'huile d'olive contribue à près de 61% du revenu agricole.



A l'échelle des quatre communautés étudiées, le revenu des activités agricoles contribue à plus de 50% du revenu global. (La contribution réelle en termes de revenus sans tenir compte des irrégularités des ventes avoisinerait les 30% du revenu global).

#### **d. Un foncier morcelé dominée par l'exploitation individuelle en Kabylie**

La nature juridique des exploitations agricoles dans la Kabylie est dominée par l'exploitation individuelle. Un statut juridique qui est essentiellement privé, avec une présence de l'indivision occasionnant dans la plupart des cas, des conflits qui entravent toute décision de développement des exploitations (Lamani O, 2014, 2016). Les exploitations sont généralement de petites tailles allant de 0.2 ha à 5 ha, morcelées situées en pentes sur des terrains accidentés, ne permettant aucune mécanisation. (Bouyoucef-Barr D ; Moussouni A, 2014).

Il est clair que la dotation en terres est très faible au sein des ménages ruraux situés dans les différentes régions montagneuses du pays. Outre son exigüité, le patrimoine foncier est marqué par son morcellement. En effet l'étude de la FAO sur l'agriculture familiale, indique que la superficie moyenne des exploitations agricoles ne dépasse pas les 4 hectares.

Du fait que les terres soient intégralement privées, aptes à être partagées au profit des héritiers de leurs propriétaires, les exploitations agricoles des zones de montagne font l'objet d'un processus historique de morcellement accentué. Les exploitations dont la taille est inférieure à 04 hectares (voire moins de 02 ha dans beaucoup de cas) dominent par rapport aux autres tailles de superficie.

Les régions de montagnes se caractérisent généralement par l'existence de deux types d'exploitations agricoles

- Le type extensif (Moins de 2 hectares), marqué par la dominance des micro-exploitations (SAU moyenne de 0,7 Ha), des systèmes d'irrigation traditionnels assez développés, un système de production basé sur le tandem « Arboriculture-cultures maraichères extensives, un poids de l'élevage moins important et le poids relativement élevé des activités extra-agricoles.
- Le type diversifié (2 à 4 hectares) marqué par des exploitants plus jeunes, des SAU plus importantes (2,7 Ha), un système de production plus diversifié intégrant aussi bien l'arboriculture et les cultures maraichères extensives ainsi que la céréaliculture, un poids de l'élevage plus important et des revenus extra agricoles plus faibles.

## **1. Compétitivité de la filière oléicole : coûts de production, pratiques culturales et aspect variétal**

### **1.1. Travaux sur le coût de production**

Plusieurs travaux mettent l'accent sur les facteurs intrinsèques de la compétitivité de l'huile d'olive algérienne. Selon (Amrouni Sais H et al ; 2017), les coûts de productions de l'huile d'olive, sont compétitifs suivant les résultats de son enquête (moyenne de 1.82 € pour différents systèmes de production comparé à l'Espagne 2.65 € et 3.82 € en Italie). Néanmoins ces coûts sont calculés sur la base d'une seule campagne, ce qui pourrait constituer un biais à cause des conditions climatiques et le système d'alternance. En effet, le coût unitaire de production de l'huile d'olive est essentiellement déterminé par le rendement en olive qui, à son tour, varie sensiblement en fonction des conditions édaphiques et climatiques, de l'âge des plantations et du mode de conduite de l'olivier.

Le Référentiel technico-économique des exploitations oléicoles 2016, ONFAA propose, sur la base de la typologie d'exploitation du COI, des données sur les performances économiques. Les résultats (2015-2016) font ressortir un avantage comparatif des exploitations oléicoles algériennes sur le plan du coût de main d'œuvre familiale et prix bas de l'énergie, comparé aux pays producteurs. (Les résultats d'analyse d'une seule campagne n'est pas très représentatif).

Selon le même auteur, les charges engagés dans différents systèmes de production sont récupérées à la fin de la campagne et permet aux oléiculteurs de percevoir un gain financier de 3 à 6 fois le montant alloué au fonctionnement de leur exploitation.

(Boudi et al ; 2013) dans son article a calculé les coûts de revient qu'elle a comparé avec les coûts d'arrivée d'un produit espagnole équivalent, ce qui a permis d'aboutir à deux résultats importants :

- Dans l'état actuel des protections douanières algériennes, seules 5% des exploitations oléicoles sont compétitives sur le critère du prix. Cela concernerait les exploitations avec des vergers bien entretenus.
- Dans le scénario d'une suppression totale des droits de douane (dans le cadre des accords d'association), le seul critère du coût de revient, serait défavorable aux exploitations oléicoles algériennes, même si des spécificités sont à noter sur les modes de commercialisation et à la perception de la qualité des consommateurs algériens.

D'autres aspects liés à la compétitivité ont fait l'objet d'études à savoir les aspects hors prix.

Concernant le rendement en olive et en huile, (Lachibi et al 2019) met l'accent sur l'aspect variétal et âge moyen des oliviers. En effet, les rendements sont constatés plus élevés quand les variétés sont mixtes (locales et introduites) et les oliviers sont d'âge moyen. Le choix de la variété et la régénération des oliveraies âgées seraient plus rentable.

(Lachibi et al 2019), a étudié d'autres aspects liés à l'environnement, en particulier l'altitude et la pente qui conditionnent les rendements. Il a constaté que lorsque les exploitations sont situées à des niveaux d'altitude supérieurs à 600 mètres avec des pentes modérées, les rendements sont plus élevés.

(Amrouni Sais H ; 2017) note dans son article que la date de la récolte constitue un facteur de qualité pour l'huile, il doit être respecté. Elle révèle que seuls 23% des oléiculteurs récoltent

les olives lorsque ces dernières sont violacées garantissant une huile d'olive de qualité (sous condition de respect des autres étapes de transformation).

Dans son article, (Douzane M et al, (2013), révèle que la qualité de l'huile d'olive algérienne est concurrentielle sur le plan nutritionnel et de santé humaine. Les analyses effectuées sur plusieurs échantillons d'huile ont démontré que certaines variétés locales sont très riches en matière active.

En effet, les travaux de Douzane M (Thèses de magistère et de doctorat) ont révélé que les variétés à gros fruits (azeradj, sigoise aghenfas...) sont à moyen rendement mais très riches en matière active, tandis que les variétés à petit fruits (Achemlal, Lemli, Hemra...) sont de haut rendement mais moins riche en matière active.

Pour toutes ces valeurs sûres de compétitivité de l'huile d'olive algérienne, (Boudi and al 2013) insiste sur la nécessité du renforcement des spécificités qualitatives du produit local par un meilleur marquage (labels, indications géographiques, etc.). En effet, la concurrence mondiale entre les pays producteurs d'huile d'olive est de plus en plus intense face aux exigences accrues des consommateurs en termes de qualité nutritionnelle, de traçabilité des produits, de conditions et de processus de fabrication (Lamani et al, 2016).

Néanmoins, tous les auteurs sont d'accord à dire que tous les efforts fournis ne suffisent pas si l'organisation de la filière est déstructurée comme c'est le cas actuellement.

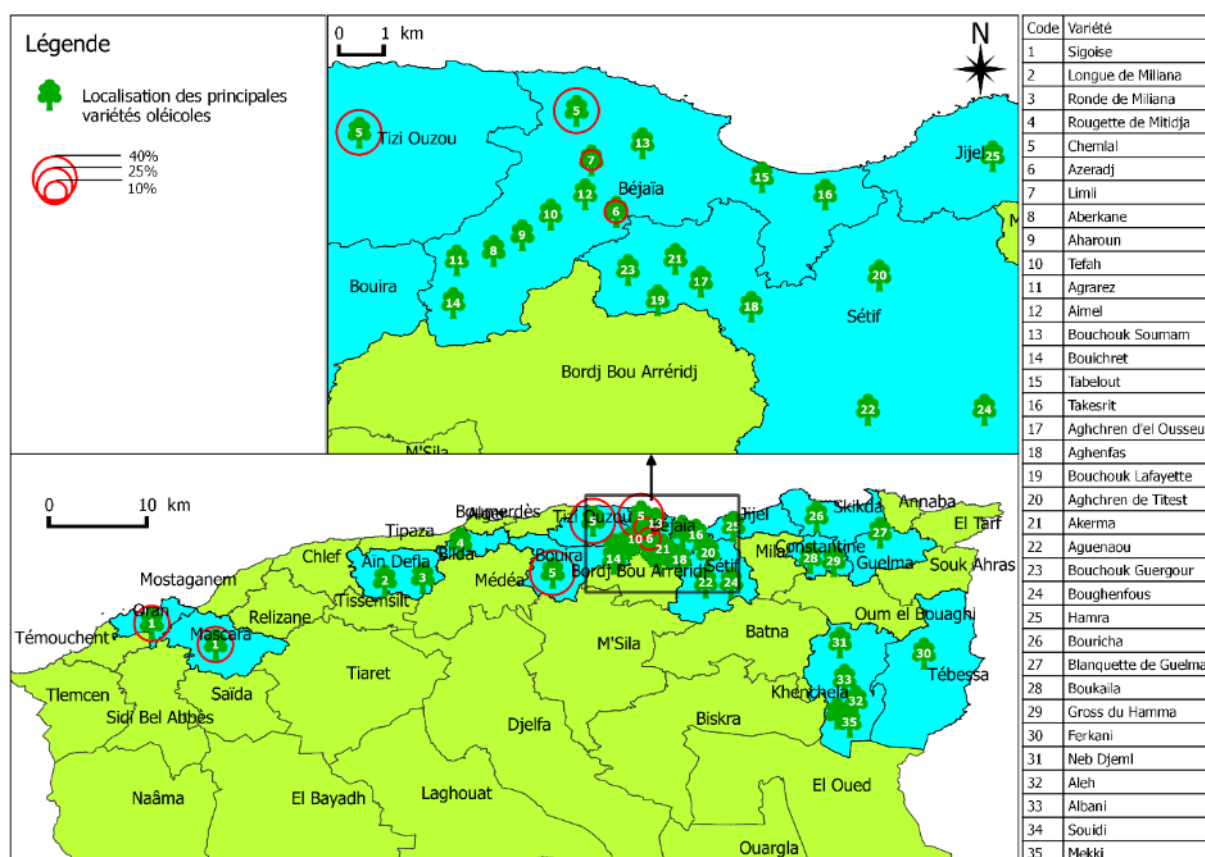
## **1.2. Aspect variétal**

L'ITAFV a produit un document technique sur la culture de l'olivier, les itinéraires techniques conseillers et les variétés cultivées. La culture de l'olivier, ITAFV, 2012. La structure variétale montre la prédominance de trois variétés : la variété Chemlal qui est la plus répandue en Algérie ; elle occupe 40% de la superficie oléicole nationale et 45% des terres oléicoles dans la wilaya de Bejaia. La variété Azeradj avec 10% des superficies totales et 20% de la surface oléicole dans la wilaya de Bejaia, est caractérisée par des fruits assez gros, généralement associée avec la variété Chemlal afin d'obtenir une bonne fructification.

Il existe d'autres variétés, selon le catalogue de l'ITAFV, telles que : Bouchouk, Limli, Aharoun, Ayemel et Aberkane. (L'ITAFV compte dans sa collection plus de 63 variétés locales dans la région de Kabylie). Certaines de ces variétés ont de bons rendements en huile telle que la variété Azeradj dont le rendement varie entre 24 et 28%, la variété Limli et Tabelout entre 20 et 24%, la variété Bouchouk Soummam 22 à 26%. Le rendement de la variété Chemlal varie entre 18 et 22%. Ces variétés locales sont peu valorisées par les agriculteurs.

En ce qui concerne les olives de table, la variété dominante est la Sigoise (dérive de la Picholine française), elle représente environ 15% du verger oléicole national. Elle est à l'origine de la majeure partie des olives de conserve destinées à la consommation.

Nous reprendrons dans la figure suivante, la localisation des variétés oléicoles dans certaines wilayas élaborée par (Lamani 2014).



### c. Aspect qualité de l'huile d'olive / Travaux de recherche

L'INRAA a toujours inscrit dans son programme de recherche des projets nationaux et des projets de coopération sur la filière oléicole. Dans le cadre du projet de recherche avec le CRDI, un rapport scientifique a été élaboré par Douzane M., (2006), faisant ressortir que la capacité de trituration est importante par rapport à la production parce qu'elle conditionne la qualité de l'huile obtenue. Elle permet en effet d'éviter le chômage prolongé des olives qui risquent de perdre leur qualité biologique.

Dans les articles Douzane M et al, (2004, 2013), les chercheurs soutiennent que l'analyse physico-chimique de quelques échantillons d'huile d'olive ne permettent pas à elles seules de tirer une conclusion concernant la caractérisation variétale. Les résultats indiquent que les conditions édapho-climatiques exercent une influence marquée sur les caractéristiques des huiles.

Grâce au concours « Apulée », les chercheurs de l'INRAA ont récolté un nombre important d'échantillons rapportés par plusieurs participants (oléiculteurs), puis analysés en Grèce dans le cadre du projet de coopération Olivenet (projet UE), révélant que certaines variétés sont très riches en composés phénoliques et anti oxydants et des substances actives anti inflammatoires. Au terme de toutes ces recherches, il ressort que la qualité de l'huile d'olive algérienne est concurrentielle sur le plan nutritionnel et de santé humaine.

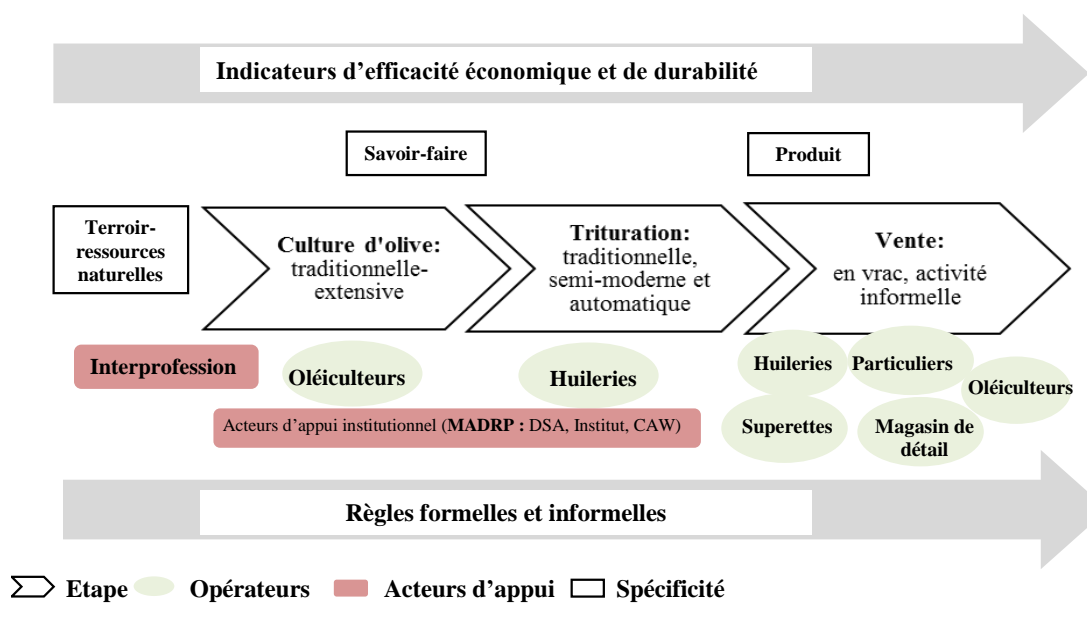
Jusqu'à présent, il y a absence totale de contrôle de la qualité et l'huile d'olive algérienne ne s'inscrit sous aucun signe distinctif de qualité, malgré la promulgation de différents textes de loi permettant une application rigoureuse du système national de labellisation.

## 2. Institutions et gouvernance de la filière oléicole

L'organisation et le développement de la filière oléicole sont assurés exclusivement par le Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural et de la Pêche (MADRP). L'Etat est la seule institution publique qui intervient au niveau des différents maillons de la filière oléicole, à travers les différentes structures administratives relevant de sa tutelle (Chambre d'Agriculture de Wilaya-CAW-, Direction de Service Agricole-DSA-, Les stations de recherche de l'Institut National de la Recherche Agronomique-INRAA- et les stations expérimentales de l'Institut Technique de l'Arboriculture Fruitière et de la vigne-ITAFV-.)

Nous schématisons dans la figure suivante les acteurs d'appui dans le fonctionnement de la filière oléicole dans le nord de l'Algérie.

### Schéma fonctionnel des acteurs d'appui de la filière oléicole dans le nord de l'Algérie



Source : établi par l'expert technique de la filière oléicole sur la base des documentations

Un décret exécutif n° 13-260, du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013, fixe le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, publié, au Journal Officiel de la République Algérienne n°36, du 9 ramadhan 1434 correspondant au 18 juillet 2013 (Annexe 2).

Ce texte met en évidence l'importance de la valorisation des produits agricoles, qui exige par l'assurance de leur origine et de ce fait leur qualité. A cet effet, le premier chapitre de ce texte porte sur les dispositions générales du système qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, système qui doit reposer sur des critères bien précis que sont l'appellation d'origine (AO), l'indication géographique (IG), l'agriculture biologique (AB) et les labels agricoles de qualité. Cette approche est relativement ancienne, et a évolué pour devenir une composante centrale de la valorisation des produits agricoles. Des définitions précises ont été spécifiées.

Un deuxième chapitre est consacré à l'organisation du système national de labellisation. En Algérie, le gouvernement a opté pour l'instauration auprès du ministre chargé de l'agriculture, d'un comité national de labellisation. Ce dernier regroupe les représentants d'administrations publiques, d'institutions techniques, ainsi que les représentants d'agriculteurs, de producteurs, de transformateurs, de distributeurs, d'artisans et de consommateurs.

Pour permettre une application rigoureuse du système national de labellisation, les pouvoirs publics ont consacré la nécessité du recours à l'élaboration, la validation et le recours exclusif à des cahiers des charges. Ces derniers, approuvés par le ministère chargé de l'agriculture, vont définir l'ensemble du référentiel de caractérisation du produit agricole ou d'origine agricole concerné. Il s'agit en fait, d'un référentiel technique défini par les cahiers de charge pour les produits agricoles ou d'origines agricoles brutes ou transformés.

L'Etat a accompagné, dans le cadre du projet DIVECO, une coopérative dans la wilaya de Bouira pour labelliser l'huile d'olive. C'est la coopérative CHOK, créée en 2008, qui a bénéficiée d'un soutien financier du Programme de Proximité Rurale pour s'équiper d'une chaîne d'embouteillage avec une collaboration DIVECO sur la structuration de l'organisation et financement d'équipements.

Compte tenu du fait que les producteurs ne voulaient pas mettre en avant des pratiques communes de production et que leur produit ne bénéficie pas d'une notoriété existante, le choix de la marque individuelle a été privilégié.

### **3. Dynamiques économiques locales et démarches de valorisation**

La qualité est un facteur déterminant pour accroître la confiance du consommateur et pour faire progresser la consommation. La qualité de l'huile d'olive passe par l'implication de tous les intervenants au niveau de la production et de la commercialisation, qu'il s'agisse des producteurs d'olive, des moulins à huile, des transformateurs et des vendeurs. Cependant en Algérie, selon (Lamani, 2014, 2016), la filière oléicole rencontre des difficultés à se développer à l'échelle locale, nationale et à s'intégrer dans le marché européen où des conditions d'émergence sont exigées. La réflexion stratégique sur le développement de la filière oléicole en Algérie n'est pas récente, elle s'insère dans les programmes du Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural, mais aussi des instituts de recherches et des universités.

L'analyse des démarches de différenciation des huiles d'olive en Méditerranée permet d'analyser, via une revue de littérature systématique de certains pays, les déterminants de la segmentation de ce secteur. Les plus anciens (Espagne, France) se différencient grâce aux revendications des oléiculteurs qui mènent une démarche collective et volontaire. Leurs stratégies de défense de l'origine et de la qualité varient cependant d'un pays à un autre. L'Espagne avec les comités de régulation opte pour les critères organoleptiques et chimiques de l'huile afin d'être en cohérence avec les standards. En revanche en France, ce sont les pratiques culturelles et les spécificités locales qui sont mises en avant par les opérateurs. Ces attributs qualitatifs se traduisent par la création de premium de prix. (Données Caballero Páez M, Sanz Cañada J, 3E séminaire international d'Antalya (2012) ; (Boutonnet J. P., Devautour H., Danflous J. P., 2009) ; (Lamani et al, 2015).

Au Maroc et en Algérie, où les politiques de différenciations sont récentes, on se dote de procédures administratives de gestion et de contrôle pour se conformer aux règles juridiques et aux standards internationaux. Nous qualifions ces dernières de démarches "top-down", car ce sont les organismes publics qui impulsent le recours à des signes de qualité afin de valoriser des huiles locales potentiellement génératrices de valeur ajoutée. Les mécanismes de gouvernance Top-Down de gestion des ressources stratégiques nationales modifient la dynamique territoriale et la manière dont s'organisent les acteurs pour être en phase avec les nouvelles politiques de signalisation de la qualité.

L'analyse du maillon national algérien de l'huile d'olive et des choix de valorisation privé et publique en Kabylie précise les contours des choix stratégiques réalisés depuis le tournant des années 2000.

Selon (Ouferrhat N., 2015), l'Etat a mis en place des mécanismes pour la structuration et l'organisation de la filière à savoir :

- La promulgation de la loi d'orientation agricole du 8 août 2008.
- La mise en place de mécanismes d'aides publiques, financés par le FNDIA et le FNRPA, en faveur de la modernisation de cette filière qui, du reste, a été élevée au rang de filière stratégique.
- Le lancement du Programme de Renforcement de Capacité humaines et d'Assistance Technique (PRCHAT).
- L'accompagnement à la privatisation des coopératives.
- La création de l'ONILEV en tant qu'instrument de régulation et d'espace de concertation.
- La création du conseil interprofessionnel oléicole comme espace de concertation et de production d'outils d'aide à la décision.
- La promulgation d'une législation dédiée à la labellisation.
- L'institution d'un groupe formel de dégustation des huiles auprès de l'ITAFV.

Il ressort que toutes ces actions demeurent insuffisantes. L'explication donnée est l'absence d'adhésion. Cette faible implication est à mettre au compte des approches utilisées par l'Etat, et caractérisées par l'asymétrie informationnelle ainsi que par la faiblesse du niveau de transparence et de participation de la base.

## **2. Les projets de coopération en Algérie**

Plusieurs projets de coopération ont abordé la problématique de la filière oléicole en Algérie. Le tableau ci-dessous reprend les plus importants projets ainsi que leur périmètre d'intervention.

- Un programme d'Appui à la Diversification de l'Economie en Algérie (DIVECO) dont plusieurs missions sont relatives au développement de la filière Olives et Huiles d'olive en Algérie
- Un projet de coopération institutionnelle qui a porté sur la sécurité sanitaire et la labellisation des produits agricoles s'inscrivant dans le cadre du P3A
- Un programme de l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO) qui a fourni une assistance technique pour la promotion de la production de l'huile d'olive biologique en Algérie, TCP/ALG/3603.
- Un programme d'actions pilote pour le Développement rural et l'Agriculture –PAP ENEPARD- qui a porté sur un appui à l'élaboration d'une stratégie de distinction commerciale de l'huile d'olive de l'Ouest de l'Algérie.



Une simple analyse des dernières interventions relatives à la coopération internationale du développement agricole fait apparaître une concentration en amont de la filière.

Il s'agit notamment de massification de la production et le contrôle de sa qualité en renforçant la transformation. On constate ainsi peu d'actions sur l'aval notamment au niveau de la diversification des gammes et de la mise en marché. L'autre constat concerne la rareté des interventions pour accompagner la mise en place de partenariats (amont-aval) au profit de la chaîne de valeur oléicole.

A l'inverse, l'accompagnement de la coopération internationale du secteur oléicole en Tunisie connaît une diversification d'intervention plus importante. Le projet PAMPAT par exemple, prévu sur 5 ans (2020-2024), prévoit la promotion et la mise en marché des produits du terroir à l'international avec une approche filière qui accompagne l'organisation de l'ensemble des maillons de la filière pour un meilleur positionnement des produits sur le marché. Les produits du terroir concernés sont : figue de Barbarie, hrissa, tomates séchées, dérivées de dattes, huile d'olive (Bulletin d'information PAMPAT 2 janvier-août 2020)

Une étude d'impact des projets de coopération agricole engagée sur la filière oléicole serait pertinente.

## **Tableau descriptif des projets**



<b>Dimension du projet et périmètre d'intervention</b>	<b>Année</b>	<b>Type d'appui</b>	<b>Projet</b>	<b>Résumé</b>
<b>Production</b>	<b>1999-2005</b>	<b>Huilerie pilote de démonstration</b>	<b>Projet unité pilote pour l'amélioration de la qualité de l'huile d'olive</b>  <b>Durée du Projet : 5 ans (1999 – 2005),</b>  <b>Montant financier COI : 264.000 USD,</b>	Mise en place d'une huilerie pour la démonstration et la formation. Matériel acquis : Huilerie/ Matériel Laboratoire.  Sessions de formation et programme de maintenance de l'huilerie
<b>Production</b>	<b>2001-2007</b>	<b>Caractérisation génétique</b>	<b>Projet ressources génétiques de l'Olivier</b>  <b>Durée du projet : 7 ans (2001-2007) ;</b>  <b>Montant Financier COI : 60.000 USD ;</b>	Prospection et conservation du patrimoine génétique oléicole autochtone/ Caractérisation de 71 variétés Algériennes.
<b>Vulgarisation</b>	<b>2002-2004</b>	<b>Promotion de la consommation de l'huile d'olive</b>	<b>Promotion de l'huile d'olive</b>  <b>Financement COI : 15 000 USD</b>	Réalisation de dépliants et d'affiches destinés aux écoles de différents niveaux ; Réalisation d'un documentaire sur les bénéfices santé de l'huile d'olive (15mn) ; Réalisation de brochures de vulgarisation ;
<b>Valorisation</b>	<b>2005-2009</b>	<b>Valorisation de sous produit</b>	<b>Projet valorisation des sous-produits oléicoles</b>  <b>Durée du projet : 5ans (2005-2009) ;</b>  <b>Montant financier COI : 3 000.000 USD ;</b>	Objet : Utilisation des grignons et margines la fertilisation des terres agricoles ; Réalisation de bassin de décantation ; Acquisition de matériel d'épandage de sous-produit ; Formation ; Acquisition de matériels informatiques ; Frais de formation ; Acquisition d'équipements de laboratoires et de produits ; Réalisation d'un film sur l'épandage des margines.

Dimension du projet et périmètre d'intervention	Année	Type d'appui	Projet	Résumé
Organisationnelle	2011-2016	Renforcement du secteur agro-agri et amélioration des performances du secteur agro-agri	<p><b>Appui à la diversification de l'économie - Secteurs agriculture, agroalimentaire et tourisme (DIVECO 1)</b></p> <p><b>Programmes bilatéraux - multisectoriel dont les filières agris-agros</b></p>	<p>DIVECO 1 vise à améliorer les performances économiques (compétitivités, création d'emplois, exportations) des secteurs <i>de l'agriculture, de l'industrie agroalimentaire</i> et du tourisme à travers une contribution plus élevée à la croissance économique et des exportations hors hydrocarbures.</p> <p>Pour ce faire, son soutien s'exerce auprès des institutions de tutelle : le Ministère de l'Agriculture, du Développement rural et de la Pêche (MADRP)</p>
				<p><i>Résultats dans le secteur agri-agroalimentaire:</i></p> <p>1-Renforcement des capacités institutionnelles du Ministère MADRP</p> <p>2- Promotion et valorisation des filières agricoles</p> <p>3- Appui aux Organisations Professionnelles Agricoles</p> <p>4- Renforcement des capacités institutionnelles du Ministère de l'Industrie</p> <p>5- Constitution et opérationnalisation d'un Centre Technique dédié à l'Agroalimentaire (CTIAA)</p> <p>6- Renforcement des capacités des Associations Professionnelles du secteur IAA ( 4 associations appuyées (produits laitiers, produits de transformation des viandes, <i>huile d'olive</i> et olives de conserve/ 1 étude de faisabilité pour la valorisation des sous-produits d'huilerie réalisée ;</p> <p>7 Guides de Bonnes Pratiques réalisés (charcuterie, <i>huile d'olive</i>, olives de table et produits laitiers)</p>
			<p><b>Montant total : 20 millions d'EUR (dont 17.5 millions d'EUR de contribution européenne)</b></p> <p><b>Bénéficiaires et partenaires :</b></p>	

Dimension du projet et périmètre d'intervention	Année	Type d'appui	Projet	Résumé
			<i>Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural et de la Pêche (MADRP), Ministère de l'Industrie et de Mines (MIM), Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat (MATTA)</i>	
Organisationnelle	2014-2016	Signes de qualité - Labélisation	Projet de coopération institutionnelle qui a porté sur la sécurité sanitaire et la labellisation des produits agricoles s'inscrivant dans le cadre du P3A	Renforcement du dispositif de reconnaissance de la qualité des produits agricoles par les signes distinctifs liés à l'origine (indication géographique et appellation d'origine) s'inscrit dans le cadre du programme P3A.
			Jumelage- Montant : 1 410 000 EUR	Résultat 1: Le dispositif institutionnel et réglementaire concernant les appellations d'origine et les indications géographique; Résultat 2: Accompagnement des missions des institutions centrales (Comité National et son Secrétariat) en charge de la reconnaissance des signes distinctifs liés à l'origine des produits Résultat 3: Formations des acteurs de terrain concernés
			Bénéficiaire : Ministère de l'Agriculture et du Développement rural	Résultat 4: Trois produits « pilotes » sont en phase finale de reconnaissance : la datte «Deglet Nour de Tolga», la figue sèche de «Béni Maouche», l'olive de table de « Sig ».

Dimension du projet et périmètre d'intervention	Année	Type d'appui	Projet	Résumé
Marché- Commerce	2014-2018	Signes de qualité - Labélisation	Un programme d'actions pilote pour le Développement rural et l'Agriculture – PAP ENEPARD-	(PRAR), est dotée de moyens importants afin de redynamiser les territoires ruraux de manière à les rendre attractifs, en facilitant l'émergence d'une nouvelle génération de projets de proximité de développement rural intégré (PPDRI) innovants et générateurs d'emploi, et en favorisant la mutualisation des ressources et des moyens par l'approche participative et intersectorielle
			Programme bilatéral- UE - 10 millions d'EUR Bénéficiaire : Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural et de la Pêche (MADRP)	L'objectif général du programme est l'amélioration des conditions de vie par l'augmentation des revenus et de l'emploi en milieu rural dans les Wilayas pilotes. L'objectif spécifique est d'améliorer l'utilisation, la valorisation et la diversification des ressources locales agricoles et non agricoles. Une attention particulière est portée à la prise en compte des jeunes et des femmes et à la valorisation durable des ressources territoriales, principes de base du développement local inclusif
			Les Wilayas d'Aïn Temouchent, de Laghouat, de Sétif et de Tlemcen	Résultats : Résultat 1 : Mise en place d'un processus participatif pour l'identification des projets de développement rural durable dans les Wilayas pilotes. Résultat 2: Mise en valeur des produits et des ressources locales et amélioration de leur qualité en vue de leur mise sur le marché Résultat 3: renforcement de la communication et de l'information sur les initiatives entrepreneuriales des acteurs locaux
				Un appui à l'élaboration d'une stratégie de distinction commerciale de l'huile d'olive de l'Ouest de l'Algérie

Dimension du projet et périmètre d'intervention	Année	Type d'appui	Projet	Résumé
Qualité	2016	Mise en normes	Laboratoire pour le Contrôle de la qualité de l'huile d'olive Financement COI / Maitre d'œuvre ITAFV Wilaya de Béjaia	Lors de la visite du Directeur Exécutif du COI en février 2016, une proposition a été faite pour faire du Laboratoire du Centre Algérien de Contrôle de la qualité et de l'emballage (CACQE) un laboratoire de référence. Une mission au niveau de la wilaya de Bejaia a été réalisée le 09 octobre 2016. L'ITAFV, compte entamer la procédure d'agrément de deux (02) laboratoires pour les analyses physico-chimique et un (01) jury d'analyse sensorielle en fonction des résultats des discussions avec l'organisme Algériens d'Accréditation (ALGERAC).
Production, Transport et logistique	2016	Création d'un pôle oléicole intégré avec un transfert de technologie	Intensification oléicole Fond algéro-espagnol de développement Accord de conversion de la dette algérienne envers l'Espagne (7 million d'Euros) Wilaya de M'Sila	Un projet a concrétisé au niveau des périmètres agricoles d'AGRAL/AM, de M'cif (wilaya de M'Sila) et reposera sur une superficie globale de 353 ha. Les principaux objectifs du projet, consiste en la réalisation de : La plantation d'une oliveraie de 350 ha avec des variétés adaptées à la culture intensive et super intensive. La création d'une pépinière oléicole pour un objectif de production de 500.000 plants/an, sur une superficie de 3 ha, comprenant : Une serre de nébulisation automatique moderne/Une serre de durcissement à milieu contrôlé moderne/ Une sole pour parc à bois et l'aire d'acclimatation des plants.

Dimension du projet et périmètre d'intervention	Année	Type d'appui	Projet	Résumé
Coordination et organisation des directions	2017	Accès aux marchés de l'export	« Levée des Barrières à l'export » Chaînes de valeur agricoles Projet avec la Banque Mondiale[1] 2 millions de dollars	Il s'agit de dialogues publics-privés sur 2 ou 3 filières ayant du potentiel à l'export : piloté par le ministère de l'Industrie et des mines, de la facilitation douanière et portuaire pour le commerce extérieur, piloté par le ministère des Finances et impliquant le ministère des Transports et des Travaux publics et le port d'Alger ; le ministère de l'Industrie intervient dans le sous-volet logistique portuaire au titre de sa conduite du groupe de travail du commerce transfrontalier. L'appui de la Banque Mondial pour la promotion entres autres des filières agricoles et agroalimentaires, ayant un potentiel d'exploitation significatif, en se concentrant sur la chaine de valeur de trois à quatre filières prometteuses notamment la filière oléicole. Le projet vise l'amélioration de la logistique et du transport ainsi que l'infrastructure de gestion de la qualité et de la mise en conformité des produits pour accéder aux marchés.
Filière biologique	15 juin 2017 – 31décembre 2019	Appui institutionnel de la filière biologique	Projet TCP de coopération avec la FAO pour la production d'huile d'olive biologique :  Code du Projet : TCP/ALG/3603	Projet d'appui à l'amélioration de la performance de la filière huile d'olive biologique. Le projet offre des perspectives prometteuses en termes de contribution à la croissance économique, à la création d'emplois et à la réduction de la pauvreté, notamment dans des régions de montagneuses.



Dimension du projet et périmètre d'intervention	Année	Type d'appui	Projet	Résumé
			<p><b>Organisme d'exécution : ITAFV</b></p> <p><b>Financement FAO de 145.000 USD</b></p> <p><b>Cinq wilayas sont concernées par ces opérations : Tipaza, Tlemcen, Jijel, Batna et Tizi Ouzou.</b></p>	<p>L'appui est surtout guidé vers l'accès au marché de l'exportation, même si le marché local est aussi visé. Le projet cherche à soutenir des efforts structurants et collectifs au niveau des différents maillons (production - transformation – commercialisation) de la filière. Les dimensions qualité, traçabilité, conditionnement et emballage constituent des éléments importants de l'approche, ainsi que la dimension valorisation locale des matières premières.</p> <p>Les opérateurs tout au long de la chaîne (groupements d'agriculteurs, groupements de femmes engagées dans la transformation, entreprises transformatrices-exportatrices (huileries, unités de conditionnement...) sont au cœur de l'assistance, qui assemble une gamme de services d'appui publics et privés dont la configuration varie selon le produit, l'activité et la zone pilote.</p>
Technique		Amélioration génétique	<p><b>Projet « Amélioration Génétique de l'Olivier »</b></p> <p><b>Durée du projet : 7ans.</b></p> <p><b>Montant financier COI : 40.000 USD.</b></p>	<p>Obtenir de nouvelles variétés par hybridation/Obtention de 17 hybrides en cours d'essais pour l'obtention de la DHS.</p>

# Références bibliographiques



Amrouni Sais H., Benmbarek A. (2017). Compétitivité de la filière « huile d'olive » en Algérie ; quelle performance technico-économique ? Colloque SFER 22 et 23 juin 2017.  
Angles Stéphane, « Les Appellations d'Origine Protégée (AOP) d'huile d'olive de l'Union européenne », *Méditerranée* [Online], 109 | 2007, <http://journals.openedition.org/mediterranee/91>

Keys A, Keys M. How to Eat Well and Stay Well. The Mediterranean Way. New York: Doubleday, 1975.

Annarita ANTONELLI et Sébastien ABIS, in Regards sur la terre 2012, Développement, alimentation, environnement : changer l'agriculture ? Pierre JACQUET, Rajendra K. PACHAURI et Laurence TUBIANA (dir.) Ed. Armand collin <http://regardssurlaterre.com/donnees-visualisation/huile-dolive-vers-la-labelisation-dune-tradition-mediterraneenne>

Barjol Jean-Louis. L'économie mondiale de l'huile d'olive. OCL 2014, 21(5) D502.

Boudi M (2012). Mouvement d'acteurs et valorisations des produits du terroir : cas de la wilaya de Bejaia ». In *Revue des Régions Arides* .n°28, Numéro Spécial, p.339-347

Boudi M., Chehat F., Cheriet F. (2013). Compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie : cas de la wilaya de Béjaia. *Les cahiers du CREAD*, vol. 105/106, p. 89-112.

Boutonnet J P., Devautour H., Danflous J P. (2009). Conditions d'émergence des produits de terroir en zone méditerranéenne française : étude de cas en France. *Options Méditerranéennes*, vol. 89, p. 186-198.

Bouyoucef-Barr D., Moussouni A. (2014). Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial. *Revue des réformes économiques et intégration dans l'économie mondiale*, 04/03/2014 ; vol.9, n.18, p262-283

Chedad M.A., (2015). Analyse de l'impact des investissements agricoles réalisés dans le cadre du Plan National de Développement Agricole (PNDA) sur l'évolution des techniques de productions laitières, céréalières et oléicoles en Algérie : étude de cas dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Autre [qbio.OT]. Université d'Avignon. Français. ffNNT : 2015AVIG0669ff. fftel-01241684f

Douzane M., BELLAL M M. (2004). Etude des caractéristiques physico-chimiques des huiles de quelques variétés populations d'olive de la région de Bejaïa. *Sciences & Technologie C – N°22*, décembre (2004), pp. 86-93.

Douzane M., Tamendjari A., Abdi A.K., Daas M-S., Mehdid F et Bellal M M. (2013). Phenolic compounds in mono-cultivar extra virgin olive oils from Algeria. *GRASAS Y ACEITES*, 64 (3), ABRIL-JUNIO, 285-294, 2013, ISSN: 0017-3495, DOI: 10.3989/GYA.072212

Hadjou L., Lamani O., Cheriet F., (2013). Labellisation des huiles d'olive algériennes : contraintes et opportunités du processus ? *Revue New Medit. Vol 12, N° 2, juin, p. 35-46*. En ligne : [http://newmedit.iamb.it/edizioni\\_new\\_medit,229,229,2013,151,941,labellisation-de \[... \]](http://newmedit.iamb.it/edizioni_new_medit,229,229,2013,151,941,labellisation-de [... ])

Lamani O., (2014). Institutions et acteurs locaux dans la valorisation des produits de terroir. Quelle démarche locale de valorisation de l'huile d'olive de Beni-Maouche en Kabylie. Thèse (Dr. En Science de gestion et science agronomique). École doctorale ED 231 : Économie et Gestion de Montpellier / UMR Moisa / LAMES du CIHEAM-IAMM. Thèse soutenue en co-tutelle : Montpellier Supagro (France) / ENSA El Harrach Alger (Algérie). 338 p.

Lamani O., Chouaki S., Ouferhat N., (2014). Agriculture familiale de montagne : cas du massif des Bibans. *Revue agriculture et développement*. N°19, 76 p.

Lamani O., Ilbert H., (2016). Spécificités de l'oléiculture en montagne (région Kabyle en Algérie) : pratiques culturelles et enjeux de la politique oléicole publique. *Options Méditerranéennes*, A118, 2016 – *L'oléiculture au Maroc de la préhistoire à nos jours : pratiques, diversité, adaptation, usages, commerce et politiques*, p 149-159.

Lamani O., (2014). Huile d'olive de Beni Maouche : critères d'identification et perspectives de valorisation. *Chapitre d'ouvrage*, MOISA Montpellier, p. 42-55. En ligne : [http://www1.montpellier.inra.fr/bartoli/moisa/bartoli/download/moisa2014\\_pdf/Cah \[...\]](http://www1.montpellier.inra.fr/bartoli/moisa/bartoli/download/moisa2014_pdf/Cah [...])

Lamani O., Ilbert H., Khadari B., (2015). Stratégies de différenciation des huiles d'olive en méditerranée. *Cahiers agriculture*, Vol 24, n°3 mai-juin, p 145-150. Doi : [10.1684/agr.2015.0749](https://doi.org/10.1684/agr.2015.0749).

Meziani W., Chachoua T. (2018). Enquête sur l'évolution de la production oléicole dans la wilaya de Bouira (subdivisions M'chedallah et Elesnam). Mémoire de fin d'études Master

Mili S. Olive oil marketing on Non-traditional markets: prospects and strategies. *New Medit* 2006 ; 5 : 27-37

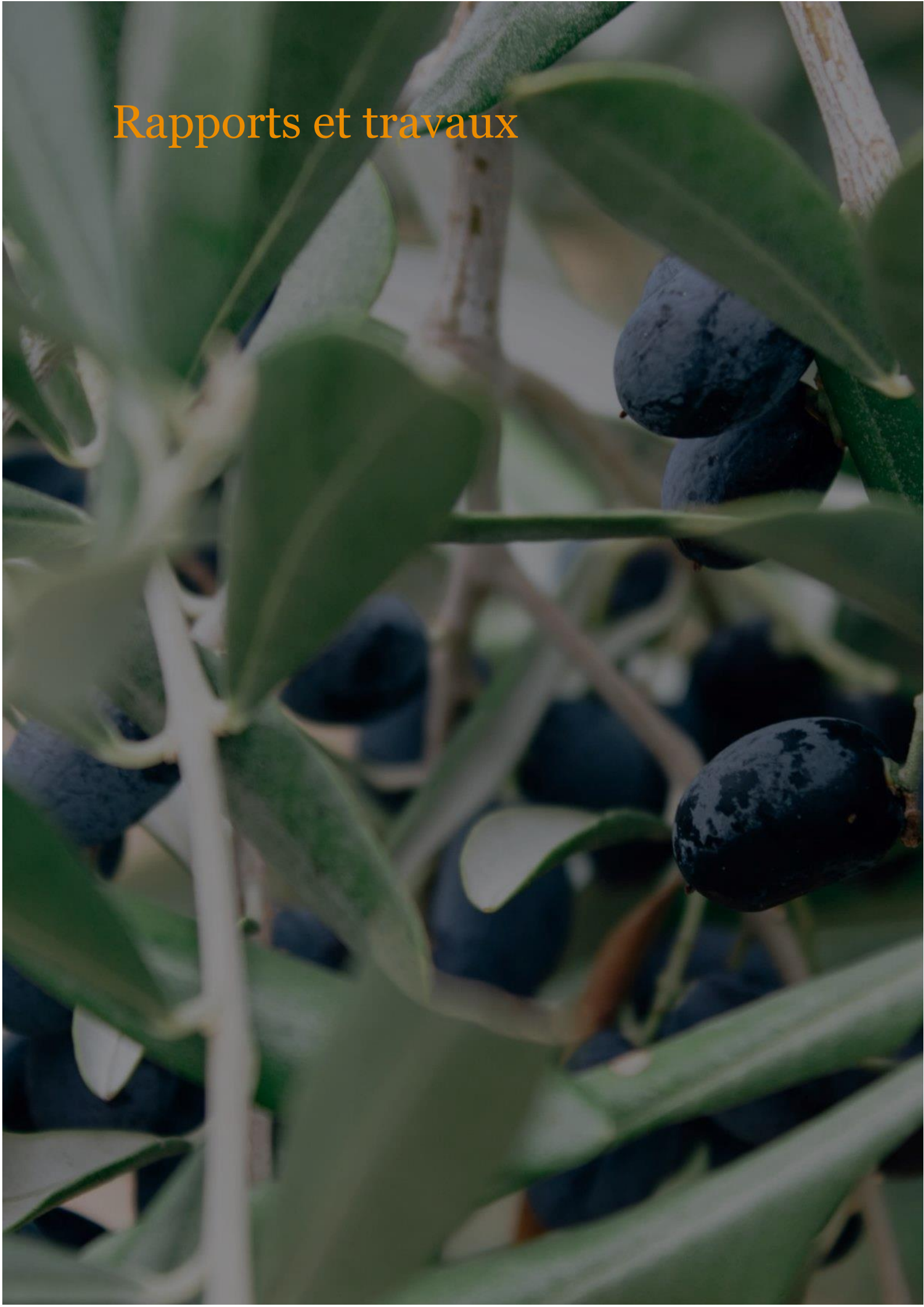
Ouferhat N. (2015). Contraintes de la filière huile d'olives: cas de la wilaya de Béjaia, commune d'Ighil Ali. Master oléiculture oléotechnie

Palma G, Padilla M. Un produit emblématique à la dérive des continents et des consommateurs : l'huile d'olive. *OCL* 2012 ; 19(5) : 283-289. doi : 10.1684/ocl.2012.0467

Zoubeidi M., Dahane A. **Une agriculture durable au service d'une alimentation durable. Culture de l'olivier dans la steppe algérienne.** In : El Moujabber M. (ed.), Belhouchette H. (ed.), Belkhodja M. (ed.), Kalaitzis P. (ed.). Research and innovation as tools for sustainable agriculture, food and nutrition security. Bari : CIHEAM, 2020. p. 167-173. (*Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens* ; n. 124). 2. MEDFORUM 2018, 2018/09/18-20, Bari (Italy). <http://om.ciheam.org/om/pdf/a124/00007817.pdf>.



# Rapports et travaux



Le trait d'union des opérateurs pour le renouveau du monde Agricole et Rural. FILAHA INNOVE., 2009, N°4.

Rapport de synthèse sur l'agriculture en Algérie. Projet d'appui à l'initiative ENPARD Méditerranée par Omar BESSAOUD Sous la coordination de : Jean-Paul Pélissier, Jean-Pierre Rolland, Wided Khechimi, janvier 2019 (82p)

Global Olive Oil Market 2020-2024. TECHNAVIO, 2019

Dossier Produits du Terroir Cas de l'huile d'olive- Agroligne N° 88 - Mars / Avril 2014

Newsletter du COI n°154/ octobre 2020

Rapport Final de mission PAP ENPARD, 2018. « *Appui à l'élaboration d'une stratégie de distinction commerciale de l'huile d'olive – Wilayas de Ain Temouchent et Tlemcen* »

*Rapports DIVECO*. Rapport de mission - Analyse stratégique de filière « Olives et Huile d'olives ». Sep-Oct 2011.

Rapport scientifique : Résultat d'un diagnostic sur un segment de la filière « Huile d'Olive » dans la wilaya de Bouira. Cas de Lakhdaria et de M'echedellah dans le cadre du projet de recherche INRAA/CRDI : « Etude de la qualité des huiles d'olive algériennes, traitement et valorisation des sous-produits (margine et grignon) et préservation des savoirs faire locaux » juin 2006.

Travaux ONFAA :

- Note de conjoncture Huile d'olive. ONFAA. Février 2016.
- Note de conjoncture Huile d'olive. ONFAA. Septembre 2015.
- Note de conjoncture Huile d'olive. ONFAA. Mai 2015.
- Référentiel Oléicole. ONFAA. 2016.
- ONFAA. Eté 2017 : L'olivier n'a pas été épargné par les incendies de forêt. Sep 2017.

Travaux INRAA : CRDI (2004-2006), ICARDA (2004-2006), FAWIRA (2013), PNR (2013), ONFA (2016), Indication géographique

Travaux de l'ITAFV : Catalogue des variétés algériennes de l'olivier.

Travaux INRAA : PNR II (2009),

Magistère : Douzane M., (2002). Caractérisation biochimique des huiles de quelques variétés Populations d'olives locales.

Thèse de Doctorat : Douzane M. (2012). Recherche de composés biochimiques de l'huile d'olive, utilisés comme marqueurs d'identification de variétés locales d'oliviers.

Synthèse sur la filière et la typologie des territoires : Diagnostic territorial – Filière oléicole Wilayas de Bejaia, Bouira et Tizi-Ouzou 2019 - Programme d'appui au secteur de l'agriculture (PASA) en Algérie

Rapport du projet TCP/ALG/3603. ASSISTANCE TECHNIQUE POUR LA PROMOTION DE LA PRODUCTION D'HUILE D'OLIVE BIOLOGIQUE EN ALGÉRIE- Mai 2020

Rapport sur la coopération UE-Algérie. Edition 2016



Sites internet





Prévisions de la production 2020/2021

<https://www.agronegocios.es/un-5-menos-y-por-debajo-31-mt-de-produccion-mundial-de-aceite-de-oliva-en-2020-21/>

Hacia una producción 2020/21 de aceite de oliva en el mundo de 3.086.500 t (-5%)

[http://www.sevi.net/es/3576/200/15379/Hacia-una-producci%C3%B3n-202021-de-aceite-de-oliva-en-el-mundo-de-3086500-t-\(-5\).htm](http://www.sevi.net/es/3576/200/15379/Hacia-una-producci%C3%B3n-202021-de-aceite-de-oliva-en-el-mundo-de-3086500-t-(-5).htm)

www.plantescope.com, www.wesavoirfaire.com et le blog de [blog.degustandco.com/infographie-huile-dolive/](http://blog.degustandco.com/infographie-huile-dolive/)

Les appellations d'origines de l'huile d'olive : AOP, AOC, que désignent les appellations de l'huile d'olive ? Publié dans L'actualité du Quai des Oliviers, L'huile d'olive de A à Z du 30/05/2019  
<https://www.quai-des-oliviers.com/blog/44-les-appellations-d-origines-de-l-huile-d-olive.html>

# Annexes



**Annexe : Les principaux opérateurs sur le marché mondial (Import/Export/conditionnement)**

Société	Adresse	Site web
AMD OIL SALES LLC	90 North Franklin Turnpike Ramsey, NJ 07446	<a href="https://www.amdoilsales.com/">https://www.amdoilsales.com/</a>
Aceites García de la Cruz	Reyes Católicos, 23. 45710, Madrideojos, Toledo (Espagne)	<a href="https://www.aceitesgarciadelacruz.com/fr/">https://www.aceitesgarciadelacruz.com/fr/</a>
ACEITES TOLEDO SA	Paseo del Pintor Rosales, 4 et 6. 28008 Madrid. Espagne.	<a href="https://www.aceitestoledo.com/">https://www.aceitestoledo.com/</a>
Acesur innovamos por trading	Ctra. de la Carolina, 29, 23220, Vilches, Jaén, Espagne	<a href="http://acesur.com/en">http://acesur.com/en</a>
Agro Sevilla	Avda. de la Innovación, s / n Ed. Rentasevilla, planta 8ª 41020 Sevilla - Espagne	<a href="https://agrosevilla.com/en/">https://agrosevilla.com/en/</a>
ALDI Inc.	1200 N. Kirk Rd. Batavia, IL 60510	<a href="https://www.aldi.us/en/about-aldi/contact-us/">https://www.aldi.us/en/about-aldi/contact-us/</a>
BETZ HOLDING	BLM Prod.et Vertriebsges. mbH & Co. KG • Neue Str.21 • 21244 Buchholz	<a href="https://www.betz-holding.com/cms/index.php?id=24">https://www.betz-holding.com/cms/index.php?id=24</a>
STAR Fine Foods		<a href="https://starfinefoods.com/products/">https://starfinefoods.com/products/</a>
Botticelli	59 Mall Drive, Commack NY - 11725	<a href="https://botticellifoods.com/">https://botticellifoods.com/</a>
Cargill Helping the word thrive	Cargill, Incorporated PO Box 9300 Minneapolis, MN 55440-9300 États-Unis	<a href="https://www.cargill.com/home">https://www.cargill.com/home</a>
Catania oils	3 Nemco Way Ayer, MA 01432	<a href="https://cataniaoils.com/#/HOME-01-00/">https://cataniaoils.com/#/HOME-01-00/</a>
Cento	100 Cento Blvd, Thorofare, NJ 08086	<a href="https://www.cento.com/">https://www.cento.com/</a>
Cibaria International	705, avenue Columbia. Riverside, Californie 92507	<a href="https://cibaria-intl.com/">https://cibaria-intl.com/</a>
Colavita	1 Runyons Lane Edison NJ 08817	<a href="https://www.colavita.com/">https://www.colavita.com/</a>

Société	Adresse	Site web
Columbus Vegetable Oils	30 East Oakton Street Des Plaines, IL 60018 847-257-8920	<a href="http://www.columbusvegoils.com/">http://www.columbusvegoils.com/</a>
Olivamed LLC	401 Shotwell Drive Franklin, OH 45005	<a href="https://olivamed.net/">https://olivamed.net/</a>
Euroaliment PACSL	Crta.LV-7011, Km. 4.5, 25155 L'Albagés, Lleida	<a href="https://ponshome.es/">https://ponshome.es/</a>
La pedriza		<a href="https://www.aceiteslapedriza.com/es/">https://www.aceiteslapedriza.com/es/</a>
Filippo Berio		<a href="https://filippoberio.com/">https://filippoberio.com/</a>
Flor do Alentejo LLC	Encino, Californie 91316	<a href="https://www.flordoalentejo.com/">https://www.flordoalentejo.com/</a>
Gourmet Foods International	11001 East 53rd Ave Denver, CO 80239	<a href="https://www.gfifoods.com/">https://www.gfifoods.com/</a>
ITALFOODS INC	205 SHAW ROAD SOUTH SAN FRANCISCO, CA 94080	<a href="https://www.italfoodsinc.com/">https://www.italfoodsinc.com/</a>
Ballester	JUAN BALLESTER ROSÉS, SUCESTORES, SA Apartado 22 C / Amposta, 41 43500 TORTOSA (Espagne-Espagne)	<a href="http://www.ballesteroliveoil.com/">http://www.ballesteroliveoil.com/</a>
La Tourangelle	918 Parker Street, Suite A-14 Berkeley, CA 94710	<a href="https://latourangelle.com/">https://latourangelle.com/</a>
Mandia Int'l Trading Grupo	75 Wurz Ave Utica, État de New York 13502	<a href="https://www.mandiacorp.com/">https://www.mandiacorp.com/</a>
Migasa	Ctra.Madrid Cádiz Km.556 - 41703 Dos Hermanas, Séville (Espagne)	<a href="http://www.migasa.com/">http://www.migasa.com/</a>
OESSE FOODS, INC	169 Olive St, New Haven, CT 06511, États-Unis	<a href="https://www.oessefoods.com/">https://www.oessefoods.com/</a>
SALVADORI SRL	Via delle Nazioni Unite, 26/28 50018 Scandicci, FIRENZE Italia	<a href="http://www.oleificiosalvadori.com/">http://www.oleificiosalvadori.com/</a>
Oleificio Zucchi S.p.A.	Via Acquaviva 12, Zona Porto Canale 26100 Cremona (ITALY)	<a href="http://www.oleificiozucchi.com/">http://www.oleificiozucchi.com/</a>
OLITALIA Srl	Via A. Meucci 22 / A - 47122 Forli (FC) - Italie	<a href="https://www.olitalia.com/ww-en/">https://www.olitalia.com/ww-en/</a>
Pietro Coricelli	Loc. Madonna di Lugo, 44 06049 Spoleto - PG Italia	<a href="https://coricelli.com/en/homepage-en/">https://coricelli.com/en/homepage-en/</a>
POMPEIAN, INC.	PULASKI HIGHW AY BALTIMORE, MD 21224	<a href="https://pompeian.com/">https://pompeian.com/</a>

Société	Adresse	Site web
Sangiulian	Via Carrabuffas 07041 Alghero (SS) Italie	<a href="https://www.sangiuliano.it/">https://www.sangiuliano.it/</a>
Sovena	Rua Dr. António Loureiro Borges, nº 2 Arquiparque Building 2, 3ème étage 1495-131 Algés - Portugal	<a href="https://www.sovenagroup.com/en/">https://www.sovenagroup.com/en/</a>
Umbria Olii International S.p.A.	Via G. Agnelli, 10  Campello sul Clitunno (PG), 06042 - Italy	<a href="https://www.umbriaoii.com/">https://www.umbriaoii.com/</a>
Vigo Importing Company	PO Box 15584 Tampa, FL 33684	<a href="http://www.vigo-alessi.com/">http://www.vigo-alessi.com/</a>
World finer Foods	1455 Broad St., 4e étage Bloomfield, NJ 07003	<a href="https://worldfiner.com/">https://worldfiner.com/</a>





## Données oléiculture MADR 2020

WILAYA	Données campagne 2019				Moyenne 2015-2019			
	Superficie occupée	Oliviers en rapport	Total Prod. Olives	Production d'huile	Superficie occupée	Oliviers en rapport	Total Prod. Olives	Production d'huile
	(ha)	(Nbre) arbres	Qx	HI	(ha)	(Nbre) arbres	Qx	HI
6 BEJAIA	57 617	4 442 786	890 333	194 713	55 948	4 326 712	875 021	181 256
15 TIZI-OUZOU	38 650	3 358 878	504 208	103 074	37 560	3 085 126	522 203	99 489
10 BOUIRA	37 309	2 698 785	432 442	92 440	36 460	2 504 117	438 713	79 877
34 B.B.ARRERIDJ	26 644	1 764 112	382 316	72 718	26 098	1 531 278	200 035	33 019
19 SETIF	23 600	2 295 355	341 050	69 717	22 583	1 892 486	281 188	58 131
18 JIJEL	16 603	2 107 441	555 859	109 791	15 552	1 445 279	304 603	60 003
26 MEDEA	8 814	379 913	57 523	5 289	8 705	285 518	58 382	6 404
35 BOUMERDES	8 346	815 790	37 303	5 688	8 229	740 584	84 937	14 621
<b>Total centre</b>	<b>217 582</b>	<b>17 863 060</b>	<b>3 201 033</b>	<b>653 430</b>	<b>211 135</b>	<b>15 811 100</b>	<b>2 765 081</b>	<b>532 802</b>
% par rapport au total national	<b>50%</b>	<b>41%</b>	<b>37%</b>	<b>62%</b>	<b>50%</b>	<b>42%</b>	<b>37%</b>	<b>62%</b>
29 MASCARA	16 186	1 487 940	794 250	2 870	14 711	1 373 649	698 100	2 088
13 TLEMCCEN	15 546	2 140 000	750 000	81 000	15 098	1 575 238	688 688	64 412
22 S.B.ABBES	8 781	573 100	223 824	8 506	8 213	603 118	255 198	8 467
38 TISSEMSILT	8 370	656 690	92 000	12 448	7 884	362 688	47 984	5 575
27 MOSTAGANEM	8 143	864 150	212 252	0	6 924	675 519	160 196	0
31 ORAN	7 383	1 041 440	152 593	1 588	7 234	1 009 816	146 967	1 691
48 RELIZANE	7 079	976 445	430 633	693	8 651	1 012 181	354 886	451
44 AIN-DEFLA	6 769	876 113	190 001	8 270	7 314	785 644	171 326	12 066
20 SAIDA	5 597	719 304	150 098	4 460	5 130	513 212	119 644	2 803
46 A.TEMOUCHENT	5 124	713 669	117 568	8 049	4 873	704 750	124 989	7 450
2 CHLEF	4 718	625 124	77 496	7 233	4 442	418 234	56 095	4 239
14 TIARET	4 597	608 190	64 000	3 900	6 707	462 635	50 340	2 067
<b>Total Ouest</b>	<b>98 292</b>	<b>11 282 165</b>	<b>3 254 716</b>	<b>139 016</b>	<b>97 180</b>	<b>9 496 684</b>	<b>2 874 414</b>	<b>111 309</b>
% par rapport au total national	<b>23%</b>	<b>26%</b>	<b>37%</b>	<b>13%</b>	<b>23%</b>	<b>25%</b>	<b>38%</b>	<b>13%</b>
5 BATNA	11 855	1 753 385	455 945	46 063	11 366	1 432 191	365 445	32 490
21 SKIKDA	11 833	1 309 841	222 732	35 650	11 229	1 224 531	221 762	41 903
43 MILA	9 778	850 000	138 489	20 043	9 647	690 299	106 869	15 258
12 TEBESSA	9 540	1 009 555	70 600	10 424	9 106	800 172	56 820	8 462
24 GUELMA	9 531	514 832	72 275	11 641	9 412	486 038	67 844	11 089
41 SOUK-AHRAS	8 136	657 548	102 144	12 518	8 107	633 656	129 908	10 695
40 KHENCHELA	4 428	624 461	95 691	18 511	6 091	495 205	68 622	11 392
36 EL-TARF	3 371	272 039	57 830	6 914	4 664	231 656	45 877	5 362
<b>Total Est</b>	<b>68 471</b>	<b>6 991 661</b>	<b>1 215 705</b>	<b>161 764</b>	<b>69 622</b>	<b>5 993 747</b>	<b>1 063 147</b>	<b>136 651</b>
% par rapport au total national	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>14%</b>	<b>15%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>
17 DJELFA	11 329	2 451 000	339 800	46 010	11 185	1 794 240	232 234	30 040
28 M'SILA	10 442	1 420 100	173 215	21 388	10 359	1 336 020	140 865	16 441
7 BISKRA	4 569	676 915	176 490	7 408	4 383	657 131	153 688	6 463
39 EL-OUED	3 100	718 060	46 320	2 800	3 080	660 112	38 928	2 281
3 LAGHOUAT	2 277	216 400	54 100	0	2 204	216 833	49 040	2 066
<b>Total Sud</b>	<b>31 717</b>	<b>5 482 475</b>	<b>789 925</b>	<b>77 606</b>	<b>31 212</b>	<b>4 664 336</b>	<b>614 755</b>	<b>57 289</b>
% par rapport au total national	<b>7%</b>	<b>13%</b>	<b>9%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>	<b>12%</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>
42 TIPAZA	2 096	386 289	42 244	4 375	2 421	280 307	61 855	6 852
4 O.E.BOUAGHI	2 073	155 845	19 277	2 808	1 919	88 199	8 561	1 123
45 NAAMA	2 067	215 213	8 058	889	2 749	118 341	6 465	752
47 GHARDAIA	1 880	193 420	25 818	418	1 619	183 755	23 872	396
8 BECHAR	1 650	160 940	9 962	462	1 409	93 323	6 017	226
30 OUARGLA	1 269	49 134	8 457	686	1 031	33 705	6 662	422
9 BLIDA	1 230	270 000	65 064	6 203	1 479	277 072	56 649	4 690
32 EL-BAYADH	1 191	165 605	15 882	1 926	1 072	133 980	12 895	1 583
23 ANNABA	969	76 778	14 665	2 188	877	70 476	13 310	1 861
25 CONSTANTINE	672	138 460	11 380	961	982	121 504	9 655	676
16 ALGER	190	38 742	5 316	501	121	31 424	4 953	485
37 TINDOUF	148	13	0	0	135	1 283	0	0
33 ILLIZI	137	4 314	39	0	138	1 976	19	0
1 ADRAR	0	0	0	0	0	0	0	0
11 TAMANRASSET	0	0	0	0	70	0	0	0
<b>Total autres wilayas</b>	<b>15 572</b>	<b>1 854 753</b>	<b>226 163</b>	<b>21 417</b>	<b>16 022</b>	<b>1 435 343</b>	<b>210 914</b>	<b>19 066</b>
% par rapport au total national	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>

**Evolution des données statistiques de l'oléiculture des 5 dernières années (source : MADR 2020).**

	<b>Superficie (ha)</b>	<b>Arbres</b>	<b>Olives (qtx)</b>	<b>Huile (hl)</b>
<b>2015</b>	406 571,31	56 314 777	6 537 245,95	758 891,647
<b>2016</b>	423 682,83	58 971 612	6 964 314,78	889 661,94
<b>2017</b>	432 959,02	60 969 640,6	6 844 605,63	685 424,8
<b>2018</b>	431 008,59	59 112 707,42	8 607 844	898 374,923
<b>2019</b>	431 634,49	60 632 901	8 687 541,09	1 053 233,69

Le décret exécutif n° 13-260, fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, publié au journal officiel de la république Algérienne n°36 du 18 juillet 2013.



الجمهورية الجزائرية  
الديمقراطية الشعبية

# الجريدة الرسمية

اتفاقات دولية، قوانين، مراسيم  
قرارات وآراء، مقررات، مناشير، إعلانات وبلاعات

## JOURNAL OFFICIEL

DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

CONVENTIONS ET ACCORDS INTERNATIONAUX - LOIS ET DECRETS  
ARRETES, DECISIONS, AVIS, COMMUNICATIONS ET ANNONCES

(TRADUCTION FRANÇAISE)

ABONNEMENT ANNUEL	Algérie Tunisie Maroc Libye Mauritanie	ETRANGER  (Pays autres que le Maghreb)	DIRECTION ET REDACTION SECRETARIAT GENERAL DU GOUVERNEMENT WWW. JORADP. DZ Abonnement et publicité: IMPRIMERIE OFFICIELLE Les Vergers, Bir-Mourad Raïs, BP 376 ALGER-GARE Tél : 021.54.35..06 à 09 021.65.64.63 Fax : 021.54.35.12 C.C.P. 3200-50 ALGER TELEX : 65 180 IMPOF DZ BADR: 060.300.0007 68/KG ETRANGER: (Compte devises) BADR: 060.320.0600 12
	1 An	1 An	
Edition originale.....	1070,00 D.A	2675,00 D.A	
Edition originale et sa traduction.....	2140,00 D.A	5350,00 D.A (Frais d'expédition en sus)	

Edition originale, le numéro : 13,50 dinars. Edition originale et sa traduction, le numéro : 27,00 dinars.

Numéros des années antérieures : suivant barème. Les tables sont fournies gratuitement aux abonnés.

Prrière de joindre la dernière bande pour renouvellement, réclamation, et changement d'adresse.

Tarif des insertions : 60,00 dinars la ligne

**SOMMAIRE****DECRETS**

Décret présidentiel n° 13-264 du 2 Ramadhan 1434 correspondant au 11 juillet 2013 portant transfert de crédits au budget de fonctionnement du ministère de l'intérieur et des collectivités locales.....	3
Décret exécutif n° 13-258 du 27 Chaâbane 1434 correspondant au 6 juillet 2013 portant création d'un chapitre et virement de crédits au sein du budget de fonctionnement du ministère de la pêche et des ressources halieutiques.....	4
Décret exécutif n° 13-259 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013 fixant les missions, l'organisation et le fonctionnement de l'établissement public de l'emploi de la main-d'œuvre carcérale.....	5
<b>Décret exécutif n° 13-260 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013 fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole.....</b>	<b>8</b>
Décret exécutif n° 13-261 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013 portant déclaration d'utilité publique l'opération relative à la réalisation du dédoublement du chemin de wilaya n° 122 reliant Heraoua à Ouled Moussa.....	12
Décret exécutif n° 13-262 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013 portant déclaration d'utilité publique l'opération relative à la réalisation du dédoublement du chemin de wilaya n° 121 reliant Ain Taya à Khemis El Khechna...	13
Décret exécutif n° 13-263 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013 portant déclaration d'utilité publique l'opération relative à la réalisation du dédoublement du chemin de wilaya n° 149 reliant Bordj El Bahri à Hamadi.....	14

**ARRETES, DECISIONS ET AVIS****MINISTERE DE LA CULTURE**

Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement de l'antique Rusguniae.....	15
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement de l'aqueduc de Hydra.....	15
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement des galeries algériennes.....	16
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement de la « Basilique de Notre Dame d'Afrique ».....	16
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement de « Chemora ».....	17
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement de « Bordj Mers Ed Debane El Djadid ».....	17
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement de « Djenane Raïs Hamidou ».....	18
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement de « l'ex-grand séminaire de Kouba ».....	18
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement du mausolée « Ghorfet Ouled Slama ».....	19
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement du site archéologique de « Ain Sfa ».....	19
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement du site archéologique de « Ain Torkia ».....	20
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement du site archéologique de « Taza ».....	20
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement du site archéologique de « Tihodaine ».....	21
Arrêté du 25 Chaoual 1433 correspondant au 12 septembre 2012 portant classement du site archéologique de « Tin Ziren ».....	21

**MINISTERE DU COMMERCE**

Arrêté du 23 Rajeb 1433 correspondant au 13 juin 2012 rendant obligatoire la méthode de recherche et dénombrement des spores de micro-organismes anaérobies sulfito-réductrices (Clostridia).....	22
---	----

**MINISTERE DE LA POSTE ET DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION**

Arrêté du 9 Ramadhan 1434 correspondant au 18 juillet 2013 fixant le calendrier d'ouverture à la concurrence de l'établissement et l'exploitation de réseaux publics de télécommunications mobiles de troisième génération (3G) et la fourniture de services au public.....	24
---	----

- les contributions de l'Etat relatives aux sujétions de service public,
- les emprunts contractés dans le cadre de la réglementation en vigueur,
- les dons et legs,
- les recettes découlant de ses activités.

**- En dépenses :**

- les dépenses de fonctionnement ;
- les dépenses d'investissement et d'équipement ;
- toutes autres dépenses nécessaires à la réalisation de ses missions.

Art. 22. — Le contrôle des comptes est assuré par un commissaire aux comptes, désigné par arrêté du ministre de la justice, garde des sceaux.

Le commissaire aux comptes établit un rapport annuel sur les comptes de l'office qu'il adresse au ministre de tutelle et au conseil d'administration de l'office.

Art. 23. — Les bilans, comptes de résultats et décisions de leur affectation ou fonds à répartir sont adressés, par le directeur de l'office, après approbation du conseil d'administration, au ministre de la justice, garde des sceaux.

Art. 24. — Les résultats nets d'exploitation sont répartis, annuellement, par décision conjointe du ministre de la justice, garde des sceaux et du ministre chargé des finances. Ils sont affectés, à la couverture des dépenses à caractère social, professionnel et culturel de promotion et d'assistance aux détenus, ainsi qu'aux dépenses à caractère économique afférentes à l'organisation pénitentiaire et de réinsertion.

#### CHAPITRE 4

##### Dispositions finales

Art. 25. — Est dissous l'office national des travaux éducatifs dont les biens, les droits, les obligations et les personnels sont transférés à l'office, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur.

Art. 26. — Le présent décret sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013.

Abdelmalek SELLAL.

#### Annexe

##### Cahier des charges de sujétions de service public

Article 1er. — Le présent cahier des charges a pour objet de déterminer les sujétions imposées par l'Etat, à l'office national des travaux éducatifs et de l'apprentissage, appelé ci-après « office ».

Art. 2. — Constituent des sujétions de service public mises à la charge de l'office, l'ensemble des tâches qui lui sont confiées par le ministère de tutelle

Art. 3. — Constituent les sujétions de service public, les missions suivantes :

- la formation et l'emploi des détenus au niveau de ses ateliers et unités dans les établissements pénitentiaires, les chantiers agricoles et les établissements de milieu ouvert,
- le paiement des rémunérations des détenus travailleurs conformément à la réglementation en vigueur, la prise en charge de leur restauration et leur dotation en effets vestimentaires nécessaires au travail, conformément aux standards en vigueur de la santé, de l'hygiène et de la sécurité,

— l'acquisition des équipements nécessaires pour les ateliers de formation et de production au niveau des établissements pénitentiaires et leur maintenance,

— l'encadrement technique nécessaire pour les ateliers de formation et de production, les chantiers agricoles et les établissements de milieu ouvert.

Art. 4. — L'office reçoit, pour chaque exercice, une contribution en contrepartie des sujétions de service public qui lui sont imposées par le présent cahier des charges, conformément aux procédures prévues par la législation et la réglementation en vigueur.

Art. 5. — L'office adresse au ministre de la justice, garde des sceaux, avant le 30 avril de chaque année, une évaluation des montants qui devront lui être alloués pour la couverture des charges réelles induites par les sujétions de service public qui lui sont imposées par le présent cahier des charges.

Les dotations de crédits sont arrêtées par le ministre de la justice, garde des sceaux et le ministre chargé des finances lors de l'élaboration du budget de l'Etat.

-----★-----

**Décret exécutif n° 13-260 du 28 Chaâbane 1434 correspondant au 7 juillet 2013 fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole.**

-----

Le Premier ministre,

Sur le rapport du ministre de l'agriculture et du développement rural,

Vu la Constitution, notamment ses articles 85-3° et 125 (alinéa 2) ;

Vu l'ordonnance n° 76-65 du 16 juillet 1976 relative aux appellations d'origine ;

Vu la loi n° 85-05 du 16 février 1985, modifiée et complétée, relative à la protection et à la promotion de la santé ;

Vu la loi n° 87-17 du 1er août 1987 relative à la protection phytosanitaire ;

Vu la loi n° 88-08 du 26 janvier 1988 relative aux activités de médecine vétérinaire et à la protection de la santé animale ;