

UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET
DES SCIENCES DE GESTION

LABORATOIRE DE RECHERCHE EN MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
(LAREMO)



**Compte-rendu des actes du
séminaire national sous le thème :**

**L'industrie agroalimentaire en Algérie :
potentialités et défis
27 - 28 Octobre 2021**

Programme du Séminaire

Journée du Mercredi, le 27/10/2021	
09h00	Ouverture du Séminaire : https://meet.google.com/kra-cwun-the
	Allocution de Mr le Recteur de l'UMMTO Pr. BOUDA Ahmed
	Allocution de Mme la Doyenne Pr. MATMAR Dalila
	Allocution du Directeur du laboratoire LAREMO Pr. BIA Chabane
	Allocution du Président du CSF Pr. OUALIKENE Selim.
	Allocution du Président du séminaire Dr. MOUSSAOUI Abdelhakim
10h30	Première Séance Plénière : https://meet.google.com/kra-cwun-the
	Président : Pr. GUENDOUDI Brahim
	Rapporteur : Dr. SOUKI Hakima
	MADJENE Lakhdar (Président de la Chambre de Commerce de la Wilaya de Tizi-Ouzou)
	AGHARMIOU Naima et HAMMOUTENE Ourdia (UMMTO) L'économie algérienne face aux défis de la sécurité alimentaire.
	OUNAS Farid (Université de Sétif) Problématique de l'Industrie Agroalimentaire en Algérie et sa contribution dans le développement.
	Débat
12h30	Atelier 1 : https://meet.google.com/kra-cwun-the
	Président : Pr. BIA Chabane
	Rapporteur : Dr. ZERKHEFAOUI Lyas
	GUENDOUDI Mohammed (UMMTO) Les industries agroalimentaires : déterminants et handicaps d'une branche en croissance.
	HAMDAD Anis et GHEDDACHE Lyes (UMMTO) Analyse de la stratégie de diversification de Cevital agro-industrie.
	AIT ATMANE Foudil (Université Béjaia) La pratique d'innovation dans les entreprises agroalimentaires de Bejaia.
	BEKKIS Soumeya (ENSA Alger) Construction d'un modèle de prévision des quantités triturées des blés utilisées par l'industrie de la transformation des grains en Algérie.
Débat	
12h30	Atelier 2 : https://meet.google.com/dvq-cmca-yfr
	Président : Pr. OUALIKENE Selim
	Rapporteur : Pr. AKNINE-SOUIDI Roza
	BELKACEMI Lydia et AMNACHE Sabrina (UMMTO) Le rôle des banques dans le financement de l'industrie agroalimentaire en Algérie.
	ABOUBAKAR Mahamat Zene (UMMTO) Apports du contrôle de gestion à l'industrie agroalimentaire en Algérie.
	KABENE Ahmed et CHENANE Arezki (UMMTO)

	<p>L'événementiel comme levier de valorisation des activités agroalimentaires : Illustration par la fête du lait d'Imaloussen.</p> <p>GRAICHE Lynda (UMMTO) L'impact de la Covid-19 sur l'industrie agroalimentaire en Algérie. Cas de la wilaya T-O.</p> <p style="text-align: center;">Débat</p>
14h15	<p style="text-align: center;">Atelier 3 : https://meet.google.com/kra-cwun-the</p>
	<p style="text-align: center;">Président : Pr. AIT TALEB Abdelhamid</p>
	<p style="text-align: center;">Rapporteur : Dr. MOULAI Kamal</p>
	<p>BOUDI Melkhir et ABBAD Malika (UMMTO) La filière huile d'olive en Algérie : enjeux et perspectives.</p>
	<p>ZAIDI Hachemi, MERADI Ouari et BOUZNIT Mohammed (Bejaia) Le développement de la filière oléicole à Bejaia : entre réalités et ambitions</p>
	<p>CHOUKACHE Kahina et AKNINE Rosa (UMMTO) L'oléiculture de la wilaya de Tizi-Ouzou comme alternative de développement local, expérience de la coopérative d'Ath Ghovri.</p>
	<p>SLAIMI Fayrouz (Université Annaba) Conditions et modalités de mise en œuvre du système d'analyse des dangers et des points critiques pour leur maîtrise HACCP, Etude de cas de la Laiterie Edough-Annaba.</p>
	<p>SI MANSOUR Farida, OUAMAR Sabrya et SI SALAH Karima (UMMTO) La valorisation des produits agricoles comme levier de compétitivité internationale de l'industrie agroalimentaire algérienne.</p> <p style="text-align: center;">Débat</p>
14h15	<p style="text-align: center;">Atelier 4 : https://meet.google.com/dvq-cmca-yfr</p>
	<p style="text-align: center;">Président : Pr. ABRIKA Belaid</p>
	<p style="text-align: center;">Rapporteur : Dr. AMIAR-DOUADI Lila</p>
	<p>MEZIANE KACI Z., BOUMEDIENE N., KACI A. et MEGATLI S. (Université de Blida 1) Quel avenir pour les entreprises algériennes de boissons ? Etude empirique de l'entreprise d'Aqua Sim (Mouzaia) (Wilaya de Blida).</p>
	<p>SEGUENI Fadhila et LARBES Melha (UMMTO) L'entrepreneuriat féminin dans l'industrie agroalimentaire : défis et contraintes. Cas de la fromagerie « Maâchera »</p>
	<p>RAHMOUNI Djamila et AKNINE Rosa (UMMTO) Activité culinaire traditionnelle et dynamique locale : Cas des producteurs des gâteaux traditionnels.</p>
	<p>DJELLOUT Fatima, LALAOUI Amor et AKKOUL Jugurta (UMMTO) Le déploiement de la stratégie de sécurité alimentaire de la Chine : des décisions locales aux répercussions globales</p>
	<p>CHENANE Arezki et KABENE Ahmed (UMMTO) L'entrepreneuriat agroalimentaire au niveau de la Wilaya de Tizi-Ouzou : spécificités et défis. Cas des fromageries industrielles.</p> <p style="text-align: center;">Débat</p>

Journée du Jeudi, le 28/10/2021	
09h00	Deuxième Séance Plénière : https://meet.google.com/kra-cwun-the
	Président : Pr. AISSAT-LEGHIMA Amina
	Rapporteur : Dr. HAMDAD Toufik
	MESLOUB Slimane et MOUSSAOUI Abdelhakim (UMMTO) Politique de restriction des importations des produits alimentaires en Algérie : stratégie et conséquences.
	BELLAHCENE - BELKHEMSA Ouerdia (UMMTO) L'opportunité entrepreneuriale au cœur de la dynamique de la filière de blé en Algérie.
	KACI Ahcène (ENSA Alger) Filière viandes rouges en Algérie : Bilan d'une décennie
	SAHALI Nourredine, ANICHE Arezki et HAMDAD Toufik (UMMTO) La création des entreprises de transformation laitière dans la wilaya de Tizi-Ouzou : la zone Sebaou comme exemple d'ancrage territorial
	CHAIB Baghdad (Université de Tlemcen) Les Industries Agro-alimentaires en Algérie : entre la confirmation de performance et la consolidation de la sécurité alimentaire.
Débat	
10h30	Troisième Séance Plénière : https://meet.google.com/kra-cwun-the
	Président : Pr. AMOKRANE Abdellaziz
	Rapporteur : Dr. GHEDDACHE Lyes
	AMIRI Dalila et AKNINE Rosa (UMMTO) Agriculture territoriale et l'agroalimentaire entre défis et contraintes. Cas de la wilaya de Tizi-Ouzou
	BERBOUCHA Sylia, IFOURAH Hocine et BOUDACHE Souad (Université Béjaia) La création et le développement des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia.
	FERDJI Younes (CREAD) Capacité d'innovation des entreprises agroalimentaires, entre ancrage territorial et proximité : Cas de la wilaya de Blida
	SALEMI Madjid (UMMTO) L'industrie agroalimentaire et santé publique en Algérie : l'impératif d'un partage des responsabilités".
	AMGHROUS Smail (UMMTO) Les coopératives agricoles en Algérie, un trait d'union entre l'agriculture et les industries agroalimentaires.
Débat	

12h30	Atelier 5 : https://meet.google.com/kra-cwun-the
	Président : Dr. GHEDDACHE Lyes
	Rapporteur : Dr. CHENANE Arezki
	BOUKELLAL Sabrina et SOUKI Hakima (UMMTO) Innovation marketing : un levier stratégique de la performance marketing des entreprises agroalimentaires Cas de l'entreprise Cevital
	ZERKHEFAOUI Lyas (UMMTO) La normalisation dans l'industrie agroalimentaire en Algérie : des enjeux majeurs pour un intérêt mineur
	BEKOUR Farida, AMOKRANE Abdellaziz et MOULOUA Zahra (UMMTO) Le Reporting des actions de RSE selon les lignes directrices du Global Reporting Initiative : Cas de la Direction des Services Agricoles (DSA) de la wilaya de Tizi-Ouzou
	SAHALI Nourredine, GUENDOUIZI, Brahim et SAHNOUNE Mohand Evolution des indicateurs du secteur agricole et la question de la sécurité alimentaire en Algérie durant les années 2000
Débat	

12h30	Atelier 6 : https://meet.google.com/dvq-cmca-yfr
	Président : Dr. RACHEDI Akila
	Rapporteur : Dr. GUERCHOUH Mouloud
	MEKACHER Amal (UMMTO) L'entreprise agricole algérienne et sa place dans la chaîne de production agroalimentaire à l'ère de l'économie verte.
	CHEURFA Sadika (Université de Bejaia) L'environnement des entreprises du secteur agro-alimentaire en Algérie : cas des entreprises sises à la wilaya de Béjaia
	AKKOUL Jugurta, BIA Chabane et DJELLOUT Fatima (UMMTO) Revisite du lien entre le commerce agricole et la croissance économique de l'Algérie : une nouvelle évidence empirique.
	OUAMAR Sabrya, SI MANSOUR Farida et SI SALAH Karima (UMMTO) L'agriculture « bio » comme source d'innovation pour la promotion d'une industrie agroalimentaire en Algérie
Débat	
14h30	Lecture des rapports : https://meet.google.com/kra-cwun-the
	Synthèse et recommandations : https://meet.google.com/kra-cwun-the
	Clôture du Séminaire : https://meet.google.com/kra-cwun-the

Appel à communication

I. Problématique du séminaire

La crise sanitaire engendrée par la pandémie du Covid-19 vient de nous rappeler que notre système productif est faible et en même temps fragile car dépendant des importations d'intrants de l'étranger. Dans le contexte de récession économique mondiale et où la plupart des frontières sont fermées, l'Algérie ne peut compter que sur elle-même, mais avec peu de ressources productives à gérer et face à des besoins de plus en plus grandissants.

Est-il besoin de rappeler qu'une baisse de la facture alimentaire passe nécessairement par une augmentation de la production nationale supposant un important effort d'investissement dans l'agriculture et l'industrie de transformation. Le développement de l'industrie agroalimentaire revêt alors une dimension stratégique et il faudra initier le plus grand nombre de projets possibles pour d'une part, faire de la substitution aux importations, et d'autre part, arriver à assurer la sécurité alimentaire. La question de la relance de l'investissement productif ainsi que la création de nouvelles entreprises afin de densifier le tissu économique revêt dans ce cas une importance primordiale.

A ce titre, on dénombre plusieurs milliers d'entreprises agroalimentaires en Algérie, de tailles très différentes et qui opèrent dans des secteurs très divers. Plusieurs filières comptent des centaines de producteurs mais, d'une façon générale, l'essentiel de la production est assuré par quelques grosses entreprises et quelques dizaines d'entreprises de taille moyenne. C'est le cas dans les boissons où l'on compte près de 700 entreprises, avec seulement une trentaine d'entreprises importantes, dont quelques leaders (Castel, Fruital, ABC Pepsi, Hamoud Boualem, IFRI,...) qui assurent l'essentiel de la production. La situation est analogue dans le secteur de la transformation des céréales avec quelques moulins publics (Eriad), des dizaines de moulins privés et quelques gros producteurs, dont certains sont devenus des groupes alimentaires (SIM, Benamor, Amour, Metidji, Harbour, Sopi, Moula, La Belle, Sosemie,...).

L'agroalimentaire est le concept qui s'applique aux filières qui concernent les produits alimentaires dont les plus importants en Algérie restent les filières céréales, lait et produit laitiers, boissons, viandes, conserves, huiles et oléagineux, sucre (Ghili, 2018).

Par ailleurs, les systèmes agroalimentaires ont connu au niveau international d'importants changements du fait de la globalisation croissante des marchés. L'élargissement de l'espace économique des grandes entreprises alimentaires et de distribution a été influencé non seulement par les accords internationaux en matière de réduction des barrières douanières et non douanières, mais aussi par un changement de paradigme technologique des activités de logistique et de distribution, révolutionnées par la numérisation des technologies d'information. À ces évolutions sur le plan économique, s'ajoutent les nouveaux défis sur le plan environnemental et de la sécurité alimentaire.

Cependant, la décision de localisation d'une entreprise peut être décrite comme une séquence de choix géographique dans laquelle l'entreprise choisit d'abord un pays puis une région à l'intérieur de ce pays. Une fois la localisation générale déterminée, les industries doivent s'intéresser aux spécificités caractérisant le territoire qui accueillera les activités industrielles. L'implantation des entreprises spécialisées dans l'agroalimentaire joue un rôle très important dans le développement local et régional.

Dans ce contexte, la littérature spécialisée dans l'analyse spatiale des systèmes agroalimentaires porte un intérêt particulier sur la question de recherche suivante : quels sont les facteurs qui déterminent le degré d'ancrage ou enracinement territorial des productions agroalimentaires ? L'analyse de cette interrogation permettrait de mieux comprendre, d'une

part, l'attachement de certaines productions à un lieu donné et, d'autre part, les mécanismes à l'œuvre dans les processus de délocalisation vers d'autres lieux où les facteurs de production ont des moindres coûts.

C'est dans ce cadre que l'équipe de recherche sur « les entreprises de la branche agro-industrie : entre impératifs du marché national et défis de l'exportation » compte organiser, durant le deuxième semestre de 2021, un séminaire national consacré à « l'industrie agroalimentaire en Algérie : potentialités et défis ». L'objectif de la rencontre est de faire ressortir le poids de cette activité dans le tissu économique, d'une part, et de son interface avec le secteur agricole, d'autre part. Comment sont organisées les filières de l'agroalimentaire et quelles sont celles les plus performantes actuellement sur le marché national et à l'exportation ? Quelle contribution pour assurer la sécurité alimentaire du pays et réduire les importations des produits alimentaires ? Quel accompagnement fournir pour assurer une dimension stratégique à l'essor des activités agroalimentaires et l'entrepreneuriat dans ce domaine ?

II. Axes du séminaire

Axe 1 : Activités agroalimentaires en Algérie : état des lieux et perspectives

Axe 2 : Sécurité alimentaire et réduction des importations de produits alimentaires

Axe 3 : Importance de l'interface industrie agroalimentaire et agriculture

Axe 4 : Impact de la crise sanitaire sur l'activité agroalimentaire

Axe 5 : Ancrage territorial de l'activité agroalimentaire

Axe 6 : L'entrepreneuriat dans l'industrie agroalimentaire

Des communications parallèles à ces axes peuvent aussi être retenues si elles correspondent à la thématique générale du séminaire.

Président d'honneur

Professeur BOUDA Ahmed, Recteur de l'UMMTO

Présidente d'honneur

Professeur MATMAR Dalila, Doyenne de la FSECSG de l'UMMTO

Président du séminaire

Dr MOUSSAOUI Abdelhakim, Maître de conférences-A à l'UMMTO

Contenu des communications

Première séance plénière (le 27/10/2021)

Président : Pr. GUENDOZI Brahim

Rapporteur : Dr. SOUKI Hakima

AGHARMIOU Naima et HAMMOUTENE Ourdia (UMMTO) : L'économie algérienne face aux défis de la sécurité alimentaire

Résumé

La question de la sécurité alimentaire en Algérie est au cœur des préoccupations des pouvoirs publics depuis l'indépendance. Dans les faits, cela s'est traduit par la multiplication des réformes agraires, un arsenal de lois et décrets et des efforts d'investissement de l'Etat. Résultat de la stratégie de développement initiée dès la fin des années soixante, le sujet de la sécurité alimentaire ne peut néanmoins être appréhendé sans un détour par la période coloniale française. Cet épisode de l'histoire du pays a façonné un modèle économique extraverti (Henni, 2018) et produit le sous-développement (Benachenhou, 2009).

L'autogestion des années soixante, la révolution agraire des années 1970, puis les multiples revirements institutionnels ultérieurs traduisent les mutations de l'environnement global de l'économie algérienne et prônent, en théorie, le désengagement progressif de l'Etat de la sphère économique (Henni, 1991 ; Temmar, 2015) en encourageant le secteur privé dans la production agricole et garantir la sécurité alimentaire. Les deux dernières décennies sont marquées par des plans nationaux de relance agricole, (PNDA 2000-2010 ; PRAR 2010-2014 ; Plan FELAHA 2014-2020), néanmoins, force est de constater que le développement de l'activité agricole algérienne se heurte à de nombreux obstacles. L'instabilité institutionnelle, les hésitations politiques mais surtout la pérennité d'un Etat rentier rendent les institutions peu regardantes sur les résultats des politiques mises en place. Le « laisser-faire » entamé dès la promulgation de la loi foncière en 1990 a désorienté les choix ce qui a conduit à des politiques agricoles décidées de manière isolée en rupture avec la stratégie globale de développement.

Beaucoup d'auteurs s'accordent à dire que l'obstacle premier sur la non performance du secteur agricole est d'ordre institutionnel, un manque de clarté et de cohérence des politiques mises en œuvre ((Bessaoud, 2004, 2019 ; Djenane ,2012 ; Omari et al, 2012 ; Benachenhou, Temmar...) induisant des dysfonctionnements (problème de logistique, de la chaîne de froid, des aires de stockage et de conditionnement, répercussions sur les prix, spéculations...). Autant de facteurs qui entretiennent la dépendance alimentaire du pays. Celle-ci ne date pas d'aujourd'hui et trouve son origine dans la période coloniale (Henni, 2018). L'analyse des données des douanes algériennes, de la banque d'Algérie et de l'ONS ainsi que les écrits de spécialistes sur la question (Djenane, 2012 ; Omari et al, 2012) nous montrent la dépendance structurelle de l'extérieur en produits alimentaires se traduisant par un déficit alimentaire chronique. En effet, la production agricole qui assurait 93% des besoins nationaux dans les années 1970, n'en assure que 30% au début des années 1980 (Omari et al, 2012). Résultat, le recours de plus en plus important aux importations pour couvrir les besoins en produits alimentaires est récurrent ce qui explique le déficit permanent de la balance commerciale agricole (- 10,8 milliards de dollars en 2017).

Cette communication se propose de réfléchir sur les raisons de la dépendance alimentaire de l'Algérie à travers l'analyse des vicissitudes du secteur de l'agriculture. Elle n'a pas pour prétention de présenter de manière exhaustive les facteurs à l'origine du marasme de l'agriculture et de l'impossible sécurité alimentaire pour l'heure, mais se propose de questionner certaines causes à l'origine du problème. L'approche méthodologique suggérée est à la fois historique et analytique. Dans un premier point nous donnerons les caractéristiques de l'agriculture algérienne sous la domination française qui a constitué un déterminant économique de colonisation (Henni, 2018 ; Benachnehou 2009 ...). Ce survol nous permettra de comprendre l'émergence de l'économie rentière et de la subordination de la colonie à la métropole. Dans un second point nous traiterons de la dépendance structurelle de l'extérieur comme conséquence des choix des politiques de développement, les hésitations et les choix hasardeux pour le secteur de l'agriculture. Et enfin, nous insisterons, dans un troisième point, sur les impératifs de renouer avec une stratégie globale tenant compte de la donne démographique, de celle de l'économie mondiale et des répercussions des aléas climatiques sur la sécurité alimentaire en nous appuyant sur les données de la banque mondiale et d'autres rapports et écrits sur la question.

Mots clés : Economie algérienne, Politiques publiques, Dépendance alimentaire, Sécurité alimentaire

Introduction

L'économie algérienne de ce début du 21^{ème} siècle demeure empreinte des séquelles de la période coloniale française. En inversant sa situation d'exportateur net de produits agricoles (dominés par les produits vinicoles) au lendemain de l'indépendance pour en devenir un importateur net, en quelques années seulement, l'Algérie va dangereusement affecter sa sécurité alimentaire. En optant pour une industrialisation lourde orientée vers la valorisation des hydrocarbures, le pays va sacrifier l'agriculture et en faire un parent pauvre de l'ensemble de l'économie. Les multiples réformes ont certes permis au secteur de se relever dans le PIB, mais beaucoup reste à faire pour assurer un avenir soutenable pour une population en forte augmentation, une diminution drastique des terres arables et faire face à un nouveau contexte mondial marqué par le réchauffement climatique.

Ce papier est structuré en trois points. Dans le premier, il s'agira de rappeler que l'agriculture est extravertie sous la domination française et le secteur va être désorganisé au lendemain de l'indépendance. Le deuxième point est centré sur les choix économiques et politiques du pays, sur les hésitations du pouvoir traduites par la multiplicité des réformes qui vont entretenir une dépendance structurelle de l'extérieur. En effet, réexaminer la question de l'agriculture dans l'économie algérienne ne pourra se faire sans une vision globale de la stratégie de développement du pays. Enfin, le dernier point a pour objet d'exposer les principaux défis à relever pour développer un secteur agricole à même d'assurer la sécurité alimentaire.

1. A l'origine de la dépendance alimentaire, des traits atypiques de l'agriculture algérienne

Il n'est sans doute pas exagéré aujourd'hui de lier les problèmes de l'agriculture algérienne à ses péripéties pendant les périodes coloniales et plus particulièrement celle de la colonisation française. Le statut de la terre, devenant par la force des lois coloniales, une propriété des nouveaux venus et le choix des cultures spéculatives comme vecteur de la domination constituent les principaux facteurs de la déstructuration de l'agriculture. La prédilection de l'Algérie pour le modèle de développement auto centré dès l'accession à son indépendance, n'a pas manqué de marquer le secteur.

1.1 Une agriculture extravertie

Le développement de la viticulture en Algérie coloniale s'est accéléré vers la fin du 19^{ème} siècle suite à la crise du phylloxéra qui a touché le vignoble en métropole (Bessaoud, 2012). L'ouest algérien en a constitué l'essentiel des cultures. Un accident de l'histoire devenant « un vecteur de la colonisation économique » qui va bouleverser le monde agricole (Henni, 2018, p53). A la fin du 19^{ème} siècle, les exportations de vin constituent la moitié des exportations de la colonie (Henni, 2018), une situation qui va contribuer à l'émergence d'une économie rentière qui va perdurer après l'indépendance en substituant les hydrocarbures au vin

La part de l'agriculture dans le PIB régresse après l'indépendance en passant de 22% du PIB en 1963 à 20% en 1965, puis 15,8% en 1966 (Henni, 1991). Cette situation est la résultante de nombreux facteurs ayant d'ailleurs accéléré la dissolution du mode d'organisation mis en œuvre à la hâte (l'autogestion) comme l'intervention de l'Etat, les problèmes d'encadrement, de moyens de production...

1.2 L'agriculture sacrifiée dès les premiers plans de développement de l'Algérie indépendante

Au lendemain de l'indépendance, le choix du modèle de développement planifié et centralement dirigé va marquer le secteur agricole entraînant la régression de la production agricole et celle des terres arables.

1.2.1. Régression de la production agricole

La place de l'agriculture se réduit progressivement durant la décennie 1967-1977 (Nadir, 1982), ce qui se traduit par une réduction de sa contribution dans la production nationale, mais aussi par une baisse du niveau de satisfaction des besoins alimentaires et un déséquilibre de la balance commerciale. Une situation qui s'explique par le choix du modèle de développement basé sur l'industrialisation du pays. Au-delà de cette régression, le plus grave est selon Nadir (1982) dans la quasi-stagnation qui ne pouvait être compensée par les apports de l'industrie et des hydrocarbures quand on considère les besoins alimentaires en augmentation avec un taux d'accroissement démographique de 3.2%.

La part de l'agriculture dans le PIB est divisée par environ deux en dix ans en passant de 13% en 1967 à 7.5% en 1977 (Nadir, 1982). A la croissance démographique que connaissait le pays, s'ajoutent d'autres défis comme la diversification de la ration alimentaire, la hausse des salaires du fait des emplois industriels et l'urbanisation rapide, ... Le gap grandissant entre l'offre et la demande nationale en produits agricoles, a conduit immédiatement aux importations, ce qui renforce la dépendance de l'extérieur. On parle déjà de dépendance alimentaire (Nadir, 1982).

1.2.2. Régression des terres arables

Une SAU de près de 7.5 millions d'hectares dont les trois quarts constituent le secteur traditionnel et le reste au profit du secteur moderne détenu par les colons à travers quelques 200 fermes coloniales. Il s'agit des terres les plus fertiles, les mieux localisées, elles sont déclarées vacantes suite à leur abandon et mises sous l'autogestion. Les nationalisations vont toucher dès 1971 les terres non coloniales. Au lendemain de l'indépendance de l'Algérie, le secteur était relativement prospère, il représentait environ 1/5^{ème} du PIB, employait plus de la moitié de la population active et procurait un tiers des revenus extérieurs grâce à des exportations annuelles régulières (Henni, 1991, Mouhoubi, 2011). Avec le départ des colons en 1962-1963, la demande est contractée et le secteur est totalement bouleversé.

Dès le premier plan triennal (1967-1969) et la mise en place du processus industriel, des changements structurels s'installent et le secteur agricole connaît de plus en plus de difficultés. D'abord, par la mise en place de l'autogestion, processus de gestion imposé par les exigences de prise en main rapide d'un secteur sensible à la saisonnalité des cultures alors que la demande interne est sans cesse croissante et les habitudes de consommation ne sont pas en reste. Ainsi, on observe en seulement 20 ans (1967 et 1988) une croissance sans précédent de la demande en produits agricoles alors que le secteur ne contribue que marginalement à la production nationale. Or, ce constat n'a pas entraîné une reconsidération du secteur de l'agriculture comme secteur névralgique de toute l'économie. En dépit des efforts d'investissements et des réformes, notamment, des années 80, le secteur demeure le parent pauvre de l'économie.

2. La dépendance structurelle de l'extérieur pour les biens alimentaires comme conséquence des choix des politiques de développement,

Après l'autogestion puis la révolution agraire, plusieurs lois sont promulguées pour organiser le secteur de l'agriculture. D'abord, la loi de 1987 met fin au secteur socialiste agricole et vient répondre au nouveau contexte national après la crise du contre choc pétrolier de 1986. L'Etat réintroduit progressivement les mécanismes de marché en fractionnant les grandes exploitations socialistes comme il l'a fait en 1982-1983 pour les grandes entreprises industrielles publiques. Une opération qui n'a pas profité au secteur en entraînant de multiples détournements par des personnes étrangères au monde agricole.

2.1 L'agriculture algérienne à partir de 2000

Les multiples réformes agraires, depuis l'autogestion, n'ont pas empêché la détérioration du secteur agricole qui a fonctionné dans l'ombre des autres secteurs économiques. A la faible contribution à la production nationale, s'ajoutent d'autres facteurs autrement plus aggravants (Barakat, 2004) : apport marginal dans les exportations de produits agricoles, faible apport en inputs pour les industries agroalimentaires, un exode rural qui perdure en raison de la disparité des revenus avec les autres secteurs de l'économie, des détournements des terres à vocation agricole pour les besoins de l'urbanisation et de l'édification des infrastructures. En 2000, un plan national de développement agricole (PNDA) est mis en place comme nouveau dispositif réglementaire afin de donner au secteur un nouveau souffle et permettre l'indépendance alimentaire. Il est élargi deux années plus tard à sa dimension rurale donnant lieu au Plan de Développement Agricole et Rural (PNDAR).

En 2010, une loi¹ permet un droit de jouissance pour l'exploitation, par des privés, des terres du domaine privé de l'Etat par des concessions de 40 ans. A la même période, une politique de renouveau agricole et rural (PRAR 2010-2014) est mise en œuvre afin d'articuler les enjeux de l'agriculture avec le schéma national d'aménagement du territoire (SNAT) et avec le schéma directeur du secteur agricole pour la période 2008-2025. L'objectif étant de soutenir l'agriculture, d'assurer la sécurité des revenus pour les agriculteurs en zones défavorisées par des dispositifs juridiques nouveaux². La nouvelle politique fait un recentrage sur les filières agricoles stratégiques à encourager telles que les céréales, le lait, les semences, ...

Plus récemment, le plan FELAHA 2014-2020 reconduit l'essentiel des orientations du PRAR et s'appuie sur de nouvelles sources de financements pour le secteur agricole et l'activité agroalimentaire (Bessaoud, 2019) Ce plan offre de multiples avantages aux investisseurs privés par des bonifications

¹Loi 10-03 du 15 août 2010 portant sur les modalités et conditions d'exploitation des terres du domaine privé de l'Etat

² Le renforcement du cadre légal a été assuré par l'adoption par l'assemblée populaire nationale de deux lois importantes : la loi d'orientation agricole n°08-16 du 3 Aout 2008 ainsi que la loi N° 10 -03 du 18 Aout 2010 fixant les conditions et les modalités d'exploitation des terres agricoles du domaine privé de l'Etat. Cette dernière loi ouvrait la voie, d'une part, à la concession des terres aux exploitants privés, et d'autre part, au partenariat public-privé.

diverses (prêts bonifiés, fiscalité avantageuse, soutien aux intrants et matériels) afin de rendre le secteur agricole attractif. Parmi les objectifs ambitieux et futuristes de ce plan, la création de 350 fermes de grande dimension, des modèles d'exploitations intégrées à production intensive accompagnée de toute la logistique nécessaire pour le stockage, la transformation et la valorisation des produits agricoles. Un projet réalisable grâce à la mise en œuvre des concessions de terres encadrées par la loi pouvant porter sur des milliers d'ha.

2.2 Les obstacles majeurs à l'essor de l'agriculture

L'arsenal juridique régissant le secteur agricole n'a pas empêché l'importance de la jachère, estimée aujourd'hui à 3 millions d'hectares. Un problème d'autant plus aggravé par l'empiètement de l'urbanisation sur les terres agricoles. De même, l'absence de titres de propriété ne permet pas l'accès aux financements bancaires et à d'autres types de facilitations pour de nombreux exploitants agricoles. En outre, le problème de l'eau associé à d'autres conditions liées au changement climatique pèsent lourdement sur le développement de l'agriculture. S'ajoutent à toutes ces difficultés, l'instabilité ayant caractérisé le cadre juridique régissant le secteur agricole a entravé l'agriculture algérienne. En effet, une réforme est à peine mise en œuvre qu'elle est sujette à de nouvelles orientations (Djenane, 2012). Résultat, en dépit des réformes et des efforts d'investissement, la faiblesse de l'activité agricole apparaît à travers la contribution du secteur à la richesse nationale comme on peut le voir dans le tableau 1, emprunté à Bessaoud (2019)

Tableau N° 1 : Principaux indicateurs du secteur agricole en 2017

Part de l'agriculture dans le PIB (en %)	12,2
Taux de croissance du PIBA (aux prix constants des facteurs, en %)	2,5
Taux de croissance de la production agricole (moyenne 2000-2015, en %)	6,4
Balance commerciale agroalimentaire (10 millions USD courants)	- 8,2
Terres agricoles arables (millions hectares, en 2017)	8,5
% Terres irriguées du total des terres agricoles	15
Ressources en eau renouvelables intérieures par hab. (m3/hab./an)	600
Population rurale (en millions)	11
Croissance de la population rurale (% annuel)	- 0,3

Source : Cité par Bessaoud, 2019

Selon le rapport de Bessaoud (2019) la part de l'agriculture dans le PIB ne représente que 12,2 % en 2017 pour une population rurale représentant le quart de la population totale. La grande disparité des zones irriguées s'ajoutent des obstacles liés à l'encadrement et à la qualification des travailleurs agricoles, ajoute le rapport. En dépit des facilitations de paiement, des efforts d'investissement dans l'agriculture et l'hydraulique, la production agricole couvre aujourd'hui à peine de 30% des besoins alimentaires.

3. Les impératifs de renouer avec une stratégie globale tenant compte de la donne démographique, de celle de l'économie mondiale et des répercussions des aléas climatiques sur la sécurité alimentaire

Dès les premières décennies de l'indépendance, on parle déjà de déficit alimentaire en Algérie. Le gap grandissant entre une demande interne en produits alimentaires et une production nationale insuffisante, ne s'est pas atténué avec les choix de la stratégie globale de développement. Bien au contraire, la prédilection pour une industrialisation accélérée non orientée directement vers les productions agroalimentaires allait très vite privilégier les voies de l'importation des produits de première nécessité, céréales, sucres, huiles, lait...

3.1 La dépendance alimentaire de l'Algérie

Si la production agricole assurait 93% des besoins nationaux dans les années 1970, elle n'en assure plus que 30% une dizaine d'années plus tard (Omari et al, 2012). La question de la sécurité alimentaire se pose dès que le recours aux importations des produits alimentaires devient incontournable, voire vitale pour faire face aux besoins sans cesse croissants d'une population en fort accroissement. Le premier indicateur alarmant est sans doute la permanence d'un solde négatif de la balance commerciale agricole. Il est de -6 962,82 millions de dollars en 2020, selon les estimations de la direction des douanes. Les importations de produits agricoles représentent près du quart des importations totales de l'Algérie. Le déficit commercial algérien est particulièrement marqué pour certains produits stratégiques tels que les céréales, le lait et les produits laitiers. Le pays figure parmi les plus importants clients des pays producteurs et un des plus gros importateurs de produits agricoles au monde. En 2020, le ratio de dépendance de l'Algérie aux importations de céréales est de 66,22 % (Direction des douanes, 2020). Le

tableau 2 nous donne les produits à l'origine du déficit commercial agricole du fait de leur poids dans les achats du pays à l'étranger.

Tableau 2 : Les produits à déficit commercial agricole plus élevé en 2020 en Algérie en Millions d'USD.

Produit	Déficit commercial
Les céréales	2487,35
Les produits laitiers	1442,56
Sucres et sucreries	719,57
Résidus et déchets des industries alimentaires	349,60
Tabac et succédanés de tabac fabriqués	336,36

Source : Construit à partir des données du document de la direction des douanes ,2020.

Ces données nous rappellent l'impossible concrétisation des objectifs du PNDA, à savoir l'amélioration du niveau de la sécurité alimentaire à travers la mise en place de meilleures capacités de production (intrants, matériel ...). La crise alimentaire mondiale a révélé l'ampleur de la vulnérabilité de l'Algérie concernant la sécurité alimentaire et l'échec des politiques publiques pour le développement du secteur agricole.

3.2 Les défis du développement du secteur agricole algérien.

Contrairement aux autres secteurs de l'activité économique, l'agriculture est connue pour sa forte vulnérabilité, son exposition aux multiples aléas liés au climat, mais également au problème de gouvernance. Les obstacles au développement de l'agriculture algérienne ont été relevés depuis les premières années de l'indépendance. Les travaux de Bedrani, Nadir, Henni ont à chaque fois souligné la marginalisation du secteur dans les allocations d'investissement. Mais au-delà des moyens matériels, humains et financiers versés dans le secteur, il y a les facteurs liés à la rareté des terres, à la structure des sols et leur caractère agro-pédologique, à la jachère, au problème de mobilisation des eaux et l'irrigation (Bessaoud, 1994).

Dans son rapport sur l'agriculture en Algérie, Bessaoud (2019) souligne plusieurs défis à relever pour que le pays puisse assurer sa sécurité alimentaire :

- **Le défi économique :** améliorer la productivité agricole afin d'assurer les intrants nécessaires à l'industrie agroalimentaire laquelle constitue un vecteur déterminant pour la sécurité alimentaire. Il ne s'agit plus d'une option ni d'un choix, mais d'une nécessité impérieuse au vu de la dégradation de la situation financière du pays ;
- **Le défi lié à la protection des ressources naturelles et au changement climatique :** De récents rapports, ³ ne manquent pas de souligner que « le pire est à venir » concernant le changement climatique dans le monde. L'Algérie se retrouve plus vulnérable que jamais puisqu'elle souffre particulièrement de la raréfaction de l'eau, de l'avancée du désert, de l'aridité des sols... Protéger les systèmes écologiques et les patrimoines naturels devient un défi capital et impose de nouvelles visions en phase avec les exigences de l'heure ;
- **Le défi social et démographique :** l'évolution de l'indice de dépendance⁴ interpelle sur l'urgence d'une densification du tissu économique et de sa diversification avec une place de choix pour l'agriculture, secteur névralgique pour l'économie nationale.
- Le défi de la valorisation des compétences et des métiers liés à l'agriculture.

3.3 Rompre avec la logique mono exportatrice du pays

La structure du commerce extérieur d'un pays est sans doute l'image la plus parlante de la performance de son économie nationale. Illustrés à travers sa balance des paiements, les flux avec l'étranger démontrent la capacité du pays à subvenir à ses besoins, sa capacité de financement de l'économie, mais aussi son degré de dépendance vis-à-vis de l'étranger. Pour le cas algérien, le caractère structurel de la dépendance économique de l'étranger, n'est plus à démontrer. Pour la sécurité alimentaire, la question est si préoccupante qu'elle est au cœur de tous les débats et les différentes équipes dirigeantes en font le credo de leur discours.

Comme déjà souligné plus haut, la nature du commerce extérieur de l'Algérie a été dictée par la puissance coloniale qui privilégiait l'économie primarisée d'extraction des matières premières et des produits agricoles afin de servir les intérêts de la métropole. Une situation d'économie rentière qui allait

³ Dans un rapport de l'ONU qui sera publié en Février 2022, les experts climat du Giec tirent la sonnette d'alarme sur la détérioration des conditions climatiques au niveau de la planète.

⁴ C'est le rapport entre la population non active (0-17 ans et plus de 65 ans) et la population active (18-64 ans)

perdre après l'indépendance. Au final, les différentes équipes dirigeantes qui se sont succédé depuis l'accès de l'Algérie à l'indépendance, n'ont fait que reproduire le schéma colonial. Deux éléments caractérisent le commerce extérieur algérien :

3.4 La constance dans les importations des produits alimentaires

En près de soixante années d'indépendance, en dépit des multiples efforts de développement et des sommes colossales investies dans les différents secteurs de l'économie, l'Algérie importe toujours plus de produits alimentaires pour satisfaire sa demande interne. Une situation observée dès la fin des années 60 comme on peut le voir dans le tableau 3.

Tableau n° 3 : Part en % des produits alimentaires dans les échanges commerciaux de 1967 à 2010

	1967	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010
<i>Import.</i>	26	10.95	19.5	19.20	19.65	19.42	25.90	24.18	16.27	13.03
<i>Export.</i>	15.2	19.21	03.6	0.81	0.43	0.36	1.04	0.149	0.152	0.48

Source : Nos calculs à partir des données <https://www.ons.dz/IMG/pdf/CH10>

Ainsi, face aux exportations de produits alimentaires qui s'estompent, on observe une part de plus en plus croissante des importations de ces mêmes produits. L'explication est à rechercher dans la place des hydrocarbures dans les échanges et dans les choix du pays. En 2019, le poste biens alimentaires représentant près d'un cinquième du total des importations du pays est dominé par les produits stratégiques tels que les céréales, la poudre de lait et les sucres⁵.

En 2020, le part des importations des biens alimentaires augmente frôlant les 25 %, comme on peut le voir dans le tableau 4. Le taux de couverture n'étant que de 85.43%. Si le rapport de la direction des douanes souligne une baisse sensible des importations, cela ne diminue pas pour autant de la dangerosité de telles données qui reflètent l'insécurité alimentaire du pays.

Tableau 4 : Evolution des importations par groupes d'utilisation

Groupes d'utilisation	Part en % en 2019	Part en % en 2020
-Biens alimentaires	19,05%	23,45%
-Energie et lubrifiants	3,09%	2,79%
-Produits bruts	4,69%	6,63%
- Demi-produits	24,71%	23,27%
-Biens d'équipements agricoles	1,13%	0,60%
- Biens d'équipements industriels	31,83%	26,55%
-Biens de consommation	15,50%	16,72%
Total	100%	100%

Source : Direction Générale des Douanes « Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie, période : onze mois de 2020 », septembre 2020, P 12.

La banque d'Algérie souligne dans ses multiples rapports que ce phénomène est la conséquence logique de la forte croissance de la consommation. En effet, la population ne croît pas avec le rythme des premières décennies de l'indépendance.

Conclusion

Depuis la libéralisation de l'économie nationale, les importations n'ont cessé d'augmenter et celles des produits alimentaires ne sont pas en reste. En engloutissant pas moins de 40 milliards de dollars US chaque année⁶, ces dépenses constituent un manque à gagner pour l'économie nationale et l'effort de développement du pays.

La forte dépendance des hydrocarbures est malheureusement une constante de l'économie algérienne. L'indépendance politique du pays ne s'accompagne malheureusement pas d'une indépendance économique et se traduit aujourd'hui par une atteinte grave à la sécurité alimentaire, une situation inquiétante à laquelle il faut faire face dans l'immédiat. La diversification de l'économie par une utilisation optimale des ressources, une meilleure orientation des investissements, l'encouragement de l'industrie agroalimentaire sont autant de pistes d'actions à explorer. Fondamentalement, tout est lié au climat des affaires et à une volonté politique forte

Références bibliographiques

⁵https://douane.gov.dz/IMG/pdf/rapport_comext_1er_trimestre_20_vf.pdf

⁶https://www.douane.gov.dz/IMG/pdf/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf

1. Barakat, S. « Algérie, perspectives 2010 : développement et démocratie », Co-édition ADEM –jeune indépendant, 2004.
2. Bessaoud, O. « L'agriculture et la paysannerie en Algérie : les grands handicaps », communication au symposium « Etat des savoirs en sciences sociales et humaines », Oran, CRASC, 20-22 Septembre, 2004
3. Bessaoud, O., « L'agriculture en Algérie : de l'autogestion à l'ajustement (1963-1992) », Revue Options Méditerranéennes, N° 8, 1994
4. Bessaoud, O., « Rapport de synthèse sur l'agriculture en Algérie », Projet d'appui à l'initiative ENPARD Méditerranée, Janvier 2019
5. Direction Générale des Douanes « Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie, période : onze mois de 2020 », septembre 2020
6. Djenane, A., « La dépendance alimentaire : un essai d'analyse », Revue Confluences Méditerranée, N° 81, Printemps 2012
7. Henni A., « Economie de l'Algérie coloniale 1830-1954 », Editions Chihab, 2018

OUNAS Farid (Université de Sétif) : Problématique de l'Industrie Agroalimentaire en Algérie et sa contribution dans le développement

Résumé

Le marché de l'agroalimentaire en Algérie recèle un grand potentiel de développement, principalement dans les filières céréales, les produits laitiers, les corps gras, le raffinage du sucre, la conserverie, ainsi que les eaux minérales. Innovation, et mise à niveau sont les objectifs que l'industrie de l'agroalimentaire voudrait atteindre. Malgré cette volonté, le secteur de l'agroalimentaire en Algérie prouve un manque de compétitivité et rencontre des difficultés d'ordre technique et managériales.

Dans ce papier, nous allons aborder le secteur de l'agroalimentaire en Algérie depuis la relance économique de l'an 2000 jusqu'aux nos jours, son évolution, les principaux produits destinés aux marchés locaux pour ensuite argumenter la mise à niveau de nos entreprises face aux marchés internationaux, et enfin comment créer l'innovation et faciliter le transfert du savoir-faire étranger.

Mots clés : agroalimentaire- développement- exportation- potentiel- savoir- faire

Introduction

Les Industries Agroalimentaires (IAA) en Algérie (Agroline, 2017) ont connu leur essor dans les années 70 avec les programmes publics de développement visant à la création de sociétés nationales, notamment dans les filières céréales, lait, eaux et boissons. Ces filières restent les plus importantes mais sont suivies maintenant par celles du sucre, des corps gras, des conserves, des viandes, etc.

Les IAA ont connu un développement remarquable depuis au moins deux décennies et les perspectives de croissance sont encore plus importantes pour le futur, compte tenu de l'importance de la demande algérienne et des possibilités d'exportations dans certains secteurs. Un programme de développement des IAA est en cours, afin d'en accroître le nombre et de les mettre à niveau.

Les moteurs du développement sont l'investissement, la modernisation des équipements, l'acquisition de savoir-faire, les partenariats, l'innovation, la gestion de la sécurité sanitaire, la normalisation, la certification, etc.

L'Algérie veut profiter des revenus pétroliers pour favoriser le développement de la production dans les secteurs fortement déficitaires (céréales, lait, viandes,...) et favoriser la transformation.

1. Le marché des industries agroalimentaires en Algérie

Le marché agroalimentaire en Algérie évalué à plus de 5,5 milliards de dollars, L'agriculture représente 12 % du PIB. Selon la source All Africa, les algériens consacrent 22% de leur budget dans le secteur agroalimentaire (Office National des Statistiques, 2017). Depuis la libéralisation de l'économie, des groupes privés se sont lancés sur un marché des plus juteux. L'Algérie s'attelle depuis à l'amélioration du niveau d'intégration de l'économie, au développement de projets orientés vers l'exportation et s'essaie tant bien que mal à une meilleure utilisation des capacités de production existantes. Bien que mono-exportateur (hydrocarbures), l'Algérie peut, selon les experts africains, diversifier son économie. En fait, All Africa explique que dans un pays qui reste encore tributaire de l'industrie pétrolière - un secteur qui représente 60% des recettes prévues au budget, 30% du PIB et 97% de l'ensemble des recettes d'exportation - les résultats de l'économie ont progressé ces dernières années, portant le taux

de croissance en 2003 à près de 7%, attribuable au fort rendement du secteur énergétique et de produits agroalimentaires.

L'Algérie est encore loin de l'autosuffisance en matière de production alimentaire, puisque les importations permettent de répondre à 75% de l'ensemble des besoins alimentaires du pays. Le gouvernement souhaite depuis longtemps pouvoir réduire cette proportion en améliorant les méthodes nationales de production. Pour le moment, ce sont les variations climatiques qui ont la plus forte incidence sur le rendement agricole national d'une année à l'autre. Par contre, le secteur des céréales qui commencent juste à connaître des résultats mitigés, ces derniers temps avec une moyenne de 60 millions de quintaux de production de blé, est jugé insuffisant, donc, ne permettant pas l'autosuffisance alimentaire du pays, d'où les importations massives de blé.

2. Evolution du secteur des industries alimentaires en Algérie : Quel potentiel d'exportation des industries agroalimentaires ?

On dénombre plusieurs milliers d'entreprises alimentaires, de tailles très différentes et qui opèrent dans des secteurs très divers (Ben Bouali Sabrina, 2017). Plusieurs filières comptent des centaines de producteurs mais, d'une façon générale, l'essentiel de la production est assuré par quelques grosses entreprises et quelques dizaines d'entreprises de taille moyenne. C'est le cas dans les boissons où l'on compte près de 700 entreprises, avec seulement une trentaine d'entreprises importantes, dont quelques leaders (Castel, Fruital, ABC Pepsi, Hamoud Boualem, IFRI,...) qui assurent l'essentiel de la production. La situation est analogue dans le secteur de la transformation des céréales avec quelques moulins publics (Eriad), des dizaines de moulins privés et quelques gros producteurs, dont certains sont devenus des groupes alimentaires (SIM, Benamor, Amour, Metidji, Harbour, Sopi, Moula, La Belle, Sosemie,...). Dans le secteur laitier, on compte les 15 entreprises du groupe public GIPLAIT et plus de 100 entreprises privées de taille très variable. Certains secteurs, comme celui des yaourts sont totalement dominés par quelques industries : Soummam (40%), Danone (25%), Hodna, Trefle,... La situation est analogue dans le secteur des fromages fondus, marché sur lequel domine largement devant quelques entreprises algériennes (Algérie crème, Fitalait, Priplait. En revanche, dans les secteurs traditionnels comme le cachir (produit de type mortadelle) ou la production d'huile d'olive, il existe de nombreux petits producteurs (l'exception pour le cachir étant Bellat, qui représente à lui seul la moitié de la production). Dans chacun de ces secteurs, le niveau qualitatif des leaders est pratiquement aux normes internationales, alors que la production des petits producteurs peut être de qualité variable ou médiocre. Les grands producteurs pourraient se développer à l'international mais, dans la majorité des cas, ils partent en retard par rapport à leurs concurrents. D'autre part, les prix intérieurs sont souvent plus rémunérateurs (marché algérien demandeur et moins exigeant). L'industrie agroalimentaire dispose de capacités importantes et est même en surcapacité dans certains secteurs comme la meunerie ou la production de boissons. A l'inverse, la production est faible et le nombre d'entreprises réduit dans d'autres filières : conserves de poissons, production de surgelés, panification industrielle, déshydratation, production de levures. Certaines branches dépendent essentiellement de l'importation pour leurs approvisionnements en matière première. C'est le cas de l'industrie du sucre, des huiles et margarines, du café, qui importent la quasi-totalité de leurs matières premières. C'est aussi, en grande partie, le cas des moulins de blé tendre (BT), dont l'activité repose essentiellement sur du blé importé, et des semouleries, dont les approvisionnements sont complétés par des importations de blé dur. Dans le secteur laitier, les besoins de l'industrie sont encore couverts pour 70% par des importations de poudre, mais la part du lait produit en Algérie augmente régulièrement.

3. Un secteur dominé par les industries privées

Le gouvernement algérien a entamé, depuis longtemps, la privatisation des entreprises publiques car, malgré des plans de relance et de modernisation, la plupart n'ont jamais réussi à être compétitives et à répondre aux besoins du marché algérien (Djaziragroalimentaire, 2019). Par l'ordonnance n° 01-04 du 20 août 2001, les autorités algériennes ont engagé le processus de privatisation de 942 entreprises publiques (sur un total de 1 280 entreprises, tous secteurs confondus) dont 268 entreprises agroalimentaires : IAA (corps gras, laiteries, minoteries, brasseries, boissons, eaux, viandes,...), fabricants de matériel agricole, industries avicoles, abattoirs, entreposage, commerce, sociétés d'études,... Toutes les tentatives visant à réhabiliter les entreprises agroalimentaires publiques auparavant s'étaient soldées par des échecs et c'est pourquoi elles ont été privatisées. La part de marché des IAA publiques est passée en moyenne de 24 % en 1999 à 13 % en 2001 et à 5% actuellement. Les

ERAD « Entreprise régionale des industries alimentaires et dérivés », ont ainsi été proposées à la privatisation dès 2001, dans le cadre d'un programme de restructuration du secteur public. Ce plan a été étendu à d'autres secteurs comme le groupe GIPLAIT « Groupe interprofessionnel du lait », l'ENCG « Entreprise nationale des corps gras », l'ENASUCRE « entreprise nationale du sucre - raffinage de sucre » et l'ensemble ENAJUC « boissons – jus - conserves ». Dans tous ces secteurs, les entreprises privées dominent désormais. Cependant, les entreprises publiques continuent d'assumer certaines missions comme la fourniture des produits à prix administrés dont la production n'est souvent pas rentable (lait pasteurisé en sachets LPS, farine, semoule).

4. Les programmes économiques de relance au secteur agroalimentaire en Algérie

Les décideurs publics voulaient utiliser la manne pétrolière en l'orientant vers des programmes économiques de relance pour insuffler une nouvelle dynamique à l'économie algérienne et promouvoir l'investissement national et améliorer les conditions de vie. Ainsi, trois programmes se sont succédé depuis 2001 jusqu'à 2014, puis un nouveau programme est en cours d'application depuis 2015 (Bendellali zahra, 2018). L'industrie agroalimentaire occupe au cours des années 2000 une place de choix dans l'approvisionnement du marché national en produits alimentaires qui constituent la base du système nutritionnel algérien (farine, semoule, pâtes alimentaires, lait et produits laitiers, huiles alimentaires, tomate industrielle, sucre). Même si les IAA affichent une forte dépendance vis-à-vis des marchés extérieurs, une proximité trop faible avec l'amont agricole et un déficit dans le processus de valorisation de produits locaux, le secteur des IAA a contribué en 2013 à hauteur de 50 à 55% au PIB industriel (hors hydrocarbure). Il est le premier employeur dans l'industrie (40% de l'emploi avec près de 150 000 actifs occupés) et il a produit 40 à 45% de la valeur ajoutée industrielle (plus de 300 milliards de DA). Ce sont les entreprises des filières céréales, lait, eaux et boissons non alcoolisées qui sont les filières clés du paysage des IAA algériennes.

4-1 - Le Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE) : 2001-2004

Pour améliorer la situation socioéconomique dramatique de la décennie noire, en 2001, l'Etat a mis en place un nouveau plan triennal de soutien à la relance économique (PSRE) (Hadjar Assia, 2011). L'Etat continue à préserver un niveau élevé de réserves financières dans le but d'insérer l'économie algérienne dans le marché mondial. En 2002, l'Algérie a signé un accord avec l'Union Européenne dans le cadre du Partenariat Euro-méditerranéen et a entamé des négociations pour faire partie de l'OMC. Les négociations piétinent et jusqu'à aujourd'hui, le processus d'adhésion n'a toujours pas abouti. Le Programme de Soutien à la Relance Economique (PSRE) s'est étalé sur la période 2001-2004 et s'est articulé notamment à l'appui aux entreprises et aux activités productives agricoles, agroalimentaire et autres.

4-2- Le Plan Complémentaire de Soutien à la Croissance 2005-2009 :

La détermination de l'Etat à combler les besoins en infrastructures s'est concrétisée par son engagement dans des grands projets d'envergure. Ainsi et en prolongement du PSRE (Hadjar Assia, 2011), l'année 2005 est marquée par le lancement du plan complémentaire du soutien à la croissance (PCSC). Ce plan quinquennal de relance a absorbé ce qui n'a pas été réalisé du PSRE avec l'incorporation de nouveaux programmes. Les montants destinés au PCSC ont atteint presque 200 milliards de dollars fin 2009. Cette action budgétaire s'inscrit comme la précédente dans le soutien à la croissance économique.

4-3- Le plan de développement quinquennal (2010-2014)

En 2009, le gouvernement algérien a présenté un troisième plan de relance dans un contexte international difficile marqué par la crise financière et économique de 2007/2008. Une crise qui a touché presque toutes les économies et a plongé le monde dans une longue récession. Pendant que plusieurs pays opéraient des restrictions budgétaires sévères, l'Algérie lançait, pour 2010- 2014, son deuxième programme quinquennal (Communiqué du conseil des ministres, 2010). Ambitieux par ses objectifs, important par les moyens financiers mobilisés, ce programme se veut le prolongement des deux précédents programmes de relance (2001-2009). Doté d'une enveloppe globale de 21124 milliards de dinars, soit 286 milliards de dollars US.

4-4- Le plan quinquennal de développement économique et social (2015- 2019)

Le nouveau plan quinquennal de développement 2015-2019 (Douanes Algeriennes, 2015), qui fait suite aux plans 2005-2009 et 2010-2014, s'inscrit dans la continuité des programmes de développement et d'investissements précédents et marque, cependant, une rupture avec les méthodes d'avant. Ce plan est destiné à renforcer la résistance de l'économie algérienne aux effets de la crise financière mondiale et à développer une économie compétitive et diversifiée. La relance de l'économie productive a été au

cœur des préoccupations du programme. Le plan 2015-2019 se tient de contribuer à la relance de nombreux secteurs productifs, particulièrement dans l'agroalimentaire et la pharmacie.

5- Les contraintes de l'industrie agroalimentaire

En Algérie, le secteur agro-alimentaire fait face aux contraintes suivantes (LCA TV Le Quotidien économique en ligne, 2021) :

- Industries agroalimentaires encore trop peu présentes, particulièrement dans les territoires ruraux et intègrent trop faiblement les productions nationales ;
- Une forte dépendance des importations des produits agricoles ;
- Un faible degré d'intégration verticale en amont et en aval ;
- Un système commercial et logistique traditionnel, avec des coûts de fonctionnement excessifs et une absence de transparence dans la détermination des prix ;
- Un environnement scientifique et technique embryonnaire ;
- Une faible maîtrise des méthodes modernes d'organisation et de management des entreprises ;
- Une capacité d'attraction des investissements étrangers presque inexistante ;
- Des difficultés à affronter la concurrence internationale.

Le secteur des industries agro-alimentaires occupe une place privilégiée dans le processus de libéralisation et de mise à niveau de l'économie. Les entreprises agro-alimentaires doivent, en effet entreprendre des efforts importants pour faire face aux multiples contraintes qui les caractérisent et répondre, d'une manière efficace, aux changements rapides de l'environnement national et international.

Conclusion

Depuis l'an 2000, les IAA connaissent un développement remarquable en Algérie. Les perspectives de croissance sont très importantes, compte tenu de la demande et des possibilités d'exportations dans certains secteurs. Ces industries occupent une place privilégiée dans le processus de libéralisation et de mise à niveau de l'économie. L'agroalimentaire est la deuxième industrie de l'Algérie après celle des hydrocarbures. Elle comporte huit filières de fabrication ce qui explique la diversification des produits commercialisés par cette industrie. L'une des caractéristiques structurelles de ces filières est qu'elles sont faiblement intégrées, particulièrement en amont. Les intrants utilisés par ces entreprises agroalimentaires sont constitués principalement des matières premières importées. La dépendance de l'industrie agroalimentaire en matière d'approvisionnement vis-à-vis de l'extérieur a remis en cause la notion d'intégration intersectorielle et de son modèle de référence. En effet, les industries de transformations fonctionnent de plus en plus avec des produits agricoles importés rendant leur rentabilité et leur compétitivité attachées aux prix de ces matières sur le marché international. Les ménages algériens consacrent en moyenne 45 % de leurs dépenses à l'alimentation, un secteur, dont on rappellera qu'il doit assurer la subsistance de plus de 45 millions d'habitants. Les entreprises algériennes doivent entreprendre des efforts importants pour faire face aux multiples contraintes qui les caractérisent et répondre, d'une manière efficace, aux changements rapides de l'environnement national et international. Dans ce cadre, la diversification des exportations hors hydrocarbure demeurent insignifiantes, elles n'excèdent pas en moyenne les 3 % par rapport au volume globale des exportations. La faiblesse des exportations agroalimentaires s'explique par de nombreux obstacles qui font face au fonctionnement et au développement des entreprises agroalimentaires.

Atelier n°1

Président : Pr. BIA Chabane

Rapporteur : Dr. ZERKHEFAOUI Lyas

GUENDOZI Mohammed (UMMTO) : Les industries agroalimentaires : déterminants et handicaps d'une branche en croissance

Résumé

L'économie mondiale, marquée actuellement par un contexte de récession qui est imposé par la pandémie de la Covid-19. Les échanges dans le cadre du commerce international se retrouvent depuis quelques temps très impactés par cette crise sanitaire où la plupart des frontières se retrouvent fermées. Cette situation a mis en exergue la vulnérabilité des Etats dont l'économie dépend fortement des importations, particulièrement tout ce qui a trait à la sécurité alimentaire de ces pays. Dans ce cadre, l'Algérie doit mener une réflexion afin de consacrer son indépendance en matière alimentaire par le développement de ses ressources productives et une meilleure gestion de son industrie agroalimentaire pour faire face à des besoins internes de plus en plus grandissants.

Problématique : L'industrie agroalimentaire (IAA) en Algérie a connu un développement dans les années 70 grâce aux programmes publics de développement qui visaient à créer des entreprises nationales, notamment dans les domaines des céréales, du lait, de l'eau et des boissons. Ces secteurs restent les secteurs les plus importants, mais sont désormais suivis de près par le sucre, les graisses, les conserves, la viande, etc.

Les IAA connaissent un essor remarquable depuis 20 ans et les perspectives de croissance sont encore plus appréciables pour le futur, compte tenu de l'importance de la demande algérienne et des possibilités d'exportations dans certains secteurs. Un programme de développement des IAA est en cours, afin d'en accroître le nombre et de les mettre à niveau.

Cependant, la dynamique du développement du secteur agroalimentaire algérien se heurte à plusieurs contraintes à l'image du manque en matière de performance de la transformation de la matière agricole vers des aliments destinés à la consommation et la production interne de certaines denrées agricoles qui reste aujourd'hui très en retrait par rapport à la demande interne.

Afin de remettre l'industrie agroalimentaire algérienne sur les rails de la croissance et de consacrer une rupture avec la dépendance envers les importations, il demeure impératif de dresser un diagnostic sur le secteur en question, particulièrement en intégrant des variables de récession que connaît actuellement l'économie mondiale. A ce niveau, quelles sont donc les forces et opportunités à saisir mais aussi les faiblesses et menaces à neutraliser sur le secteur agroalimentaire algérien afin de consacrer son renouveau ? Autrement dit, quelle analyse de la sphère agroalimentaire en Algérie peut-on faire ?

Mots clés : Alimentation, Agriculture, agro-industrie, Filières agricoles

Introduction

L'agriculture joue un rôle capital dans le développement économique des pays. A ce titre, la majorité des habitants des pays pauvres tirent essentiellement leurs subsistances du sol. Le déclenchement du progrès dans les pays en voie de développement, repose principalement sur l'amélioration de l'agriculture et des industries agroalimentaires (IAA). Dans ce cadre, le signe qui caractérise le plus une situation de sous-développement, est une agriculture qui nourrit mal la population, et qui suscite par conséquent des importations alimentaires massives. En effet, lorsque l'agriculture et les industries agroalimentaires ne sont pas suffisamment développées dans un pays, cela conduit à une dépendance vis à vis de l'étranger induisant la dégradation de la balance commerciale alimentaire. Aussi, la sécurité alimentaire en Afrique s'est dégradée ces dernières années. En 2019, on a dénombré 250,3 millions personnes sous-alimentées dans le continent: 15,6 millions en Afrique du Nord et 234,7 millions en Afrique subsaharienne⁷.

En Algérie, depuis le début des années quatre-vingt-dix, l'industrie agroalimentaire (IAA) est l'un des principaux moteurs du retour à la croissance, devenant la seconde industrie après celle de l'énergie. Elle constitue un élément essentiel du tissu industriel national et cela à travers le rôle important qu'elle joue dans l'économie du pays, ainsi, que sa contribution d'une façon efficace et durable à l'amélioration du PIB (produit intérieur brut) et à la résorption du chômage.

En effet, L'IAA en Algérie est confrontée à plusieurs défis majeurs parmi lesquels il convient de citer l'accroissement de la population (plus de 40 millions d'habitants), l'urbanisation, et les nouvelles attentes des consommateurs. L'objectif principal de leur développement étant de nourrir la population, et assurer la sécurité alimentaire durable du pays.

⁷ FAO « Afrique, vue d'ensemble régionale de la sécurité alimentaire et de la nutrition, 2020. »

L'objectif majeur du gouvernement algérien est de réduire la dépendance vis-à-vis de l'étranger, en veillant à ce que le marché intérieur soit suffisamment approvisionné et à des prix acceptables. Aux yeux du gouvernement, les IAA ont une grande importance parce qu'elles visent à assurer la sécurité alimentaire du pays, mais aussi parce que l'agriculture et les IAA emploient près de 23% de la population active et contribuent pour 12% au PIB de l'Algérie (dont 2% pour les IAA). Les IAA représentent au moins 17 000 entreprises et génèrent plus de 140 000 emplois, mais le secteur exporte très peu, malgré le potentiel pour certains produits.

Afin de consacrer le développement des IAA, Le gouvernement algérien a mis en place un Plan National de Développement Agricole et Rural (PNDAR) en 2003 et un plan de développement des industries agroalimentaires dans le cadre du plan national d'appui aux industries agroalimentaires (PNDIAA). Une des grandes priorités des pouvoirs publics est de faire baisser les importations de certaines filières telles que celle du lait par exemple.

Quelle est donc la contribution attendue des industries agro-alimentaires pour consolider la sécurité alimentaire du pays et assurer une mise à l'abri contre toute pression ? Autrement dit quel diagnostic peut-on faire sur les industries agroalimentaires en Algérie ? Cette question invite également à examiner en complément la stratégie industrielle déjà élaborée, voire :

- La situation actuelle des principales filières agroalimentaires ;
- Les caractéristiques du système alimentaire national ;
- Les attentes et les enjeux ;
- La stratégie à mettre en œuvre.

La méthodologie de recherche consiste dans un premier temps au recueil et l'analyse des données afférentes au secteur agroalimentaire algérien, puis dans un deuxième temps, grâce à l'utilisation d'un outil régulièrement utilisé, à savoir la matrice SWOT, il s'agira de procéder à l'identification et à la classification des forces et opportunités ainsi que les faiblesses et menaces dans le secteur agroalimentaire.

La matrice SWOT est un outil d'analyse stratégique. Il combine l'étude des forces et des faiblesses d'une organisation, d'un territoire, d'un secteur, etc. avec celle des atouts et des menaces de son environnement, afin d'aider à la définition d'une stratégie de développement.

Cette démarche permettra d'identifier clairement les leviers potentiels d'action permettant d'appréhender le cas concret du marché agroalimentaire Algérien, afin de préparer des mécanismes permettant de l'extraire de sa position actuelle, face aux menaces et aux défis du contexte économique et sanitaire actuel.

I. présentation et consistance de l'industrie agroalimentaire en Algérie

Les Industries Agroalimentaires (IAA) en Algérie ont connu leur essor dans les années 70 avec les programmes publics de développement visant à la création de sociétés nationales, notamment dans les filières céréales, lait, eaux et boissons. Ces filières restent les plus importantes mais sont suivies maintenant par celles du sucre, des corps gras, des conserves et des viandes.

Il s'agit donc dans ce point, de donner un aperçu de l'industrie agroalimentaire en Algérie par la présentation de ce secteur et de ses principaux indicateurs ainsi que ces principales branches et leurs caractéristiques. Ceci nous permettra d'identifier par la suite dans les points suivants, les perspectives possibles et les contraintes à surmonter.

1.1. Contexte économique algérien et industries agroalimentaires

La population algérienne compte 43,5 millions d'habitants en 2020⁸. Un taux de croissance de cette population de 2,1% indique que l'Algérie n'est plus dans une phase de transition démographique. Le taux d'urbanisation est de 72 % et désormais la population rurale baisse même en termes absolus (-0,4 %/an).

Le pays est classé dans la catégorie des pays ayant un niveau de développement humain élevé (0,754)⁹. Le PIB est de 171,2¹⁰ milliards de dollars en 2019 avec un taux de croissance de seulement 0,8%. L'économie algérienne est fortement tributaire de la rente des hydrocarbures (96 % des recettes

⁸ ONS, Statistiques sur la démographie Algérienne

⁹ APS.DZ « Développement humain: l'Algérie toujours dans la catégorie des pays ayant un IDH élevé »

¹⁰Données sur les comptes nationaux de la Banque mondiale et fichiers de données sur les comptes nationaux de l'OCDE.

d'exportations) et depuis 2014, les fondamentaux économiques sont négatifs : déficit du budget, de la balance commerciale et des moyens de paiements, dépréciation de la monnaie, inflation et taux de chômage élevé. Les transferts sociaux représentent près du quart des dépenses publiques et plus de 13 % du PIB. Depuis plusieurs décennies l'économie algérienne est tributaire de la rente des hydrocarbures et toutes les lois de finances reposent sur l'évolution du cours du pétrole. En 2017, les exportations d'hydrocarbures et de gaz représentent 95,7 % des recettes d'exportations totales du pays.

Par ailleurs, le contexte et l'environnement qui conditionne l'évolution des industries agroalimentaires est marqué par la présence des contraintes agro-climatiques naturelles, conjuguées aux effets plus récents du changement climatique, et surtout actuellement de la pandémie mondiale de COVID-19 qui pèsent sur le développement de l'agriculture algérienne, contraignant les agriculteurs à l'adoption de systèmes de culture extensifs dans les zones d'agriculture pluviale. Ainsi, en 2017, plus de la moitié des 8,5 millions d'ha qui composent la surface agricole utile est consacrée au système céréales-jachère. On recense plus 1,2 million d'exploitations agricoles et près de 70 % des exploitations disposent d'une superficie inférieure à 10 ha. Il n'en reste pas moins que, ces deux dernières décennies, le secteur agricole, a été le moteur de la croissance économique du pays.

1.2. Présentation du secteur agroalimentaire en Algérie

L'industrie agroalimentaire en Algérie, connaît un développement notable depuis 15 ans et affiche un potentiel important de croissance pour les années à venir et ce, compte tenu de l'importance de la demande algérienne et des possibilités d'exportations présentes dans certaines branches. Vis-à-vis du gouvernement, les IAA ont une importance capitale car d'un côté, elles ont la charge d'assurer la subsistance de plus de 40 millions d'habitants et garantir leur sécurité alimentaire, et d'un autre côté, du fait de leur rôle important qu'elles occupent dans l'économie nationale, par une contribution efficace et durable à l'amélioration du PIB (Produit Intérieur Brut), à la fiscalité ainsi qu'à la résorption du chômage qui demeure en hausse ces dernières années.

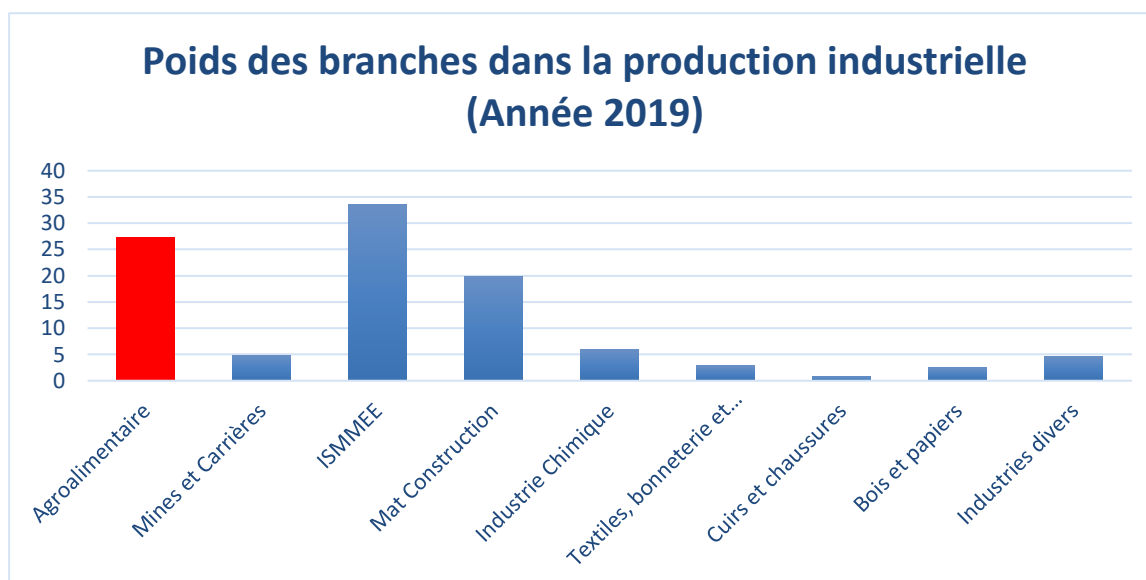
Avec un montant, passant de 452,7 milliards de dinars en 2018 à 409,8¹¹ milliards de dinars en 2019, le chiffre d'affaires réalisé par le secteur public, dans les Industries Manufacturières et les Mines et Carrières (Hors Hydrocarbures et Hors Energie) observe une baisse de 9,5%.

Les industries agro-alimentaires occupent la seconde place dans la production industrielle réalisée en 2019 avec un chiffre d'affaires de 111,9 milliards de dinars représentant une part de 27,3% du total et ce, juste après celui réalisé par les Industries Sidérurgiques, Métalliques, Mécaniques, Electriques et Electroniques (ISMME), qui occupent la première place dans la structure totale avec un taux de 33,6%. Dans ce cadre, le poids des industries agroalimentaires dans la production industrielle pour l'exercice 2019 est illustré dans le graphe suivant.

Aussi, une attention particulière est accordée à son développement par les pouvoirs à travers, notamment l'adoption et la mise en place au cours de ces dix dernières années, de différentes politiques et stratégies¹²: la politique du renouveau agricole et rural en 2008 à l'horizon de 2025, dont l'objectif recherché est l'augmentation de la production des produits de première nécessité dans le secteur agroalimentaire et l'accroissement des rendements.

¹¹ ONS : Collections Statistiques N° 218/2020 Série E : Statistiques Economiques N° 105 Activité Industrielle 2010-2019

¹²Agroligne. (2017), « Economie Agroalimentaire dans les pays du Maghreb : L'Algérie, un marché à investir », l'essentiel de l'agroalimentaire et l'agriculture, n°103, P 6.



Source : Construction personnelle à partir des données de l'ONS sur la production industrielle

Il y a eu également, « le plan de développement des industries agroalimentaires » lancé en 2010 et qui se base sur le renforcement des capacités humaines ainsi que l'assistance technique apportée aux producteurs. Aussi, afin d'encourager les filières prioritaires et développer les zones difficiles comme les montagnes, les steppes et le Sahara. Le plan quinquennal 2015-2019, assure une continuité dans le sens où il propose d'augmenter les surfaces irriguées d'un million d'hectares supplémentaires, d'encourager l'oléiculture à travers l'augmentation de la surface plantée en olivier et ce, jusqu'à atteindre une surface d'un million d'hectares, de même qu'il préconise le développement des infrastructures de régulation qui sont les chambres froides et les silos.

Ces politiques et stratégies visent à repositionner le rôle essentiel de ce secteur dans la sphère économique du pays. D'un côté par, une meilleure intégration en amont et en aval des activités et une amélioration qualitative et quantitative de la compétitivité du secteur face à une concurrence de plus en plus rude. De l'autre côté, afin d'améliorer le développement de la production dans les secteurs fortement déficitaires (céréales, lait, viandes, boissons, fruits, légumes, huiles et corps gras) et de favoriser l'activité de transformation pour marquer la réduction de la dépendance vis-à-vis de l'étranger par un meilleur approvisionnement du marché intérieur à des prix acceptables.

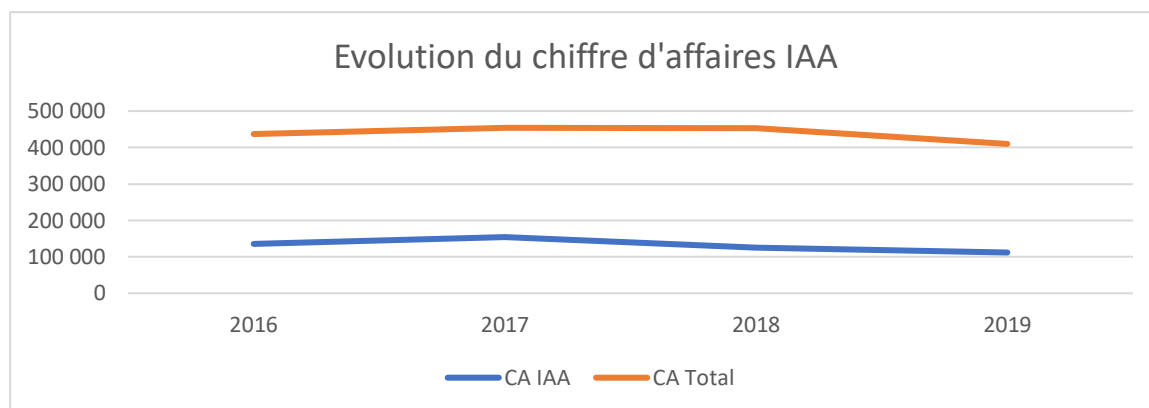


Source : Construction personnelle à partir des données de l'ONS

Sur le plan intérieur, le secteur agroalimentaire prend une place importante dans l'économie nationale avec 16.719 postes de travail en 2019, soit une augmentation de 1,5% par rapport à l'année précédente. Ainsi 240 nouveaux postes d'emplois ont été créés en 2019. Avec une part de près de 16% du total des emplois, le secteur occupe la deuxième place en matière d'emplois en 2019¹³.

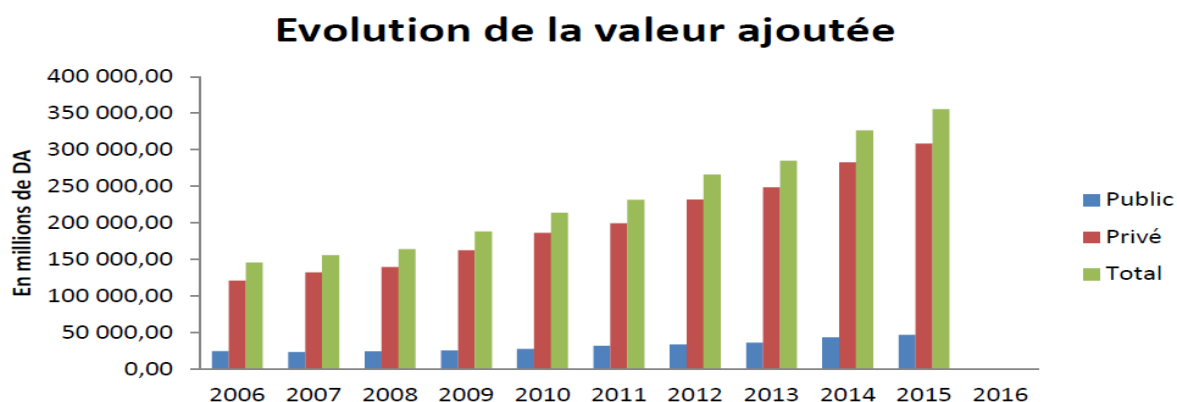
¹³ONS : Collections Statistiques N° 218/2020 Série E : Statistiques Economiques N° 105 Activité Industrielle 2010-2019

En matière de chiffre d'affaires du secteur, il passe de 154,2 milliards de DA en 2017 à 124,6 milliards de dinars en 2018 puis à seulement 111,9 milliards de dinars en 2019, inscrivent une baisse de 27,4% par rapport à 2017, avec un poids de 27,3% en 2019. Ce secteur occupe la seconde place parmi les autres secteurs après celle de l'énergie et ce, malgré un chiffre d'affaires en baisse.



Source : Construction personnelle à partir des données de l'ONS, 2020

La valeur ajoutée créée par les industries Agro-alimentaires est nettement dominée par le secteur privé. En 2019, elle se situe à 87,5% alors que celle du secteur public est de 12,5%. Il y a lieu de rappeler que, depuis l'année 2012, la structure de la valeur ajoutée dans cette activité, entre les deux secteurs juridiques est plus ou moins stable.



Source : ONS

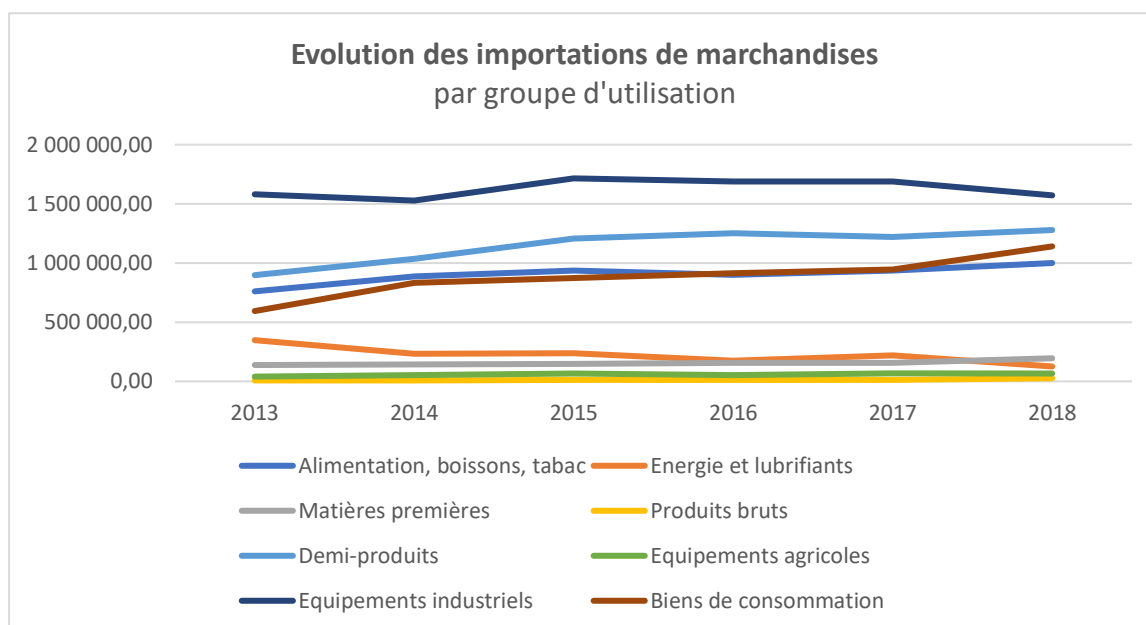
Le secteur agroalimentaire algérien dominé par le secteur privé ou la plupart des entreprises agroalimentaires sont privées. Par ailleurs, il est caractérisé par une grande diversité des filières d'activité : industrie laitière, industrie céréale, l'industrie huiles et corps gras, l'industrie sucrière ce qui conduit à une grande diversification des produits commercialisés par cette industrie.

En effet, malgré le développement appréciable de secteur agroalimentaire, l'Algérie reste le principal importateur africain de denrées alimentaires avec un recours à l'importation pour la satisfaction du besoin interne, l'insuffisance de la production agricole algérienne, couplée à une demande massive et croissante de produits agroalimentaires fait de l'Algérie un pays structurellement importateur.

Dans ce cadre, en 2018, les importations se sont élevées à 46,3 milliards de dollars contre 46,1 milliards de dollars en 2017, soit une légère hausse en valeurs courantes de 0,5% dont une part de produits alimentaires 8,5 milliards de dollars en 2018¹⁴.

Le graphe suivant illustre l'évolution des importations de marchandises en valeur. Les importations de produits alimentaires et boissons arrivent jusqu'en 2017 en 3ème position après les équipements industriels et demi-produits. En 2018, les importations de produits alimentaires s'élèvent à près de 1000 milliards de DA.

¹⁴ONS : Collections Statistiques N° 214/2019 Série E : Statistiques Economiques N° 101 Evolution des échanges extérieurs de marchandises 2013-2018



Source : Construction personnelle à partir des données de l'ONS

Enfin, les exportations du secteur agroalimentaire en Algérie continuent de souffrir d'une pénurie et d'un manque de régularité dans la disponibilité des produits et d'expérience en matière d'opérations d'exportation. Aussi, il faut additionner à ces carences, la présence d'une concurrence étrangère, qui pèse très lourd sur le marché intérieur qui se retrouve inondé de produits étrangers que les produits des entreprises agroalimentaires locales ne peuvent pas concurrencer efficacement, en raison d'un manque de compétitivité en matière de prix / qualité, de moyens, de capacité de production et d'innovation.

II. Les caractéristiques et déterminants de secteur agro-alimentaire en Algérie

L'objectif de l'Algérie est de développer la production locale pour améliorer son taux d'autosuffisance en produits de large consommation¹⁵. Cependant, l'actuelle consistance des industries agroalimentaires présente des caractéristiques qui ne permettent pas d'atteindre cet objectif ce qui se reflète par les données observées sur le secteur, à l'image du niveau d'importation de l'Algérie en termes de produits alimentaires qui reste élevé.

2.1. Les caractéristiques du secteur agro-alimentaire Algérien.

Les industries agroalimentaires en Algérie sont généralement caractérisées par plusieurs insuffisances qui donnent les particularités de ce secteur¹⁶ :

- Les industries agroalimentaires en Algérie sont déconnectées de l'amont agricole et encore trop peu présentes, particulièrement dans les territoires ruraux.
- Elles intègrent dans une proportion faible les productions nationales et sont fortement dépendantes de l'importation de matières premières et de la grande majorité des intrants, d'où le niveau élevé des importations de matières premières.
- Les industries agroalimentaires sont orientées principalement vers le marché local et totalement déconnectée du marché extérieur avec très peu d'exportation, elles sont marquées par un faible degré d'intégration verticale en amont et en aval ainsi que l'absence d'intégration des méthodes modernes d'organisation et de management ;
- Les industries agro-alimentaires jouent présentement un rôle capital dans le système alimentaire du pays. Cependant, elles ne participent que faiblement à l'amélioration de la sécurité alimentaire du pays ;
- Une faible compétitivité des produits locaux face aux produits importés ;
- Un secteur pénalisé par une absence de régulation du marché ;
- Absence ou faiblesse des organisations professionnelles ou interprofessionnelles ;

¹⁵Djamel Belaid, (2016) : Le secteur agroalimentaire en Algérie (Tome 1)

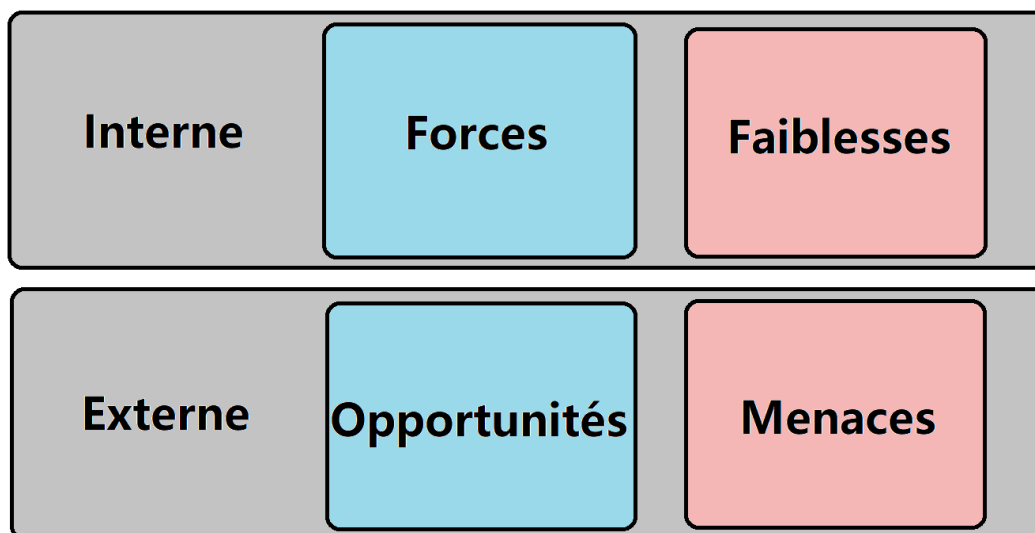
¹⁶HORRI Khelifa, DAHANE Azzedine et MAATOUG Mhamed. (2015), « Problématique du développement des industries agroalimentaires en Algérie », European Scientific Journal, Vol 11, n°3, Algérie, P 223.

- Le secteur des industries agroalimentaires est marqué par l'absence de stratégie globale (évaluation du besoin national) et de cohérence (nombreux cas de surcapacités) ;
- Une situation d'asphyxie de certains créneaux par les nombreux cas de concurrence déloyale qui déstructurent les entreprises crédibles.
- Les IAA en Algérie sont freinées par la faible structuration des professions.

2.2. Analyse SWOT du secteur agro-alimentaire

2.2.1. Présentation de l'analyse SWOT

La matrice SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) en français MOFF (Menaces - Opportunités - Forces - Faiblesses) est un outil d'analyse stratégique pour évaluer son positionnement stratégique et orienter la démarche de progrès. Bien conduite, cette analyse permet en effet d'évaluer ses forces et ses faiblesses, de lister les menaces et de détecter les opportunités.



Source : Construction personnelle

Forces / opportunités : la priorité maximale. Vous êtes sur un domaine potentiel avec de réelles capacités de développement. Vous devez vous interroger sur les options à votre disposition pour tirer parti de cette opportunité.

Faiblesses / opportunités : les opportunités sont là, mais vous ne détenez pas les atouts nécessaires. La question à se poser est de savoir si la faiblesse peut être levée ou non afin d'exploiter ce potentiel.

Forces / Menaces : une question stratégique - comment employer vos atouts pour vous défendre face à la menace identifiée ?

Faiblesse / Menaces : situation potentiellement dangereuse. Évaluez le risque pour savoir s'il est nécessaire d'organiser votre défense et dans l'affirmative, définir comment procéder.

C'est la confrontation entre les deux résultats établis grâce au modèle SWOT (résultats du diagnostic externe et du diagnostic interne), qui va permettre d'alimenter la formulation des options stratégiques.

2.2.2. La matrice agroalimentaire en Algérie

Faiblesses :

- Les importations alimentaires élevées ;
- Les faibles taux de croissance de productivités et de création de valeur ajoutée par les industries agroalimentaires ;
- La production agricole n'assure pas la sécurité alimentaire ;
- Faiblesse du niveau de recherche et d'innovation au niveau agricole et agroalimentaire ;
- Absence de culture d'exportation au niveau des entreprises algériennes et manque de compétitivité des produits locaux ;
- L'industrie alimentaire nationale est un système productif fragile et structurellement faible ;
- Un faible degré d'intégration verticale en amont et en aval ;
- L'aridité des terres et une faible pluviométrie (par ailleurs, existence de carences dans la gestion des ressources hydriques) ;

- Dysfonctionnements importants et manque de maîtrise dans les systèmes de distribution des produits ;
- L'avancée de la désertification et l'urbanisation au dépend des terres agricoles ;
- Manque d'investissements dans le secteur agricole ;
- Retard dans l'avancé technologique (techniques de cultures).

Les forces :

- L'Algérie est considérée comme le troisième plus grand pays africain en termes de superficie ;
- Proximité du marché européen et africain ;
- L'existence d'un potentiel important en terres agricoles ;
- Disponibilité d'un potentiel naturel et diversifié à travers le territoire national ; conditions climatiques favorables à l'agriculture ;
- Disponibilité de la ressource humaine et de savoir-faire local ;
- Possibilité d'adaptation aux normes internationales pour plusieurs produits ;

Les opportunités :

- Le positionnement géographique de l'Algérie avec sa large côte est des plus stratégiques et permet notamment, de faciliter le transit de marchandises ;
- L'ouverture à de nombreux marchés internationaux et locaux et africains ;
- Importance de la demande de produits alimentaires à travers le monde ce qui permet d'écouler les surplus réalisés ;

Les menaces :

- La dépréciation régulière du Dinar ;
- Les crises économiques et sanitaires mondiales ;
- Le recul et la dégradation des équilibres macro-économiques du pays ;
- La baisse considérable des réserves de change de l'Algérie ;
- L'accroissement de la population nationale et densité inégale dans leur répartition.

Le recours intensif à l'importation de produits et de matières premières provoque des contraintes qui sont rencontrées par les divers des unités agroalimentaires se situe au niveau de l'approvisionnement en matières premières agricoles que ce soit, en termes de quantité, qu'en matière de qualité et de prix. A ce titre, la production agricole est irrégulière, souvent en raison des méthodes de production (différentes variétés, multiplicité des producteurs, techniques rudimentaires, etc.) Et l'hétérogénéité des matières premières réceptionnées a des conséquences directes sur le fonctionnement des unités de transformation (calibres différents, taux de déchets élevés, interventions manuelles).

Par ailleurs, le manque de maîtrise des circuits de distribution, la spéculation des intermédiaires et le manque d'intégration verticale en amont et en aval engendre un approvisionnement irrégulier du marché ce qui se répercute par une hausse anormale des prix même pour les denrées alimentaires de saison.

Conclusion

Le contexte économique national n'est plus le même depuis 2014. Sur le plan économique, « les fondamentaux » ne cessent de se dégrader depuis cette date. La balance commerciale est négative depuis 2015 et le taux de couverture des importations par les exportations est passé de 107 % en 2014 à 76 % en 2017. Les réserves de change de l'Algérie, qui avaient atteint un plafond record de près de 200 Mds US en 2013, connaissent une baisse drastique (moins de 100 mds US en 2017 et 44 milliards au premier semestre de 2021). C'est en tenant compte de ce cadre macro-économique et financier fortement contraignant qu'évolue le secteur agricole et alimentaire et le modèle de croissance qui est promue par les pouvoirs publics.

Le secteur des industries agro-alimentaires occupe une place privilégiée dans le processus de libéralisation et de mise à niveau de l'économie. Les entreprises agro-alimentaires doivent, en effet entreprendre des efforts importants pour faire face aux multiples contraintes qui les caractérisent et répondre, d'une manière efficace, aux changements rapides de l'environnement national et international.

Bibliographie

- Agroligne. (2017), « Economie Agroalimentaire dans les pays du Maghreb : L'Algérie, un marché à investir », l'essentiel de l'agroalimentaire et l'agriculture, n°103
- CNIS. (2019), « Statistique du commerce extérieur de l'Algérie »

- Agroligne. (2015), « Le Marché des Industries Alimentaires en Algérie », l'essentiel de l'agroalimentaire et l'agriculture, n° 97
- BESSAOUD O. : Rapport de synthèse sur l'agriculture en Algérie. ENPARD, 2019.
- BESSAOUD O. : La sécurité alimentaire en Algérie. CIHEAM-IAM Montpellier, 2018.
- DAUCE P. : Agriculture et monde agricole. Ed. La Documentation Française, 2015
- Djamel Belaid, (2016) : Le secteur agroalimentaire en Algérie (Tome 1)
- FAO : Situation alimentaire mondiale. 2020
- FAO « Afrique, vue d'ensemble régionale de la sécurité alimentaire et de la nutrition, 2020.
- HINARD P. : Omerta sur la viande, Ed.Grasset, Paris 2014

HAMDAD Anis et GHEDDACHE Lyes (UMMTO) : Analyse de la stratégie de diversification de Cevital agro-industrie

Résumé

Dans le présent travail, nous analysons la stratégie de diversification de Cevital agro-industrie selon l'approche de la théorie de la cohérence de la grande firme développée par Dosi, *et al* (1990). L'information est obtenue par le biais d'entretien semi-directif. Les données ont fait l'objet d'une analyse de contenu thématique. Nous avons conclu que l'apprentissage, les contraintes de sentier, et la sélection sont des éléments qui permettent de caractériser la cohérence de la stratégie de diversification de Cevital agro-industrie.

Mots clés : stratégie, diversification, cohérence, intégration verticale

Introduction

Face au contexte actuel, caractérisé par un environnement instable et hyper compétitif, combiné aux mutations technologiques, économiques et socioculturelles, résultats de la mondialisation sous toutes ses formes, les entreprises sont amenées à adopter une stratégie afin de mettre en œuvre des axes de développement dans le but de rester compétitives et concurrentielles.

Ces bouleversements ont conféré à la stratégie et aux décisions stratégiques de l'entreprise un rôle important pour construire des avantages concurrentiels durables. Ainsi, comme le souligne Morin (1990, p178) « la complexité de l'environnement appelle la stratégie, il n'y a que la stratégie pour avancer dans l'incertain et l'aléatoire ».

Ainsi, au cours de son développement, l'entreprise est amenée à opérer des choix stratégiques majeurs pour soutenir son processus de croissance.

Parmi les principales options stratégiques globales qui s'offrent à l'entreprise, La stratégie de diversification en constitue une alternative très répandue dans les manœuvres stratégiques de l'entreprise. Les entreprises ne limitent pas leur activité à un seul type de production, la concurrence oblige en permanence les entreprises à se positionner sur plusieurs marchés et donc à diversifier leur activité. (Capul, 1996)

L'orientation vers des choix de l'élargissement du portefeuille d'activité, indépendamment de la démarche globale des choix stratégiques, repose sur l'idée que l'amélioration du positionnement de l'entreprise au regard de ses différents objectifs fondamentaux passe par une modification du portefeuille d'activité, donc par des changements relatifs au nombre de DAS gérés par la firme.

Le contexte de la recherche

Jusqu'à 1994, les entreprises algériennes ont évolué dans une économie protégée caractérisé par une faible intensité concurrentielle. Cet environnement stable a engendré des inerties stratégiques qui empêchaient ces firmes de s'inscrire dans une logique prospective de surveillance et d'évaluation de l'environnement.

Cependant, avec la libéralisation de l'économie, les logiques établies ont été bouleversées et certains groupes ont été amenés à opérer des changements stratégiques, pour assurer leur développement à long terme. Le secteur de l'agroalimentaire n'a pas échappé à cette nouvelle réalité, et a connu des mutations profondes. Autrefois dominé par les entreprises publiques (l'ENCG couvrait 70% du marché avec 9 petites unités de raffinage), la libéralisation de l'économie a permis l'émergence de nouveaux acteurs privés. Dans le secteur des huiles de graines, les principaux producteurs sont Cevital, Safia, Afia Algérie et La Belle.

Dès lors, la politique de croissance gouvernementale, les objectifs de développement et de diversification de l'économie de l'Algérie, reposaient sur de grands groupes industriels.

Dans le cadre de ce travail, nous avons choisi d'analyser la stratégie de diversification¹⁷ de Cevital agro-industrie. Le choix de cette entreprise, s'explique par deux raisons. La première est liée à sa position pionnière dans le secteur agroalimentaire. Elle intervient principalement dans le segment des huiles et matières grasses, et le segment du sucre. La deuxième raison, est liée au degré élevé de formalisation des pratiques de management.

Objet et question de recherche

Le rôle de la stratégie de diversification dans le développement des entreprises a été mis en évidence par plusieurs études empiriques (Choffray et Thiétart, 1982). Ramanujan et Varadarajan (1989) ont dressé un bilan des travaux relatifs à la diversification et relèvent les thèmes les plus fréquents :

- les motifs de la décision de se diversifier,
- le choix de l'orientation de la diversification, le type de nouveauté introduite (technologie, clients, services ou fonctions du produit),
- le degré de diversité ou son statut,
- le choix du mode de diversification (croissance interne ou acquisition)
- la gestion de la diversité (organisation/structure, système de gestion, mode d'exploitation des synergies).

Dans le cadre de ce travail, nous analysons la stratégie de diversification sous l'angle de la théorie de la cohérence de la grande firme développée par Dosi, *et al* (1990). Le concept de cohérence met l'accent non sur le pourquoi de la diversification (les déterminants) des firmes, mais sur celui de leur diversification dans des lignes de produit particulières. L'objet de ce travail est alors d'étudier la cohérence de la stratégie de diversification de Cevital agro-industrie, en explorant la question suivante : quels sont les éléments permettant de caractériser la cohérence de la stratégie de diversification de Cevital agro-industrie.

1. Cadre théorique

La diversification est l'un des sujets les plus importants du management stratégique. (Hutzchenreuter et Gunther, 2006). Malgré l'abondante littérature, il n'a pas été facile d'en donner une définition précise. Ce concept est par nature intangible et il est perpétuellement en cours d'étude. (Boissin, 1994). La seule certitude constante sur la diversification est qu'elle appartient au champ des manœuvres stratégiques. (Ansoff, 1989).

1.1 Définition de la diversification

Selon Ramanujam et Varadarajan (1989), Ansoff (1957 ; 1958), Chandler (1962) et Gort (1962) ont été les premiers chercheurs à utiliser le concept de diversification en management stratégique. Toujours selon ces auteurs, la manière dont ce concept est conceptualisé, défini et mesuré varie considérablement. Merigot et Labourdette (1980, p235) reconnaissent d'ailleurs qu'il est « *difficile de définir le concept, de proposer une mesure convenable, à plus forte raison de dégager de façon précise les avantages que présente cette stratégie* ». Face aux difficultés de cerner le concept de diversification, nous retenons les définitions qui utilisent le domaine d'activité (DA) comme unité d'analyse. Le domaine d'activité est une notion fondamentale en stratégie d'entreprise, car c'est sur lui qu'est fondé le raisonnement stratégique. Selon Penrose (1959), la diversification est un potentiel de ressources généré par l'activité originelle d'une entreprise. La diversification permet à une entreprise, grâce à un surplus de ressources de sortir de son domaine d'activité d'origine. Ramanujam et Varadarajan (1989), définissent la diversification, comme « *l'entrée d'une firme dans de nouveaux domaines d'activités soit par croissance interne ou par acquisition qui entraîne un changement au niveau de la structure organisationnelle* ». Cette définition met l'accent sur deux implications. La première est de nature processuelle. C'est pourquoi Le Loarne (2004) considère que tous les groupes diversifiés sont des entreprises qui ont déjà effectué ce processus. La deuxième implication est organisationnelle. Pour Chandler (1962), le déterminant principal de la structure d'une entreprise est sa stratégie. Il a développé la relation entre stratégie et structure de l'entreprise en examinant les modalités de croissance de quelques grandes firmes américaines. Il montre que chaque changement important de stratégie conduisait les entreprises à modifier leurs structures. Quant à Aubert (1995), la diversification est un choix stratégique pour le développement de l'entreprise. Elle consiste à acquérir un ou plusieurs DAS, donc à acquérir un ou plusieurs nouveaux métiers. Objectivement, « *la diversification correspond aux mouvements stratégiques qui se concrétisent par un changement d'activité* ». (*strategor, 2004, p205*).

¹ Dans le cadre de ce travail, nous considérons l'intégration verticale comme une stratégie de diversification. Cette conception de la diversification est partagée par plusieurs auteurs (P. Very, 1991 ; J.Lee, 2005 ; etc.) travaillant sur ce sujet.

1.2 Le concept de la cohérence de la grande firme

A travers le concept de la cohérence, Dosi, *et al* (1990) mettent l'accent non pas sur le pourquoi de la diversification mais sur le comment de la diversification, c'est-à-dire la diversification dans des lignes de produits particuliers. L'enjeu est alors pour ces auteurs est de développer une théorie qui explique, non seulement la cohérence, mais également les similitudes et les différences entre entreprises et entre industries quant au type de cohérence. De ce point de vue, il préconise de distinguer la cohérence au niveau des activités et celle au niveau de l'entreprise. Une entreprise est cohérente lorsque ses lignes d'activités sont reliées entre elles, dans le sens où elles partagent des caractéristiques communes. La cohérence s'accroît logiquement avec le nombre de caractéristiques partagées entre les lignes d'activités et le niveau auquel elles appartiennent. Pour les auteurs, c'est en combinant des éléments de la théorie évolutionniste et de ceux de la théorie des coûts de transaction qu'une théorie de la cohérence de la grande entreprise peut être élaborée. L'apport de la théorie évolutionniste est de se concentrer sur les relations de production, celui de la TCT est de mettre l'accent sur les relations d'échanges. Les frontières de l'entreprise doivent donc être analysées selon une double perspective. En prenant en considération les coûts de transaction, mais aussi en se référant à l'apprentissage, aux contraintes de sentiers, aux opportunités technologiques, à la sélection, à l'existence d'actifs complémentaires. En intégrant les deux conceptions, la TCT et la théorie évolutionniste, la cohérence est le résultat d'un double processus imbriqué. La cohérence apparaît clairement dans les stratégies d'intégration, analysées comme des choix de diversification. Dans ce cas la cohérence est technique. C'est le résultat d'une stratégie volontariste mais contrainte, visant la construction d'une filière entière de production. La cohérence apparaît aussi à partir de la dépendance du sentier. Cela renvoie à la limitation de la rationalité. Autrement dit, la cohérence se construit dans le temps à travers le processus d'apprentissage (rationalité procédurale) et le répertoire de routines constitué par l'entreprise.

2. Cadre méthodologique : le choix d'une approche qualitative

Dans le cadre de notre travail, nous avons opté pour l'entretien individuel semi directif pour la collecte des données primaires. Pour l'analyse de données brutes, nous avons construit une grille d'entretien thématique (Miles et Huberman 2003) alimentée par des concepts empruntés aux différentes approches théoriques mobilisées. Les données collectées sont traitées suivant la méthode de l'analyse de contenu thématique qui nous permet de découper des données brutes par thème et selon l'importance de ces thèmes (Evrard *et al*, 1997). Cette méthode nous permet de nous intéresser plus au sens des données et aux interprétations des dirigeants. Le travail de catégorisation/codage, s'est fait selon l'approche de Paillé et Mucchielli (2003). Elle permet de distinguer les types d'annotations et de classifications effectués sur les données. Elle s'appuie sur les notions clés d'énoncé, de rubrique et de catégorie. Les données primaires, ont été triangulées avec des données secondaires (presse économique, presse professionnelle, et analyse de documents internes). Cevital est une grande firme qui produit beaucoup d'information sur elle-même. Nous avons donc accordé une importance particulière pour les documents internes (rapports d'activités, référentiels de compétences, procédures de management etc.).

3. Résultats et discussion

Notre recherche montre que la diversification de Cevital dans l'agro-industrie, est une diversification liée par intégration verticale et horizontale. La diversification verticale s'est traduite par l'intégration des activités en amont et en aval dans l'optique de créer et d'accroître la valeur ajoutée pour l'entreprise. Ce processus d'intégration s'est déroulé en plusieurs étapes (voir tableau 1).

Tableau 1 : les étapes du processus d'intégration des activités corps et gras

Etape du processus	Description du processus d'intégration
Etape 1	Le raffinage d'huiles brutes et conditionnement d'huiles finies
Etape 2	L'intégration de la production sur site, des emballages (bouchons, poignets en plastique, etc.)
Etape 3	La création de l'activité de margarinerie, en exploitant l'effet de synergie résultant de l'utilisation des mêmes installations de la raffinerie d'huile ;
Etape 4	La trituration des graines oléagineuses pour produire l'huile brute (à base de graines de colza ou de soja), et le tourteau (produit secondaire de la trituration de graines oléagineuses destiné à l'aliment de bétail) ;
Etape 5	Encourager le développement de l'agriculture de colza et du tournesol pour les besoins de la trituration.

--	--

Source : Document interne de l'entreprise

La diversification horizontale est réalisée par le développement d'une large gamme de produits dans chaque activité intégrée. Les huiles (Elio 2, fleurial plus, fridor) ; la margarine (fleurial, rania, matina, smen medina, beurre gourmand etc.) ; le sucre (morceaux, Skor, big bac, liquide) ; boissons (eau minérale, eau gazéifiée, tachina jus d'orange). Cette forme de diversification amène l'entreprise à développer des actifs complémentaires en raison de la forte proximité qui existe entre ces activités. Cette proximité permet de percevoir grande une cohérence dans le développement et la gestion du DAS. Nos résultats vont dans le sens de la théorie de la cohérence de la grande firme développée par Dosi, Teece et Winter (1990). Selon ces auteurs, Cette cohérence correspond au degré de proximité des activités. Le concept de cohérence permet non pas d'expliquer le pourquoi de la diversification, mais de mettre l'accent sur la diversification dans des lignes de produits particulières. Les auteurs distinguent alors, la cohérence au niveau des activités et celle au niveau de l'entreprise. C'est au niveau des activités qu'il y a une grande cohérence. Une firme fait preuve de cohérence quand elles développent des activités reliées et qui partagent des caractéristiques communes. Ces auteurs ont identifié trois éléments permettant de caractériser la cohérence de la grande firme. L'apprentissage, les contraintes au sentier, et la sélection. Nos résultats mettent en évidence ces trois caractéristiques.

Conclusion

L'objectif de ce travail était d'analyser la stratégie de diversification de Cevital agro-industrie selon l'approche de la théorie de la cohérence de la grande firme développée par Dosi *et al* (1990). La perspective de la diversification n'est pas envisageable dans la recherche des motifs de celle-ci pour y rester, mais dans l'élucidation des logiques de cohérence et de fonctionnement des portefeuilles d'activités diversifiés. Nos résultats montrent que la diversification de Cevital dans l'agro-industrie, est une diversification liée. Cette dernière s'est opérée verticalement, par l'intégration des activités connexes en amont et en aval, et horizontalement, par l'élargissement de la gamme de produits dans chaque activité intégrée. Cette forme de diversification a induit des apprentissages et de fortes contraintes au sentier dans l'industrie agro-alimentaire. L'existence d'actifs complémentaires de localisation, des synergies de production, de logistique, et de commercialisation met en évidence une forte proximité entre les activités de conditionnement, de raffinage et de trituration. Cette proximité permet de saisir une cohérence dans le développement et la gestion de ce domaine d'activité.

Bibliographies

- Ansoff, I. (1989). *Stratégie du développement de l'entreprise*, Ed. D'Organisation, Paris, traduction de: *Corporate Strategy*, Mc Graw Hill, 1965.
- Aubert J (1995), *stratégie d'entreprise : du développement patrimonial au partenariat*. Editions Liaisons.
- Boissin, J.P. (1994). *Construction d'un cadre d'analyse des déterminants de la performance dans les opérations de diversification par acquisition*, Thèse de doctorat, Ecole Supérieure des Affaires, Grenoble II.
- Chandler, A. (1962), *Stratégies et structures de l'entreprise*, Editions d'Organisation, Paris.
- Choffray, J.M., Thiétart, R.A., (1982), S'organiser pour Diversifier ses Activités une Approche Normative*", Harvard l'Expansion.
- Choffray, J.M., Thiétart, R.A. " (1982), S'organiser pour Diversifier ses Activités une Approche Normative*", Harvard l'Expansion.
- Capul J-Y(1996), *les stratégies d'entreprise*, in : les cahiers français, N°275, page 115
- Dosi, G., Nelson, R. R., Winter, S.G., (2000). *Introduction: the nature and dynamics of organizational capabilities*. New York: Oxford University Press.

AIT ATMANE Foudil (Université Béjaia) : La pratique d'innovation dans les entreprises agroalimentaires de Bejaia.

Résumé

L'activité d'innovation revêt une dimension stratégique étant donné qu'elle détermine la capacité de l'organisation à surpasser ses concurrents et à maintenir sa place dans les marchés locaux, régionaux et internationaux. De nombreuses recherches (Khelfaoui H., 1997, 1999, 2001 ; Djeflat A., 2004, 2006, 2007 ; Yachir F., 1983, 1992 ; ArabiKh., 2007, Mancer I., 2015 ; Ait atmane F., 2020, etc.) ont affirmé qu'en matière d'innovation de nombreux blocages d'ordre organisationnels et institutionnels persistent encore en Algérie. Par ailleurs, plusieurs travaux de recherches et statistiques nationales indiquent les potentialités du secteur agroalimentaire en Algérie par sa capacité à innover et proposer de nouveaux

produits. L'objet de la présente communication est d'examiner la pratique d'innovation dans les entreprises du secteur agroalimentaire de Bejaia.

Mots clés : Innovation, R&D, Entrepreneuriat, Industrie agroalimentaire.

Introduction :

En Algérie, les retards accumulés dans les domaines de recherche, d'innovation et d'entrepreneuriat empêchent les institutions scientifiques et les entreprises d'atteindre les standards requis pour enclencher une dynamique économique durable. L'Indice Mondial de l'Innovation (GII) de 2018 place l'Algérie à la 110^{ème} place sur un total de 126 pays évalués. Ce dernier rapport indique que des pays africains, moins dotés en ressources que l'Algérie, font nettement mieux (Kenya, Ouganda, Ghana, Sénégal, Rwanda, Botswana etc.) et des pays sous embargo ou sous des pressions internes ou internationales depuis des décennies (comme l'Iran, le Pakistan ou la Colombie) réalisent des performances intéressantes dans les domaines de recherche et d'innovation. Ces mauvaises notes sont étayées par de nombreux chercheurs algériens depuis une longue date (Khelfaoui 1999 : P5-19 ; Djeflat 1991 : P11-20) qui ont confirmé l'absence de passerelles entre le monde de la recherche et celui de l'innovation, et plus récemment plusieurs travaux universitaires (Mancer 2015 ; Souleh 2013 ; Arbaoui 2013) ont explicité la déconnexion entre acteurs du système d'innovation en Algérie.

Par ailleurs, l'industrie agroalimentaire en Algérie a fait un saut quantitatif et qualitatif depuis la transition à l'économie de marché. On parle souvent de pôles agroalimentaires pour qualifier la dynamique que connaît ce secteur. La wilaya de Bejaia abrite des entreprises d'envergure nationale et même internationale (CEVITAL, SOUMMAM, IFRI, etc.) qui ne cessent de progresser. Pour démontrer les potentialités de ce secteur nous avons mené une étude auprès d'un échantillon d'entreprises pour identifier les types d'innovations et leurs sources dans le cas des industries AA de Bejaia. Dans la région de Bejaia ce secteur occupe une place prépondérante, que ce soit en nombre d'entreprises qui y activent, ou en termes d'emplois créés par le secteur. Les industries agroalimentaires privées connaissent aujourd'hui une phase prospère au sein de la wilaya de Bejaia. La dynamique des opérateurs privés est très remarquable. Ceci est vraisemblablement le fait de la mobilisation des forces locales et nationales. Les résultats de l'enquête seront traités par le logiciel SPSS et seront présentés sous formes de sections.

1. Méthodologie de recherche

1.1. Enquête par questionnaire

Pour analyser notre objet de recherche, la méthode du questionnaire directif et semi-directif nous a semblé la mieux adaptée. Lorsque les réponses attendues étaient quantitatives ou que nous pouvions en anticiper les modalités (le financement de la recherche, la technologie utilisée, etc.), les questions étaient directives. Par contre, quand les thèmes abordés étaient plus exploratoires, elles étaient semi-directives (l'appui public en matière d'innovation, etc.).

1.2. La collecte des données

La collecte des données a été faite par des entrevues sur le terrain. Le recours à un tel moyen a été fait en raison des avantages que fournit ce moyen de communication. Notre présence personnelle a facilité la clarification et l'adaptation des questions aux répondants. Nous avons nous-mêmes administré le questionnaire auprès de la majorité des enquêtés. Nous avons également rempli le questionnaire de nos propres mains, parfois nous devons nous plier aux exigences des répondants en étalant le travail sur deux ou trois semaines. Il a été souvent très compliqué d'obtenir un accord pour répondre au questionnaire (une attente parfois de deux à trois mois). Nous devons aussi témoigner que souvent il fallait passer par plusieurs départements de l'entreprise afin d'obtenir toutes les réponses au questionnaire.

1.3. Le choix de la wilaya de Bejaia

La région de Bejaia enregistre une forte dynamique de création d'entreprises, notamment dans le domaine agroalimentaire : les créneaux qui ont enregistré la plus spectaculaire évolution restent ceux des boissons gazeuses et les jus, le lait, les pâtes mais aussi toute l'industrie de transformation : huile d'olive et tomate, particulièrement dans la région d'Akbou. Trois zones industrielles comptent parmi les plus actives en matière d'industries agroalimentaires : il s'agit de la zone de Bejaia (chef-lieu de wilaya), celle d'El-Kseur et enfin celle d'Akbou. Il existe aussi plusieurs unités de transformation et un grand complexe de semoule et de pâtes alimentaires, rattaché au groupe public ERIAD dans la zone de Sidi-Aich.

Il faut aussi noter que la région bénéficie d'une infrastructure industrielle et de transport non négligeable : Port, Aéroport international, chemins de fer et routes nationales 09 et 21. Sa proximité des grandes villes et autres centres urbains (Sétif, Tizi Ouzou, Alger, Constantine, Jijel...) fait de la vallée de la Soummam une région stratégique en matière d'approvisionnement.

2. Présentation des résultats de l'étude

2.1. Profil des entreprises enquêtées

Les entreprises de notre étude qui évoluent dans les différentes branches du secteur agroalimentaire se distinguent par l'aspect de localisation géographique, l'aspect de taille de l'entreprise et le statut juridique.

2.1.1. Répartition par lieu de localisation

Habituellement dans les travaux de recherche la répartition des entreprises par lieu de localisation désigne leur appartenance à telle ou autre commune. Pour notre part, cette répartition géographique est faite selon l'appartenance à une zone d'activité ou une zone industrielle. Les résultats de l'enquête indiquent que 45,0 % des entreprises interrogées se localisent dans une zone d'activité (ZAC), 15,0 % des entreprises sont localisées dans une zone industrielle et enfin 40,0 % sont localisées hors d'une zone d'activité ou industrielle.

Tableau N° 01 : Répartition des entreprises par lieu de localisation

	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Zone industrielle	9	15,0
Zone d'activité	27	45,0
Hors zone d'activité et industrielle	24	40,0
Total	60	100,0

Source : Résultats de l'enquête traités par SPSS

2.1.2. La répartition par statut juridique

Les formes juridiques revêtues par les entreprises de notre échantillon sont diverses et variées, dans les résultats de notre enquête on constate une forte proportion de sociétés à responsabilité limitée (SARL 50,0 %). Les sociétés au nom collectif viennent en seconde position (20,0 % SNC). En troisième position viennent les entreprises unipersonnelles à responsabilités limitées (EURL 15,0 %). On retrouve aussi le statut de société par actions (5,0 % SPA) et enfin six entreprises avec le statut d'« Entreprise Individuelle » (soit 10,0 %).

Tableau N°02 : Répartition des entreprises par statut juridique

	Nombre d'entreprises	Pourcentage
SPA	3	5,0
SARL	30	50,0
SNC	12	20,0
EURL	9	15,0
Entreprise individuelle	6	10,0
Total	60	100,0

Source : Résultats de l'enquête traités par SPSS

2.1.2. Répartition des entreprises par taille

L'analyse par taille des entreprises enquêtées révèle que la majorité de ces dernières sont des Petites et moyennes entreprises. En première position, nous avons les petites entreprises entre 10 et 49 employés avec une part de 45,0 %. En deuxième position, nous retrouvons les Moyennes Entreprises employant entre 50 et 249 employés avec une part de 40,0 %. En troisième position, nous avons les Très Petites Entreprises employant entre 1 et 9 salariés avec une part de 10,0 %. En dernier lieu, nous retrouvons les grandes entreprises employant 250 et plus avec une part de 5,0 %. En conclusion, toutes les tailles sont présentes dans notre échantillon avec une nette prédominance des PME sur les grandes entreprises.

Tableau N° 3 : Répartition des entreprises par taille

	Nombre d'entreprises	Pourcentage
1-9	6	10,0
10-49	27	45,0
50-249	24	40,0
250 et plus	3	5,0
Total	60	100,0

Source : Résultats de l'enquête traités par SPSS

2.2. Identification des innovations au sein des entreprises

Pour notre cas empirique, nous avons classé les innovations rencontrées en fonction du critère le plus retenu dans les manuels qui définissent l'innovation. Ce critère est celui de classer les innovations selon leur domaine d'application. Dans cette classification nous retenons principalement quatre types d'innovation à savoir : l'innovation de produit, l'innovation de procédé, l'innovation organisationnelle et l'innovation de Marketing.

2.2.1. Les Innovations de produit

Quand l'entreprise a introduit sur le marché un bien ou un service nouveau ou amélioré de manière significative quant à ses caractéristiques, à sa convivialité, à ses composants ou sous-systèmes, on parle d'une innovation de bien ou de service. L'innovation doit être une nouveauté (ou amélioration) pour l'entreprise, mais ne doit pas nécessairement l'être pour le secteur ou le marché. Les résultats de notre enquête indiquent seulement 31,6 % des entreprises ont pratiqué ce type d'innovation.

Tableau N° 4 : Innovation de produit

Bien nouveau ou amélioré		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	19	31,6	31,6	31,6
	Non	41	68,4	68,4	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Source : Résultats de l'enquête traités par SPSS

2.2.2. Les innovations de procédés

Quand l'entreprise a mis en œuvre une technologie de production, une méthode de distribution ou une activité de soutien nouvelle ou modifiée de manière significative, on parle d'une innovation de procédé. Les résultats de notre enquête indiquent que 40,6 % des entreprises déclarent avoir introduit de la nouveauté dans les procédés. 30,0 % des entreprises ont mené une activité de soutien des procédés. 70,0 % des entreprises indiquent qu'elles ont apporté des nouveautés dans leurs méthodes de logistique.

Tableau N°5 : les innovations de procédés

	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Nouveauté dans les procédés	25	41,6
Activité de soutien des procédés	18	30,0
Nouveauté en méthode logistique	42	70,0

Source : Résultats de l'enquête traités par SPSS

2.2.3. Les Innovations organisationnelles

Quand une entreprise met en œuvre dans sa gestion (ceci inclut la gestion des connaissances), dans l'organisation du travail ou en matière de relations vis-à-vis de l'extérieur, une méthode qui n'avait pas encore été utilisée, on parle d'une innovation organisationnelle. Les résultats de notre enquête révèlent l'existence de ce type d'innovation. En effet, 75,0 % des entreprises déclarent avoir pratiqué des innovations dans l'organisation des procédures. 70,0 % déclarent qu'elles ont introduits de nouvelles méthodes dans l'organisation des responsabilités professionnelles et la prise de décision. 30,0 % des entreprises déclarent mener de nouvelles méthodes d'organisation des relations extérieures.

Tableau N°6 : Les innovations organisationnelles

		Effectifs	Pourcentage
Organisation des procédures	Oui	45	75,0
	Non	15	25,0
	Total	60	100,0
Organisation et prise de décision	Oui	42	70,0
	Non	18	30,0
	Total	60	100,0
Organisation des relations extérieures	Oui	18	30,0
	Non	42	70,0
	Total	60	100,0

Source : Résultats de l'enquête traités par SPSS

2.2.4. Les innovations de Marketing :

Quand une entreprise met en œuvre un nouveau concept ou une nouvelle stratégie de marketing, qui diffère significativement des méthodes de marketing existantes et qui n'avait jamais été utilisé auparavant, on parle d'une innovation de marketing. Les résultats de notre enquête indiquent 41,6 % des entreprises ont apporté des modifications significatives du design ou de packaging. 16,6 % des entreprises déclarent qu'elles ont apporté de nouveaux moyens ou de nouvelles techniques pour la promotion. 46, % des entreprises ont déjà apporté de nouvelles méthodes de distribution des produits (nouveaux canaux de vente).

Tableau N°7 : Les innovations Marketing

		Effectifs	Pourcentage
Modification du design	Oui	25	41,6

	Non	35	58,4
	Total	60	100,0
Techniques de promotion	Oui	10	16,6
	Non	50	83,4
	Total	60	100,0
Méthodes de distribution	Oui	28	46,6
	Non	32	53,4
	Total	60	100,0

Source : Résultats de l'enquête traités par SPSS

Nous constatons des résultats exposés précédemment que les entreprises enquêtées pratiquent tous les types d'innovation avec une prépondérance des innovations organisationnelles et celles des procédés.

2.3. Disposition des entreprises à la pratique de l'innovation collaborative

La capacité à générer l'innovation pour l'entreprise provient aussi des liens qu'elle entretient avec une myriade de partenaires, des caractéristiques de sa structure et de sa culture et de la présence en son sein d'individus réputés créatifs. En examinant les entreprises de notre échantillon, nous allons mettre l'accent sur leur coopération (collaboration) avec des partenaires pour générer de l'innovation.

Conclusion

Au titre de notre étude empirique qui porte sur les pratiques de l'innovation dans le secteur agroalimentaire de la région de Bejaia, il apparaît nettement que les entreprises algériennes accusent un retard énorme en matière d'activités et de pratiques d'innovation (absence de structure dédiées à l'innovation et la R&D), même si nous remarquons l'existence d'un potentiel d'innovation dans le cas de quelques entreprises privées (Cevital, Danone-Djurdjura, Candia Tchik Lait). L'examen des différents types d'innovations dans les entreprises enquêtées nous renseigne que les innovations rencontrées ne sont pas dues à des pratiques managériales dédiées spécifiquement à l'innovation et ne sont pas le fruit d'une organisation apprenante mais résultent, par contre, de routines dynamiques et d'efforts individuels (cadre-dirigeant ou patron). En effet, il est apparu dans notre cas que ni la R-D, ni la formation, ni l'information, etc. ne sont érigées comme des variables déterminantes dans les activités d'innovation au sein des entreprises enquêtées. Nous pouvons comprendre que l'entreprise algérienne reste prisonnière dans son management traditionnel, elle accorde peu d'intérêts aux activités d'innovation et aux nouvelles technologies, de façon générale. Les entrepreneurs privés n'ont pas une vision de long terme (concurrence accrue, nouveaux marchés, etc.) et s'intéressent peu à l'environnement dans lequel ils évoluent, et c'est pour cette raison qu'ils ne perçoivent pas le besoin d'innover dans leurs activités.

Références Bibliographiques :

1. **ADAMS R. et al.**, « *Sustainability-oriented innovation: a systematic review* », International Journal of Management Reviews, Vol. 18, No. 2, 2015, PP.180–205.
2. **AIT ATMANE F.**, « *Analyse des déterminants de l'innovation dans les entreprises du secteur agroalimentaire de la région de Bejaia* ». Les Cahiers du MECAS, N° 10 Décembre 2014. ISSN : 1112-5969. P.63-79.
3. **Akrich M. et al.**, « *A quoi tient le succès des innovations. Premier épisode : l'art de l'intéressement* », Annales des Mines, juin 1988, P. 4-17.
4. **ARABI kh.**, « *Les obstacles institutionnels et organisationnels à la dynamique d'innovation par apprentissage en Algérie : cas de la région de Bejaia* ». Thèse de doctorat en sciences économiques, université de Tizi Ouzou, 2007.
5. **ARBAOUI Kheira**, « *Les risques d'innovation dans l'entreprise. Essai d'analyse à partir d'un échantillon d'entreprises algériennes* », Thèse de doctorat en sciences commerciales, université d'Oran, 2012-2013.
6. **BOLY V.**, « *Ingénierie de l'innovation. Organisation et méthodologie des entreprises innovantes* », Édition LAVOISIER, 2004.

BEKKIS Soumeia (ENSA Alger) : Construction d'un modèle de prévision des quantités triturées des blés utilisées par l'industrie de la transformation des grains en Algérie

Résumé : L'objectif de cette étude est de construire un modèle d'estimation et de prévisions afin de comprendre la relation entre les quantités des blés utilisés par l'industrie de la transformation des grains et les cinq (5) variables explicatives choisies: *le cout d'importation des blés _DZD (x_1), de la population*

(x_2), des quantités importées des blés (x_3), des quantités produites des blés (x_4) et du taux de change (x_5). En effet, la matière première des blés, majoritairement provienne de la chaîne d'approvisionnement des marchés externes, intervient pour 65% à 75% de la production vendue. L'étude utilise la technique statistique de la régression multiple afin de créer un modèle d'estimation et de prévision. L'intervalle de temps pour l'étude s'étale de 1965 jusqu'à 2019 par l'utilisation des données des organisations officielles (MIPI, MADR, Direction Générale de la Douane et OAIC). Les résultats de cette analyse montrent qu'il existe une causalité à long terme significative entre les quantités triturées des blés et –la population- ainsi que les quantités importées des blés.

Mots-clés : filière blé, importation, marché international, chaîne logistique, régression multiple, modèle de prévision, Algérie.

1. Introduction

Depuis le début des années 2000, l'Algérie a vu ses importations notamment en blé tendre, se multiplier de façon spectaculaire tout en enregistrant un recul de la facture d'importation de blé dur. Cela est dû au changement d'habitudes de consommation des algériens qui adoptent de plus en plus le modèle occidental basé sur le blé tendre. Ce dernier représente 75% à 90% des importations totales des blés.

L'importation des blés est confiée à l'Office Algérien Interprofessionnel des Céréales (OAIC) acteur majeur de la filière qui réalise 80% des importations des blés, et ce, à travers son organisation interne et logistique (CCLS et UCA). Cependant, des traders-importateurs privés interviennent également sur le marché international des céréales à hauteur de 20% (MIPI, 2010).

Il y'a lieu de signaler que, l'industrialisation de l'agriculture a rendu les choix de cultures fortement dépendants des évolutions de la demande sur le marché. Agriculteurs et coopératives structurent donc de plus en plus leurs offres en fonction des exigences de l'aval des filières (Bencharif *et al.*, 1996 & Meynard *et al.*, 2014). A ce titre, une forte dépendance de « l'industrie céréalière locale est approvisionnée à plus de 85% par des grains produits ailleurs » (Bencharif *et al.*, 1996).

2. Vue d'ensemble de la filière blé en Algérie

La filière céréales et en particulier la filière blé, est une filière stratégique et représente un poids considérable dans l'économie agricole. Elle est la première industrie agroalimentaire en Algérie qui connaît une dépendance vis-à-vis de l'étranger pour satisfaire la demande en céréales, principalement les blés, mettant ainsi en péril notre sécurité alimentaire et notre souveraineté.

L'analyse du diagnostic de la filière blés démontre que la régulation de la filière est assurée par l'Etat et non pas par le marché, sa compétitivité est otage de deux contraintes stratégiques : la 1^{ère} est liée à la politique des prix administrés et la 2^{ème} est liée à la fluctuation des cours mondiaux des blés. La production en blé représente un ratio de 68,82% du total de la production céréalière, toutes espèces confondues et 62 % du total de la superficie céréalière, toutes espèces confondues ([Estimation fait par l'auteur à travers les statistiques du MADR, 2020](#)). Par ailleurs, la valeur ajoutée de la filière blé représente, selon les statistiques du Ministère de l'Agriculture (2017), 130,16 Millions de DA, correspond à 4,44% du total de la valeur de la production agricole.

De l'époque coloniale à ce jour, les moyennes décennales de la sole céréalière indiquent qu'annuellement, elles occupent entre 2,4 et 3,2 millions d'hectares, soit 28 à 40% de la SAU et le reste étant répartie entre la jachère et les autres cultures. La plus grande superficie revient au blé dur qui occupe une moyenne de 1,39 Millions de d'ha, moyenne calculée sur la période de 1965 à 2019 ([MADR, 2020](#)). Ceci est dû à l'instauration des prix de vente attractifs, soit 4500 DA/Qx.

Par ailleurs, la dynamique de la filière céréales d'après [Bencharif *et al.*\(1996\)](#), est caractérisée par des transformations structurelles relativement rapides, qui se sont traduites par : la prépondérance du circuit industriel au détriment du circuit traditionnel des grains, et donc par une importance croissante des segments en aval de l'agriculture par rapport à la production agricole proprement dite ; L'extraversion de la filière blé, puisque la production agricole nationale couvre à peine 20% de la demande commerciale des produits finis.

3. Les importations : une dépendance de plus en plus accrue

Les flux du commerce extérieur de l'Algérie, ont montré que les biens alimentaires importés ont enregistré 8 573 millions de dollars en 2018 contre 8 438 Millions de dollars en 2017, soit une augmentation de 1,60%. En matière de structure, les céréales, et en particulier les blés importés représentent un ratio de 36,09% du total des biens alimentaires importés ([Direction Générale de la](#)

Douanes, 2020).

L'Algérie est le troisième importateur de blé au monde derrière l'Égypte et l'Indonésie, avec 8 millions de tonnes d'importation en moyenne entre 2017 et 2019. En effet, elle affiche un taux de dépendance aux importations moyenne durant la période de 2015 à 2017 de 76,10% (FAO, 2020).

Le montant des achats des blés s'est élevé à plus de 2 milliards de dollars (moyenne 2017/2019). Ce poids céréalier dans la balance des paiements devient difficilement supportable. Le gouvernement algérien a pris conscience des retards accumulés en matière de développement rural et agricole, fruits des décennies au cours desquelles la rente pétrolière permettait un approvisionnement sur les marchés mondiaux plus aisé que l'augmentation de la production locale et l'amélioration des transports et des circuits de distribution entre arrière-pays et littoral (Lounaoui, 1994 & Abis, 2015 ; Le Mouël *et al.*, 2017).

Cependant, la crise des prix alimentaire de 2008, suite à une forte demande, aux conditions climatiques défavorables, à l'utilisation d'agro carburants et à une baisse des stocks mondiaux a fragilisé la filière entraînant le retrait des traders privés et la fixation par le régulateur national (OAIC) des quotas (à hauteur de 50% de ses capacités de trituration) incompatibles avec une industrie basée sur une stratégie de volume (MIPI, 2010).

Pour le volet de l'industrie de première transformation des grains de céréales, la matière première, majoritairement provenant des flux d'importation, intervient pour 65% à 75% de la production vendue (Dérivés du blé). Elle pose la question de l'assurance de la disponibilité des matières premières pour le fonctionnement des moulins et celle de la sécurité alimentaire nationale (Bencharif *et al.*, 2010). La qualité des blés joue un rôle très important dans la rentabilité de l'industrie. Cette vulnérabilité liée à l'insuffisance de la production nationale versus à l'augmentation des importations, constitue un obstacle pouvant conduire à des dérèglements de l'offre.

Aussi, la filière est internationalisée par son amont et également par ses besoins en équipement pour l'industrie de trituration puisqu'il n'y a pas de fabricant local.

4. La chaîne logistique de la filière d'importation des blés (fib)

La logistique est le corollaire naturel et nécessaire des marchés céréaliers (Figure 2). Ces derniers, se sont caractérisés par une productivité importante nécessitant le développement d'un réseau de distribution, des infrastructures portuaires adaptées (avec un tirant d'eau suffisant pour accueillir les bateaux), des installations pour charger et décharger les navires (grue, crapaud,...), des installations de stockages permettant de maximiser le transit, des contrôleurs assurant la qualité des chargements et des déchargement pour approvisionner les multiples centres de consommation. Il est donc nécessaire la construction d'infrastructures de transport (route, voies ferrées, ports) (Abis *et al.*, 2014).

En Algérie, les ports d'importation des céréales, au total 9 ports, souffrent de certaines insuffisances, tel que le faible tirant d'eau (7m à 13 m) et qui a des conséquences directes sur le tonnage de navires à accueillir. Ainsi, la plupart des ports, ne peuvent recevoir que des navires de faible quantité de céréales, dans la plupart des ports des navires de 25000 tonnes), sauf le port de Djen-Djen qui fait l'exception avec 65 000 Tonnes (Ammar, 2014).

Concernant la durée moyenne de transit de la FIB, les observations recueillies par la FAO (2012) montrent que la durée est de 78 jours dans les pays arabes, avec un coût approximatif de 40 dollars par tonne. Alors qu'aux Pays-Bas, la durée moyenne de transit est de 18 jours et coûte 11 dollars par tonne. Tandis qu'en Corée du Sud, le délai de transit moyen est de 47 jours et coûte 17 dollars par tonne.

5. Le marché international des blés : instabilité et hausse fulgurante des prix des céréales

Le contexte mondial contemporain est marqué par de vives tensions sur les marchés agricoles et céréaliers. En effet, depuis la crise alimentaire 2006-2007, on constate que le prix des céréales connaît un accroissement graduel mais aussi des fluctuations et une volatilité croissante.

Le cours du blé est scruté avec la plus grande attention par les importateurs publics et privés de la planète (Djaouti, 2010 ; Abis *et al.*, 2014). Les grands exportateurs mondiaux de blé sont les États-Unis, l'Union européenne (principalement la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni), le Canada, l'Argentine et

l'Australie (USDA, 2020). Les pays importateurs de blé sont beaucoup plus nombreux. Les plus importants sont les pays d'Afrique du Nord comme l'Égypte (11Mt) et l'Algérie (8 Mt) et le Proche-Orient, notamment l'Irak (4 Mt), certains pays d'Asie du Sud-Est (Indonésie, Japon), le Brésil et le Mexique. Cependant, certains pays ou groupes de pays fortement exportateurs sont également importateurs, c'est le cas de l'UE et des États-Unis (Abécassis *et al.*, 2009 ; USDA, 2020).

6. Méthodologie de recherche

Sources des données et variables

La matière première des blés utilisée par le secteur de l'industrie de la transformation des grains provient majoritairement des flux d'importation ainsi qu'une quantité non négligeable de la production nationale. Cette étude utilise plusieurs sources de données collectées auprès des organisations officielles du pays (MIPI, MADR, Direction Générale de la Douane). L'intervalle de temps pour cette étude s'étale de 1965 jusqu'à 2019 où les données sont disponibles. La méthode de recherche utilisée est celle de la méthode de régression multiple.

Concernant le secteur de l'industrie de grain, une (1) variable a été sélectionnée, celui des *quantités triturées des blés* et qui est la variable dépendante (réponse *Y*). Les données sont disponibles pour les blés. Nous n'avons pas distingué dans cette étude les blés durs des blés tendres.

Concernant les variables explicatives cinq (5) variables ($x_1; x_2; x_3; x_4; x_5$) ont été sélectionnées à savoir le *cout d'importation des blés_DZD* (x_1), *de la population* (x_2), *des quantités importées des blés* (x_3), *des quantités produites des blés* (x_4) et *du taux de change* (x_5). Les séries de quantité importée des blés (en 1 000 tonnes) et de prix des blés (en DZD) entre les entités d'importation privées et l'OAIC sont obtenues de la Direction Générale de la Douane (2020).

7. Résultats et discussion

Dans la mesure où la relation [1] existe, et afin d'éviter de construire et d'estimer un modèle qui n'a pas d'intérêt, les variables devront être linéaires. A ce titre, nous avons choisi l'*analyse exploratoire* avec le logiciel R (Version 4.1.0 Cette étape est obligatoire avant de construire le modèle. L'outil graphique utilisé ici, a montré la linéarité de certaines variable choisies :

La quantité triturées des blés (*Y*) est en nette linéarité avec la population et les quantités importées des blés et de moindre ampleur avec le cout d'importation des blés.

La non linéarité est observée entre les quantités triturées des blés (*Y*) et les quantités produites des blés et le taux de change. Nous avons gardé toutes les variables puisque les étapes qui suivent cette première étape nous permettent automatiquement d'éliminer certaines variables afin d'estimer un sous modèle. Aussi, on ne peut pas éliminer deux variables successives. Après l'étape de vérification de la linéarité des cinq (5) variables explicatives choisies on pourra construire le premier modèle.

Tableau 1 : Le premier modèle construit

	Paramètres estimés	Std. Error	t value Pr(> t)	t value Pr(> t)
Intercept	-5.756646	0.917642	-6.273	8.86e-08 ***
Cout_impor_DZD	-0.005475	0.051426	-0.106	0.916
Pop_Millions.d.hab	1.650309	0.150520	10.964	8.68e-15 ***
Qts_Importées_Qx	0.124896	0.079765	1.566	0.124
Qts_produit..qx.	0.035681	0.048168	0.741	0.462
Taux.de.change	-0.029006	0.055043	-0.527	0.601

Source : Traitement de la série chronologique (1965-2019) avec R (Version 4.1.0)

Le $R^2 = 96,92\%$ obtenu. Cela veut dire que 97% de la variabilité des quantités triturées des blés est expliquée par le modèle (Tableau 1).

Le F statistique qui est la valeur de test Fisher, qui est le $F_{obs} = \frac{CM \text{ modèle}}{CM \text{ résiduel}}$, soit 308.1 sur les cinq (5) variables $p=5$ et $n-p-1$ (ddl)= 49. La probabilité critique associée à ce test obtenue p -value est très faible,

inférieur $< 2.2e-16$, donc je rejette H_0 c'est-à-dire l'hypothèse de départ (*il n'y a pas un effet entre la variable réponse -Quantités triturées des blés_ et au moins une variable explicative choisie*), et j'accepte l'hypothèse alternatives H_1 (*il y a un effet entre la variable réponse -Quantités triturées des blés_ et au moins une variable explicative choisie*)

En conclu, qu'il y'a un effet d'au moins une variable explicative qui influe sur la variable expliqué (Y) -les quantités triturées des blés-. Le coefficient constant (intercept) et la population *ont enregistré une signification respective de 8.86e-08 et 8.68e-15*. Le reste des variables explicatives *n'ont enregistré aucune signification importante*.

Conclusion

Les résultats de cette étude montrent qu'il existe une causalité à long terme significative entre les quantités triturées des blés et les variables explicatives : population et quantités importées des blés. Les paramètres estimés du modèle de la population (1.57965) et de l'importation (0.11095) sont positifs et ce pour des raisons suivantes : le modèle de consommation a connu un changement radical et ce en fonction de l'évolution de la population par rapport au degré d'urbanisation. Aussi les approvisionnements des industries de transformation des grains sont assurés par des importations en grain effectuées majoritairement jusque-là par l'OAIC. En outre, les quantités collectées par l'OAIC n'ayant pas connu une augmentation.

Cette vulnérabilité liée à l'insuffisance de la production nationale versus à l'augmentation des importations constitue un obstacle pouvant conduire à des dérèglements de l'offre.

Références

- Abecassis J. & Bergez J.É. (2009). *Les filières céréalières : organisation et nouveaux défis*. Editions Quae, France.
- Abis S. (2015). *Géopolitique du blé : Un produit vital pour la sécurité mondiale*. Éditions IRIS, France.
- Abis S., Luguenot F. & Rayé P. (2014). Commerce et logistique : Le cas de la filière céréalière. *In: Méditerranée*. Presses de Sciences Po, Paris/CIHEAM. 139-156.
- Ammar M. (2014). *Organisation de la chaîne logistique dans la filière céréales en Algérie. : Etat des lieux et perspectives*. Thès.Master of science, IAM, CIHEAM, France.
- Banque Mondiale & FAO. (2012). *La filière des céréales : Sécurité alimentaire et gestion des importations de blé dans les pays arabes*.
- Bencharif A. & Rastoin J.L. (2007). Concepts et Méthodes de l'Analyse de Filières Agroalimentaires : Application par la Chaîne Globale de Valeur au cas des Blés en Algérie. Workin Paper, No. 7/2007. MOISA.

Atelier n°2

Président : Pr. OUALIKENE Selim

Rapporteur : Dr. AKNINE-SOUIDI Roza

BELKACEMI Lydia et AMNACHE Sabrina (UMMTO) : Le rôle des banques dans le financement de l'industrie agroalimentaire en Algérie

Résumé

L'industrie agroalimentaire (IAA) étant considérée comme la deuxième industrie du pays après celle de l'énergie, a toujours suscité l'attention des autorités monétaires le considérant comme enjeu majeur de développement du pays au niveau économique, politique et social.

Le système agroalimentaire algérien a certes connu ces dernières années de multiples transformations organisationnelles, mais en contexte de crise financière et sanitaire ce secteur n'arrive toujours pas à satisfaire les besoins grandissants.

Un renouveau dans la restructuration du marché des industries agroalimentaires et la levée de toutes les contraintes administratives à côté de la simplification des procédures, et ce dans l'objectif ultime d'attirer les investisseurs potentiels dans ce secteur économique stratégique. Ces mesures sont certes nécessaires mais pas suffisantes, puisque de nos jours, la détérioration des liquidités bancaires en tant que sources privilégiées des différents opérateurs économiques, pose un problème de financement des

dits projets constituant ainsi un obstacle majeur contraignant les investisseurs intéressés à réaliser leurs projets.

Mots clés : Industries agroalimentaires, banques, financement, Algérie.

Introduction

L'Etat s'est toujours efforcé à tracer une nouvelle dynamique industrielle visant à conforter les capacités de production et améliorer la participation des industries agroalimentaires dans le PIB national et augmenter par la voie la valeur ajoutée des dites IAA. L'objectif poursuivi était d'attribuer à ces dernières un rôle plus important et de faire en sorte qu'elle prenne le relais de la commande publique en diversifiant l'économie de sorte à alléger sa dépendance vis à vis des hydrocarbures.

Néanmoins, l'essor de ce secteur reste tributaire de l'allocation de sources de financement appropriées. Pour cela, le financement bancaire constitue l'une des sources de financement les plus importantes de toute l'économie, qui permet aux entrepreneurs, de les soutenir dans le développement et la promotion et, d'une manière générale, financer des projets favorisant la croissance.

De par les efforts menés par l'Etat Algérien pour conforter le tissu productif local, l'Algérie demeure parmi les pays où le développement des industries agroalimentaires peine à apporter ses fruits. C'est un système productif fragile et structurellement faible.

C'est dans ce contexte que s'inscrit notre problématique de recherche, à savoir :

Dans quelle mesure les banques peuvent-elles promouvoir l'industrie alimentaire en Algérie ? Pour répondre à cette problématique, nous présentons dans un premier temps l'évolution du secteur des industries agroalimentaires en Algérie. Puis, nous montrons le rôle des banques dans le financement et le développement des dites industries agroalimentaires.

1. Définition et évolution du secteur des industries agroalimentaires en Algérie

Le secteur Agroalimentaire comprend toutes les industries de transformation de produits issus de l'agriculture, de l'élevage ou de la pêche en biens alimentaires et produits destinés essentiellement à la consommation alimentaire. Les matières premières utilisées sont des produits d'origine animale ou végétale qui subissent des transformations plus ou moins complexes avant d'être mises sur le marché.¹⁸

En s'interrogeant sur l'évolution de l'industrie agroalimentaire en Algérie, nous constatons que pour faire face à la situation précaire et peu productive de l'industrie agricole héritée de l'époque coloniale, l'Algérie, s'est au lendemain de l'indépendance, orientée vers le secteur de l'énergie et de l'industrie de transformation fortement marqué par le système des pôles industriels, tout en s'appuyant sur un système centralisé de planification et d'allocation des ressources et une gestion administrée des leviers de régulation économique.

A partir de la décennie 2000, l'existence d'un marché de consommation, la disponibilité des fonds qui a coïncidé avec le rétablissement des finances publiques et la clôture du programme d'ajustement structurel, en plus du soutien de l'Etat dans le cadre du fond national de développement de l'investissement agricole (FNDIA), l'opportunité était à saisir pour le développement des industries agro-alimentaires dans le pays.

Dans un tel contexte, et devant la volonté de l'Etat de renforcer son intervention dans le secteur, et dans l'objectif de renforcer la sécurité alimentaire et garantir un meilleur niveau de performance et une contribution assez importante du secteur agricole dans le développement de l'économie nationale, plusieurs plans nationaux de développement agricole ont été lancés.

En 2001, dans le cadre du programme de soutien à la relance économique 2001-2004, un plan national de développement de l'agriculture dit par abréviation PNDA, a été lancé, et qui s'est inscrit dans une logique favorable à l'initiative privée, même si les principaux outils et procédures du plan sont restés alignés sur les règles administratives. Ce programme s'est toutefois étalé sur toute la période allant de 2000 à 2010 et a, d'ailleurs été élargi en 2002, pour prendre une dimension aussi rurale, en le renommant ainsi Programme National de Développement Agricole et Rural (PNDAR).

Toutefois, durant cette période, compte tenu du cadre macroéconomique et financier contraignant, marqué par une chute considérable des réserves de change, une balance commerciale négative avec une baisse du taux de couverture des importations par les exportations, un nouveau plan agricole dit FELAHA 2019 a été mis en place, lequel programme s'inscrit dans la continuité des programmes de développement et d'investissements précédents.

2. Le rôle des banques dans le financement et le développement des industries agroalimentaires en Algérie

¹⁸<https://docplayer.fr/161421957-li-definition-de-l-industrie-agroalimentaire.html>, consulté en juillet 2021.

Devant la quête des autorités publiques algériennes des moyens financiers pouvant inciter les agriculteurs voir les aider à élargir leur champ de production, et en l'absence d'un marché de capitaux développé, la banque semblait être l'institution privilégiée de financement et le crédit bancaire reste l'outil indispensable auquel l'État devrait recourir via la création de produits bancaires adaptés aux besoins des investisseurs. Ces derniers gagneraient cependant à être encouragés par les banques à travers leur octroi des financements (crédits), les banques étant considérées comme des partenaires privilégiés des différents opérateurs économiques.

Il serait donc question de bien planifier le secteur agricole, pour placer ce secteur au-dessus des potentialités naturelles et humaines locales offertes jusqu'alors.

Assurés principalement par la BADR, les crédits agricoles d'avant le PNDAR, étaient accordés à des taux hors de portée des agriculteurs, variant entre les 18 et 22%. Pour les rendre plus accessibles, d'autres crédits ont été instaurés à savoir :

- **Le crédit mutuel agricole** : qui est une opération financière ayant pour but de mettre en place les capitaux nécessaires afin d'augmenter la production agricole.
- **Le crédit d'habitat rural** : qui dans l'objectif d'améliorer les conditions de vie aux milieux ruraux, vise à encourager l'installation en ces milieux, à travers l'accord de crédits pour l'auto-construction d'une habitation, l'extension d'une habitation déjà existante, son aménagement ou bien sa rénovation.
- **Le crédit de compagne agricole** : destiné au financement des activités saisonnières, et ce pour l'acquisition d'intrants nécessaires à l'activité des exploitants agricoles, de produits agricoles à entreposer dans le cadre du système de Régulation des Produits Agricoles de Large Consommation « SYRPALAC », ou bien pour des travaux cultureux et moisson-battage.
- **Le crédit-bail (leasing)** : qui est destiné à l'acquisition des biens d'équipement rentrant directement dans la réalisation et/ou l'extension de projet d'investissement.

Parallèlement à ces crédits, l'Etat a, dans le souci d'encourager et d'améliorer l'investissement au milieu agricole, innové en mettant en place de nouveaux crédits, à savoir :

Le crédit d'investissement Ettahadi : qui est un crédit à taux bonifié octroyé par la BADR, dans le cadre de la création de nouvelles exploitations agricoles et d'élevage sur les terres agricoles non exploitées relevant de la propriété privée et du domaine privé de l'Etat.¹⁹

Le crédit RFIG, qui lui aussi est un crédit à taux totalement bonifié par l'Etat, destiné au financement d'une entreprise économique de valorisation des produits agricoles ou d'un groupement d'entreprises économiques organisées en sociétés commerciales ou en coopératives, activant dans les filières de transformation, de stockage et/ou de valorisation des produits agricoles. Il englobe trois catégories de crédits :

Le crédit d'exploitation : c'est un crédit destiné à lisser les insuffisances ponctuelles de liquidités, à court terme, d'une entreprise, en matière de dépenses et de trous de trésorerie qui pourraient se produire durant son cycle d'exploitation.

Le crédit fédératif : est un crédit qui s'adresse aux opérateurs intégrateurs, aux entreprises économiques, aux coopératives et groupements qui interviennent dans différentes activités : transformation de la tomate industrielle; production de lait, de céréales, de semences de pomme de terre; unités de fabrication de pâtes alimentaires et couscous ; conditionnement et exportation des dattes; production d'olive de table et d'huile d'olive; production de miel, de produits de terroirs; création d'unités d'élevages et centres d'engraissement; insémination artificielle et transfert d'embryons ; abattage avicole et découpe; commercialisation, stockage, conditionnement et valorisation des produits agricoles; production et distribution de petits outillages agricoles, irrigation, serres...²⁰

¹⁹ « Financement, études et entreprises économiques », Document de travail disponible sur : <http://madrp.gov.dz/agriculture/investissement/credits-agricoles/>, consulté en juillet 2021.

²⁰ Financement, études et entreprises économiques, Op.cit.

Le crédit de compagne : ce type de crédit est réservé aux entreprises dont l'activité est saisonnière et avec un cycle de production entraînant une immobilisation importante de fonds, destiné à l'acquisition d'intrants nécessaires à l'activité des exploitations agricoles (semences, plants, engrais, produits phytosanitaires...), l'acquisition d'aliments pour les animaux d'élevage (toutes espèces) de moyens d'abreuvement et de produits médicamenteux vétérinaires, l'acquisition de produits agricoles à entreposer dans le cadre du système de Régulation des Produits Agricoles de Large Consommation «SYRPALAC » et à des travaux culturels et de moisson-battage. Parmi les crédits de compagne, nous pouvons citer le crédit d'embouche qui est accordé pour l'achat de bêtes maigres et leur nourritures jusqu'à engraissement et revente.

Conclusion

En Algérie, notamment depuis les années 2000, l'enjeu majeur aussi bien au niveau économique, public mais aussi social, est de développer le secteur de l'agroalimentaire, afin de diversifier l'économie et les exportations du pays.

Le faible niveau des exportations hors hydrocarbures et l'importance de la valeur de la facture d'importation des produits alimentaires a poussé les pouvoirs publics à tracer une démarche nationale en matière de développement économique des entreprises qui visent la valorisation des ressources naturelles des pays, la substitution à l'importation, la diversification de la production nationale mais aussi la promotion des exportations.

Références bibliographiques

- ❖ Agriculture : faciliter l'accès des agriculteurs aux crédits bancaires, (2020), disponible sur : <https://www.aps.dz/economie/115129-agriculture-faciliter-l-acces-des-agriculteurs-aux-credits-bancaires>
- ❖ Agriculture en 2020 : une forte résilience face à une crise sanitaire inédite, disponible sur : <https://www.aps.dz/economie/114923-agriculture-en-2020-une-forte-resilience-face-une-crise-sanitaire-inedite>
- ❖ Akerkar Akli, «Etude de la mise en œuvre du plan national de développement agricole et rural (PNDAR) : Cas de la Wilaya de Bejaia », Revue Nouvelle Economie n° 12 Vol 01-2015, disponible sur : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02912228/document>
- ❖ AMELLAL R., (1995). La filière lait en Algérie : entre l'objectif de la sécurité alimentaire et la réalité de la dépendance. Options Méditerranéennes, Sér. B / n°14, Les agricultures maghrébines à l'aube de l'an 2000- CIHEAM.
- ❖ BEDRANI S., CHEHAT F., ABABSA S., (2001). L'Agriculture Algérienne en 2000 : une révolution tranquille. Le PNDA, perspective agricole n° 01, INRA.

ABOUBAKAR Mahamat Zene (UMMTO) : Apports du contrôle de gestion à l'industrie agroalimentaire en Algérie

1. Introduction

Raison d'être du contrôle de gestion (CDG), une gestion optimale est rationnellement recherchée par les industries agroalimentaires comme les autres organisations préoccupées par la performance afin de satisfaire les clients, les actionnaires, les salariés, l'Etat... Les industries agroalimentaires sont stratégiques pour un pays dans la mesure où elles assurent l'autosuffisance alimentaire pour celui-ci et lui faire rentrer des devises via l'exportation de leurs produits. Sans oublier le volet sanitaire qui dépend inéluctablement de l'alimentation et le volet création des emplois. Toutes ces implications deviennent encore plus impératives pour un pays comme l'Algérie dont l'économie souffre depuis un moment de pénurie des devises provoquée par la chute du cours de baril de pétrole et qui est désormais contrainte de limiter ses importations. Stratégiques pour les pays et notamment pour l'Algérie, les industries agroalimentaires doivent donc être bien gérées. Le contrôle de gestion, en contribuant à formuler la stratégie (Lorino, 2001, 2003) et en la déployant (Anthony, 1965) ; (Anthony R. N., 1988) et (Bouquin, 1997), joue un rôle de premier plan dans la recherche de cette performance. Cette dernière est définie comme la capacité à réaliser les prévisions (Bourguignon A., 1995) ; (Lebas M., 1995) ;

(Goujet B., 2005) et (Guerra F., 2007). Outil dynamique pour aider les managers à la prise de décision et à performer (Bouquin H., 2004), le CDG voit son rôle évoluer depuis l'époque taylorienne (Alazard C., 2010).

Partant de ce constat, notre objectif de recherche est de repérer les rôles joués par le CDG dans les industries agroalimentaires en Algérie et de tenter probablement d'identifier des variables d'action pour le CDG afin de rendre plus performante la gestion de ces industries.

Comment le contrôle de gestion (CDG) peut-il aider la gestion des industries agroalimentaires en Algérie à être performante ?

Pour atteindre ces objectifs de recherche, on va structurer ce travail en deux (2) parties. La première partie va être consacrée à la revue de la littérature. Dans la seconde partie, on présentera la méthodologie ainsi que les résultats de la recherche.

2. Revue de littérature

2.1 Les relations entre les concepts clés

2.1.1 Industrie agroalimentaire (IA)

L'entreprise industrielle est « une unité économique autonome dont la fonction est la production des biens marchands destinés soit à la satisfaction des besoins des consommateurs, soit à d'autres entreprises pour leur propre production » (Hallouin-Barat M., 1997, p. 40). Il est important de préciser qu'on utilise le terme « industrie agroalimentaire (IA) » pour désigner l'entreprise industrielle qui, selon Jean-Louis (Jean-Louis, 2000), combine des matières premières agricoles et diverses autres ressources pour les transformer en produits stockables destinés à l'alimentation des individus (huile, produits laitiers, sucre, les pâtes...). En Algérie, les IA sont par exemples : Cevital, Tassili, Agrodif...

2.1.2 Gestion de l'industrie agroalimentaire, Performance et CDG.

Pour mieux mesurer et optimiser la performance de leur gestion, les IA mobilisent des techniques et des outils dont l'ensemble est appelé contrôle de gestion (CDG). Ce dernier est défini par (Anthony, 1965) comme étant « le processus par lequel les dirigeants s'assurent que les ressources sont obtenues et utilisées avec efficacité (par rapport aux objectifs) et efficience (par rapport aux moyens employés) pour réaliser les objectifs de l'organisation. »

2.2 Evolution de l'environnement et des apports du CDG à la recherche de la performance au sein de l'entreprise

Apparu dès le XV^e siècle avec le calcul des coûts formalisé par le moine vénitien Luca Pacioli en 1494 et l'apparition du contrôle à la fin du XIX^e avec l'industrialisation (Alazard C., 2010, p. 5), le CDG ne cesse d'évoluer pour appuyer la performance des industries dans un environnement en pleines mutations.

L'environnement contemporain des entreprises n'est plus ce qu'il était il y a environ un siècle (Alazard

Tableau n°1 : Evolution de principales caractéristiques de l'environnement des entreprises

Caractéristiques principales de l'environnement des entreprises	
Avant 1980	Après 1980
Contexte économique : demande homogène et régulière, offre faiblement concurrentielle, marchés locaux.	Contexte économique : demande hétérogène et irrégulière avec des exigences de qualité, offre fortement concurrentielle, marché mondial.
Contexte technologique : machines à une fonction, changement technologique lent...	Contexte technologique : machines polyvalentes touchant la production, l'information et la communication avec un changement rapide...
Mode de production : produits standard fabriqués en grande série avec une certaine rigidité, poste de travail unique et précis.	Mode de production : produits différenciés fabriqués en petite série et avec une certaine flexibilité, poste de travail polyvalent et flexible.
Structure des coûts dominée par les charges directes (matières, mains d'œuvre directes...)	Structure des coûts dominée par les charges indirectes (R&D, Marketing, Qualité, SAV...).
Exigences : réduire le coût direct via la productivité du travail, principalement productif	Exigences : optimiser la valeur, réduire le coût global des activités et le temps, adapter en permanence l'organisation

L'évolution permanente des environnements économique et technologique a engendré un nouveau contexte stratégique : des objectifs diversifiés et contradictoires, un fort degré de concurrence et un raccourcissement du temps de réaction (Alazard C., 2010, p. 14). Caractérisant l'instabilité de l'environnement, la complexité (interdépendances, interrelations entre les variables), la turbulence

(rapidité, fréquence et dispersion des évolutions) et l'incertitude (difficulté à prévoir les évolutions futures) du contexte de gestion accroissent, selon ces derniers, les besoins en informations et la nécessité d'adaptation des systèmes d'information et de toute l'organisation dans le CDG.

3. Le cadre méthodologique et les résultats de la recherche

L'approche adoptée ici est d'une part le positivisme où le cadre théorique sert de référence pour apprécier les rôles joués par le CDG au sein des industries agroalimentaires en Algérie. Et d'autre part, elle est contingente dans la mesure où des pistes d'amélioration vont probablement, en fonction de la situation du CDG de ces industries, être proposées pour renforcer ces rôles pour plus de performance dans la gestion de celles-ci.

3.1 Étude exploratoire des pratiques du CDG dans quelques industries agroalimentaires en Algérie

3.1.1 Les variables d'étude et la catégorisation des rôles du CDG

L'étude exploratoire, destinée à identifier le type de rôle joué par le CDG au sein des industries en Algérie, repose sur les variables suivantes : positionnement du CDG dans la structure, outils et nature d'information en vigueur, portée du contrôle et missions.

3.1.2 La méthode de collecte des données et les personnes interviewées

Pour collecter les données nécessaires à notre étude, on a utilisé le guide d'entretien. Les personnes qu'on a interviewées sont les directeurs et les cadres. Étant donnée la pandémie, certaines industries ne nous ont pas permis de mener l'entretien directement. Elles ont dû le remplir et nous le remettre.

3.1.3 Les résultats de l'étude

L'étude exploratoire concerne huit (8) industries agroalimentaires. Ces dernières sont désignées par des lettres pour des raisons de confidentialité (convenues avec elles) et de présentation plus commode.

Force est de constater que le CDG pratiqué dans les industries étudiées est fondamentalement statique. Il est orienté sur le passé et ne fait que prévoir et contrôler in fine prioritairement les charges directes de la production tout en ignorant la notion de la valeur. Il utilise comme outils principaux le plan, le budget et la comptabilité industrielle. Il est aussi caractérisé par des informations quantitatives et financières. Il est important de rajouter que quatre (4) IA sur huit (8) sont sans comptabilité analytique. Dans la majorité des industries, le CDG est rattaché à un seul niveau et donc moins ancré. On peut ainsi en déduire que son rôle dans ces industries est fondamentalement classique. Dans la partie suivante, on va essayer de dégager des pistes d'amélioration pour renforcer les rôles du CDG et la performance dans ces IA.

3.2 Des leviers du CDG pour contribuer à l'amélioration de la performance managériale dans les industries agroalimentaires en Algérie

Des leviers, susceptibles d'être activés par le CDG, vont être hiérarchiquement proposés en fonction de la conjoncture de l'Algérie et des résultats révélés par notre étude sur les pratiques et le rôle du CDG au sein des industries agroalimentaires susmentionnées.

3.2.1 Des leviers au niveau stratégique

Sur le plan stratégique, le CDG peut contribuer à l'élaboration stratégique en appuyant le contrôle stratégique dans l'analyse stratégique et la formulation des orientations tant au niveau national qu'international à des fins d'exportation. L'objectif du CDG est de contribuer à identifier la meilleure stratégie pour l'entreprise pour intégrer la chaîne de valeur nationale ou mondiale et pour sa compétitivité et sa pérennité.

Au niveau national, le CDG en appui au contrôle stratégique contribue à identifier les forces et faiblesses de l'industrie concernée et les opportunités et les menaces de l'environnement de cette dernière afin de dégager les orientations qui garantissent des avantages concurrentiels pour une meilleure position concurrentielle avec des facteurs clés de succès pertinents. Il est important de signaler ici la politique actuelle du gouvernement algérien destinée à freiner les importations. Cette politique pourrait créer certes des menaces, notamment pour les industries dont la production dépend fortement de l'importation, mais aussi beaucoup d'opportunités, notamment en termes de production locale des semi-produits, agricoles ou autres, utilisés dans la fabrication de leurs produits ou pour fabriquer de nouveaux produits. Ainsi, les industries ont l'opportunité d'améliorer d'une part leur taux d'intégration dans leur filière en fabriquant elles-mêmes leurs matières premières par exemple. Et d'autre part, elles ont l'opportunité de diversifier leurs activités en intégrant de nouvelles filières, nées de la limitation des importations imposée par le gouvernement par sa politique en vigueur depuis un moment.

Au niveau international, le CDG peut contribuer à identifier des opportunités d'intégration de la chaîne de valeur mondiale, de bonnes stratégies d'exportation, exportation indispensable surtout aujourd'hui pour l'Algérie en pénurie de plus en plus accentuée des devises. Le CDG peut jouer un rôle de premier plan dans ce cadre d'exportation, en échafaudant et en aidant à maîtriser des processus d'exportation, dont la logistique, afin de réduire leurs coûts respectifs. Il peut aussi aider à repérer des réseaux, intéressants aussi bien en termes de la qualité de prestation qu'en termes de coûts, destinés à faciliter l'acheminement des produits des industries.

Enfin le CDG peut contribuer à la gestion des risques induits par les exportations en étudiant régulièrement les agrégats macroéconomiques des pays importateurs, les actualités. Le CDG doit aider à mieux définir la proposition des valeurs de l'industrie pour ses parties prenantes. Il doit ainsi aider à identifier les valeurs à créer et les ressources stratégiques nécessaires et à réduire les coûts de celles-ci pour plus de pérennité et de compétitivité. Il doit y rester focalisé pour une amélioration permanente de ces dernières.

3.2.2 Des leviers au niveau tactique

Sur le plan tactique, le CDG appuie le processus de déploiement de la stratégie tant au niveau national qu'international. Le déploiement, rôle régalién du CDG [(Anthony, 1965) et (Bouquin H. , 1997)], consiste à relier la stratégie et les opérations afin d'assurer l'efficacité et l'efficience dans la réalisation de celle-ci. Il s'agit de rendre cohérentes les actions avec la stratégie adoptée à des fins de performance. Pour atteindre cet objectif, le CDG s'efforce d'identifier les processus, les activités stratégiques et les procédures (Lorino, 2001, 2003) et de trouver, via l'engineering, la meilleure manière de les optimiser en termes des coûts et de la valeur (qualité du produit recherchée, marge bénéficiaire, respect des normes environnementales...).

Il identifie les variables d'action pertinentes ainsi que leurs indicateurs et veille à la diversité de ces derniers afin de rendre plus dynamique le pilotage de la performance des industries agroalimentaires en Algérie. En plus des indicateurs de résultat, des indicateurs opérationnels doivent être identifiés et intégrés afin de permettre une amélioration en permanence de la performance [(P. Lorino, 2001) et (Masaaki I., 1990)] recherchée par les industries.

Enfin, le CDG peut aussi, dans le cadre de la stratégie internationale, établir et contribuer à suivre des indicateurs relatifs aux exportations tels que le taux d'exportation (exportation/production) pour apprécier les efforts de l'industrie en matières d'exportation, le taux de valeur ajoutée (valeur ajoutée/production), la productivité du travail pour évaluer les performances économiques...

3.2.3 Des leviers au niveau opérationnel

Quant à ce volet, le CDG peut principalement jouer le rôle de veille. Il s'agit de contribuer à veiller sur la conformité des procédures définies.

Ce niveau, considéré souvent comme moins stratégique au sein de l'industrie, fait aujourd'hui l'objet d'un enjeu hautement important, où sont appliquées les normes en qualité de produits, imposées par des zones d'intégration économique régionales telles que l'Union européenne, zone euro, ALENA, MERCOSUR... le CDG peut aider à la maîtrise des normes à ce niveau.

Par ailleurs, cette proximité avec le terrain permet au CDG de constater les difficultés auxquelles sont confrontés les opérationnels, les insuffisances des procédures, des facteurs des coûts cachés, voire de dysfonctionnement...

4. Conclusion

Traversant une période économique de plus en plus difficile, caractérisée par une crise de devises provoquée principalement par la chute du cours de baril du pétrole, l'Algérie applique depuis un moment une politique de réduction des importations. Les industries agroalimentaires en Algérie peuvent et doivent profiter des externalités positives de cette politique en créant les produits de substitution, voire d'autres produits.

Les industries agroalimentaires doivent contribuer à relever le défi de la diversification économique de l'Algérie, afin de réduire la dépendance de celle-ci des hydrocarbures et le chômage, et le défi de l'exportation pour générer des devises. Le CDG peut et doit, dans ce cadre, les appuyer pour identifier des niches, nées de la limitation des importations, formuler, déployer et contrôler la réalisation de ces projets avec plus de performance. Dans le cadre de notre étude, on a constaté que le CDG est mis en place mais moins ancré dans les huit (8) IA de notre échantillon car son rôle se limite principalement à informer sur le coût de production et à se focaliser sur le coût direct via des indicateurs de résultat (quantitatifs et financiers). Garants de la pérennité et de la compétitivité, la création de valeur, notamment pour les clients et les actionnaires, et la recherche permanente de la réduction des coûts via

des indicateurs de pilotage (tous les indicateurs, mêmes qualitatifs, physiques...) en temps réel préoccuperaient moins ces industries.

Références bibliographiques

- Alazard C., S. S. (2010). *contrôle de gestion, manuel et applications*. Paris: DUNOD.
- Anthony R. N. (1988). *The Management Control Function*. Boston: The Harvard Business School.
- Anthony, R. N. (1965). *Planning and control systems: a framework for analysis*. Harvard
- Bouquin H. (2004). *Comptabilité de gestion*. Paris: Economica 3ème édition.
- Bouquin, H. (1989). *Encyclopédie de gestion*,. Paris, France: Economica.
- Bouquin, H. (1997). *Le contrôle de gestion*. Paris, France: Presse universitaire de France.
- Bourguignon A. (1995). Peut-on définir la performance ? *Revue française de comptabilité* , 269 (Juillet-Août), 61-65.
- Bourguignon, A. (2000). *Performance et contrôle de gestion, in Encyclopédie de comptabilité, Contrôle de gestion et Audit*. Paris, France : Ed Economica

KABENE Ahmed et CHENANE Arezki (UMMTO) : L'événementiel comme levier de valorisation des activités agroalimentaires : Illustration par la fête du lait d'Imaloussen

Résumé

Notre communication tente d'expliquer comment l'événementiel constitue une démarche de territorialisation des activités agroalimentaire en amont de la filière lait. Par territorialisation, on fait allusion à la dynamique collective des acteurs économiques et non économiques visant la valorisation de la production laitière et des produits laitiers, d'un côté et à l'empreinte territoriale revendiquée par les acteurs en œuvre de l'autre côté.

En effet, la fête du lait d'Imaloussen s'inscrit dans un registre de confirmation et de revendication de l'identité paysanne et laitière du village. Cela se fait en parallèle avec ce qui se fête dans d'autres villages ou communes de la wilaya.

Par ailleurs, les soubassements théoriques des approches en termes territoriales et dynamiques de proximités nous fournissent des éclairages et des croisements théoriques et empiriques féconds.

Introduction

Après la mise en place du PNDRA²¹, à partir des années 2000, la recherche d'une meilleure proximité du monde rural était l'objectif principal assigné aux stratégies de développement agricoles en générales et laitières en particulier. Parmi les instruments adoptés afin d'y parvenir, on retient l'événementiel par l'organisation des manifestations nationales et régionales (séminaires, journées d'étude, technique et d'information, colloque...). Dans la wilaya de Tizi-Ouzou, cette dynamique événementielle est le fait de la Direction des services agricoles et de son réseau subdivisionnaire. Cependant, lors de la dernière décennie, l'initiative villageoise a inclus la valorisation des ressources locales dans son programme par l'organisation de fêtes dédiées à plusieurs thèmes dont la fête du lait d'Imaloussen.

Notre communication tente d'expliquer dans quelle mesure l'événementiel constitue une démarche pouvant contribuer à la valorisation des activités agroalimentaires ?

1. Versant théorique : concept d'événementiel et dynamique de proximité

Ce versant théorique est structuré en deux sections. Dans la première, nous définirons le concept d'événementiel et ses applications dans l'entreprise et au sein des territoires. Puis, nous allons voir quel est l'intérêt de concilier la dynamique événementielle avec celle des proximités.

1. L'événementiel : concept et applications

Les dictionnaires définissent le mot événementiel en tant qu'adjectif mobilisé surtout dans certaines disciplines comme l'histoire (l'histoire événementielle) et la psychologie (névrose événementielle). C'est dans la littérature managériale et les études de Marketing que le mot événementiel prend la forme d'un nom. Il désigne « une forme de communication visant à promouvoir un produit, une marque, un lancement d'innovation ou à motiver ses équipes » (S. Moran, 2016). Cette communication utilise plusieurs types d'évènements tels que les manifestations sportives, sociales, médicales, culturelles... (J. Lendrevie, 2012).

Cependant, et vu la nature de notre étude, la suite de cette communication se penchera sur des objectifs qui sont de nature méso économique comme la valorisation des savoir-faire, la structuration des filières... dont la réalisation nécessite l'implication de plusieurs acteurs, économiques et non économiques.

²¹ Programme national de développement rural

Bien qu'il n'y ait pas de corpus théorique établi autour de la notion d'événementiel, de plus en plus, la dynamique de ces acteurs suscite l'intérêt des auteurs issus de plusieurs disciplines (économie, géographie, sociologie...) au vu des transformations que permettent ces événements.

Les travaux réalisés sur les événementiels, notamment en géographie culturelle, se sont essentiellement focalisés sur le rôle qu'ils jouent dans la « construction et le renforcement » des identités territoriales (Di Méo, 2001). Ainsi, à travers les manifestations, les acteurs « fortifient leurs singularités ». Jeux olympiques, capitale de la culture, exposition internationale, fêria, foire commerciale ...ont ainsi donné naissance à la « ville événementielle » (E. Vivant, 2007).

La dynamique événementielle dans les espaces ruraux vise la patrimonialisation des ressources rurales. C'est l'une des voies qui mène au développement territorial, K. Antonia (2010) affirme que : « les nombreuses fêtes de campagne et de festivals de produits locaux [...] - surtout en période estivale touristique- illustrent l'importance accordée par les collectivités locales à la valorisation du patrimoine rural, comme un moyen puissant de développement territorial ».

Les produits agroalimentaires sont les vedettes confirmées des fêtes qui s'organisent au niveau rural. Pour N. Bétry (2003), « cette tendance s'explique par deux motifs essentiels : la demande de face à face direct producteur/consommateur et l'essor du tourisme gastronomique. Le premier s'exprime dans un contexte d'homogénéisation et de standardisation des productions et des goûts. Le second est conçu à travers une quête du local, du rural et de ce qu'ils évoquent de bien-vivre et de bien-manger ».

2. Les dynamiques de proximités au cœur de l'événementiel

La proximité organisée n'est pas d'essence géographique mais relationnelle. Elle correspond « à la capacité qu'offre une organisation de faire interagir ses membres. L'organisation facilite les interactions en son sein, en tous cas, les rend a priori plus faciles qu'avec des unités situées à l'extérieur de l'organisation » (A. Torre, 2009).

L'un des intérêts majeurs de l'événementiel est sa capacité à activer la proximité organisée entre les acteurs. Ce qui restaurera les liens de coopérations « propices à la mise en discussion et à l'émergence des acteurs, ainsi qu'à l'identification de leurs stratégies [porteuses de développement] » (A. Torre, 2009).

II- versant empirique : La fête du lait à Imaloussene : Un levier d'une dynamique de spécialisation dans la production laitière

1. Encadré méthodologique

Notre démarche méthodologique est résumée dans l'encadré ci-dessous :

Nature des données : Instruments de l'enquête : Observation par la participation aux 3 dernières éditions de la fête, Documents iconographiques.

But de l'enquête : Le but était d'analyser comment l'événementiel peut constituer une espace d'interaction entre les acteurs d'un bassin de production laitière.

Durée de l'enquête : Une journée.

Mode de traitement : Analyse des faits.

1. Organisation et partenaires

Il convient de signaler que la fête était à sa 5^{ème} édition en 2017, toutes ces éditions ont été organisées en mois de mai, une date qui coïncide avec le pic de production et de collecte laitière. Elle dure une journée de 8h jusqu'à 16h. La fête est organisée par le comité de village d'Imaloussene en partenariat avec la DSA de Tizi-Ouzou ainsi que la chambre de l'agriculture de la wilaya (un acteur consulaire). Elle est sponsorisée par les entreprises agro-alimentaires et les entreprises de matériel agricole. En outre, on note deux types de participation citoyenne, celle qui participe dans l'animation des activités et celle qui assiste à la fête venant de tous les coins de la wilaya de Tizi-Ouzou. Elle bénéficie aussi d'une publicité « quasi gratuite » qui est le fait de trois canaux : l'affichage de posters dans la plupart des communes de la wilaya, les médias (*via* la chaîne radio locale et nationale, la presse écrite et l'audiovisuelle) et le bouche à oreille.

1.1. Déroulement de la fête

Le bon déroulement de la fête n'est que le fruit d'un travail de longue haleine en amont. En effet, tout se prépare un mois avant le jour J. La population d'Imaloussene se mobilise pour aménager les espaces qui vont accueillir l'évènement mais aussi pour bétonner les pistes et ruelles du village. La solidarité villageoise est de mise où chacun apporte sa pierre à l'édifice. On parle alors, de logique de « construction territoriale » par la solidarité (Bernard Pecqueur). On a remarqué une fierté de « se sentir

utile » chez la majorité des organisateurs, ces derniers manifestent une connivence et une cohésion de haute qualité où personne ne se plaint de la difficulté de la tâche qui lui a été attribuée.

Par la suite, il y a l'arrivée des représentants de la DSA qui inaugure l'ouverture de la cérémonie, ceux-ci donnent une légitimité officielle à la fête. Ensuite les représentants déposent un bouquet de fleurs à la mémoire des martyres de la révolution algérienne.

Le troisième protocole de cette fête correspond au défilé de tous les participants vers les lieux des expositions. Durant la marche sur un chemin de près d'un kilomètre, on entend des chants chantés, tantôt par des femmes du village tantôt par des enfants, donnant ainsi un aspect folklorique à la fête. Le lait, les produits laitiers et la vie paysanne font l'objet de ces chants, montrant ainsi l'ancrage historique de l'activité agricole dans ce village. La première exposition correspond à la présentation de vaches et de chèvres de races locales candidates au concours. La deuxième exposition correspond à la présentation du matériel agricole et des agences d'assurance et bancaires. Enfin, la quatrième exposition correspond à la présentation des produits fromagers par les unités agro-alimentaire de la wilaya.

Le quatrième protocole, correspond à « *lwâada* » (déjeuner collectif). Il constitue un moment fort de la fête. Un panier de biens ancestraux fait l'objet du menu, un couscous composé de semoule roulée à la main localement par les femmes du village et de légumes potagères locales. En plus du couscous, le menu est composé du lait caillé, du petit lait et de la galette beurrée, produits par les femmes du village. L'évènement « *lwâada* » ne peut pas avoir lieu sans la coordination et la solidarité de la femme d'Imaloussene. Enfin, la fête s'achève avec la remise des prix.

Dans cet élément nous allons nous concentrer sur l'étude des principaux acteurs qui participent à l'évènement. Schématiquement nous pouvons en distinguer quatre acteurs : le village, la population locale, les éleveurs et les entreprises de transformation laitière relevant de l'industrie agro-alimentaire.

Le village d'Imaloussene

Le premier effet escompté de la fête correspond aux visites individuelles et familiales venant d'un peu partout de tous les coins de la wilaya. Ainsi, dans un contexte de compétitivité villageoise notamment dans la wilaya de Tizi-Ouzou et en Kabylie en général, cette fête contribue au renforcement de la notoriété du village d'Imaloussene. Egalement, on est en droit de penser que cette fête constitue pour le village une étincelle pour une trajectoire de spécialisation laitière, qui est à son début bien évidemment. Cet angle de vision nous permet de reconsidérer la fête non pas comme une fin en soi.

La population locale d'Imaloussene

La participation de la population locale dans l'organisation de la fête du lait au village d'Imaloussene renforce le principe d'intégration de la société civile dans la construction des projets de développement territorial, à cet effet nous partirons de l'optique, la plus générale, celle de l'approche participative.

Les éleveurs d'Imaloussene

Les éleveurs occupent une place centrale dans la filière lait. Ils sont à la confluence de plusieurs enjeux : économique, agricole, alimentaire... ce sont eux le moteur de la production laitière. Ils sont les premiers à ressentir les effets de la politique laitière et ceux des événements touchant à la filière. La fête constitue, à cet effet, un moment adéquat pour l'expression de leurs attentes et des contraintes qu'ils rencontrent, aux responsables locaux et autres acteurs de la filière.

Par ailleurs, l'esprit entrepreneurial chez les éleveurs est l'une des préoccupations principales de la fête. En effet, le croisement des éleveurs avec les agences bancaires et les vendeurs de matériel agricole joue un rôle important dans les choix entrepreneuriaux de ceux-ci. Cela passe par la réduction de l'asymétrie informationnelle sur les dispositifs de création, d'encouragement et de coordination et l'articulation du niveau local et global (éleveurs du village et ceux des autres régions de la wilaya et du pays aussi). Ce croisement permet aussi la réduction des coûts de transaction liés à la recherche de l'information pour le perfectionnement de leur entrepreneuriat.

Les entreprises de transformation laitière

Les entreprises agro-alimentaires bénéficient d'une publicité extérieure. Les raisons données par les spécialistes²² du marketing à ce type de publicités renvoient à « *la possibilité de communiquer sur zone géographique précise* » et la capacité d'être « *adaptée à l'attention consommateur* ». En effet, la population ciblée teste et compare la qualité des produits fromagers produits par les différentes entreprises. Ainsi, les entrepreneurs agro-alimentaires auront aussi la possibilité d'étudier les goûts de leur clientèle.

²² <http://www.matthieu-tranvan.fr/marketing-traditionnel/publicite-exterieure.html>

Conclusion

L'intérêt scientifique de notre communication réside dans la conciliation des apports de l'approche territoriale (jeu des acteurs et dynamique de proximité) avec le concept d'événementiel. Cela nous a permis de mieux cerner un certain nombre d'aspects liés à l'organisation d'une fête au sein d'un village en vue de promouvoir l'activité agroalimentaire :

- ❖ Dans la wilaya de Tizi-Ouzou, village s'impose comme une échelle de décision à faire participer dans les processus de gouvernance rurale. En effet, la fête du lait à Imaloussen obéit à une logique d'organisation villageoise ;
- ❖ La fête du lait constitue un espace de communication permettant de mobiliser mais aussi de faire fructifier les liens de proximité ;
- ❖ L'événementiel contribue à la valorisation des ressources agroalimentaires par le rapprochement entre les maillons de la filière et les consommateurs ;
- ❖ La fête du lait d'Imaloussen s'inscrit dans un registre de confirmation et de revendication de l'identité paysanne et laitière du village. Cela se fait en parallèle avec ce qui se fête dans d'autres villages ou communes de la wilaya ;

Références bibliographiques

1. Anthony Babkine, Adrien Rosier, « réussir l'organisation d'un évènement », éd : d'organisation, 2001, p. 4.
2. Arnaud, C., & Soldo, E. (2015). Le portefeuille territorial d'évènements culturels (PTEC) : nouvelle modalité de gestion de l'offre d'évènementiel culturel pour un management stratégique des territoires. *Management International/International Management/Gestión Internacional*, 19(2), 115-127.
3. Bétry, N. (2003). La patrimonialisation des fêtes, des foires et des marchés classés "sites remarquables du goût" ou la mise en valeur des territoires par les productions locales. *Ruralia*, 12(3).
4. Barthon, C., Garat, I., Gravari-Barbas, M., & Veschambre, V. (2007). L'inscription territoriale et le jeu des acteurs dans les événements culturels et festifs : des villes, des festivals, des pouvoirs. *Géocarrefour*, 82(3), 111-121.

GRAICHE Lynda (UMMTO) : L'impact de la Covid-19 sur l'industrie agroalimentaire en Algérie. Cas de la wilaya T-O

Résumé

La crise du COVID-19 qui a frappé le monde est d'abord une crise sanitaire, mais son impact va bien au-delà du secteur de la santé, et les conséquences sont ressenties sur tout les secteurs économiques, en outre, cette crise a démontré l'importance du secteur agroalimentaire et son rôle crucial dans l'approvisionnement en produits alimentaires et surtout à travers la sécurité alimentaire qu'il procure. En Algérie, le gouvernement a imposé depuis l'année 2020 une série de mesures restrictives afin de contenir la contamination et la propagation du virus, notamment par la fermeture des frontières, la limitation des activités de commerce, le réaménagement des horaires de travail et l'institution d'un couvre-feu, cette réglementation a toutefois eu des conséquences sur la dynamique économique comme dans le secteur agroalimentaire qui va d'un simple ralentissement économique pour certaines industries agroalimentaires à l'arrêt définitif de l'activité pour d'autres. En outre, cette crise sanitaire touche particulièrement les petites et moyennes industries, les petites industries et les toutes petites industries.

Mots clés : L'industrie agroalimentaire, la crise sanitaire, l'économie nationale.

Introduction

Le secteur agroalimentaire regroupe l'ensemble des industries de transformation de matières premières d'origine végétale ou animale, en produits destinés à l'alimentation et à d'autres usages. Il regroupe à la fois, les entreprises qui fabriquent et commercialisent les produits alimentaires et dans une certaine mesure, les équipements qui fournissent le matériel utile à la fabrication de ces produits.

En outre, l'industrie agroalimentaire représente le moteur de l'économie réelle des pays, elle occupe une place cruciale dans la croissance économique par sa contribution à l'amélioration de l'économie nationale à travers la création d'emploi qu'elle génère, de sa participation efficace et durable à l'amélioration du PIB, de la rentrée en devise qu'elle génère mais surtout, par la sécurité alimentaire qu'elle procure. Elle représente aujourd'hui le noyau central du système alimentaire mondial. Son importance a permis aux pays de développer ce secteur dans plusieurs branches afin de satisfaire la demande sans cesse grandissante en quantité, en qualité et en variétés de produits.

En Algérie, l'industrie agroalimentaire a subi plusieurs réformes économiques depuis l'indépendance à nos jours, elles furent d'abord valorisées par le programme de développement des entreprises publiques

en 1970, qui visait notamment à l'amélioration de sa performance dans les industries de base telles que les céréales, les huileries, les produits laitiers et les boissons. Ensuite, par la politique du renouveau agricole et rural en 2008 à l'horizon 2025, dont la priorité était l'augmentation de la production des produits de première nécessité dans le secteur agroalimentaire. En outre, Le plan de développement des industries agroalimentaires lancé en 2010 dans l'objectif était de renforcer les capacités humaines et l'assistance technique aux producteurs. Enfin, le plan quinquennal 2015-2019 est instauré pour assurer la continuité du programme précédent, par l'augmentation des surfaces irriguées, en encourageant les filières prioritaires et développer les zones difficiles comme les montagnes, les steppes et le Sahara.

Cependant, malgré une nette amélioration du secteur agroalimentaire, l'Algérie pène à satisfaire la demande locale, et demeure un pays très dépendant des importations que ça soit en produits agroalimentaires ou en équipements (amont- aval) qui constituent le secteur, puisqu'il est le premier importateur en Afrique des denrées alimentaires avec 75% de ses besoins assurés par l'importation en denrées alimentaires (1,7Md €). Par conséquent, le développement des IAA représente un enjeu majeur au niveau économique, politique et social afin de réduire la dépendance alimentaire vis-à-vis de l'extérieur.

Cette situation de dépendance alimentaire est mise à rude épreuve par la crise sanitaire qu'a connue le monde depuis fin 2019, en effet, à partir de 2020, l'économie algérienne est fortement déstabilisée à cause d'une crise sanitaire inattendue, ce qui l'a plongé dans une récession économique, qui a surtout rappelé l'importance de ce secteur.

Cette étude a pour objectif de mettre en évidence les effets de la pandémie Covid-19 sur les industries agroalimentaires en s'appuyant sur les mesures restrictives prises par l'Etat en vue de faire face à la problématique de propagation de la maladie, et de révéler quels types d'industries les plus touchées par ce phénomène.

I. Présentation de l'étude

Cette étude est basée sur des faits micro-économiques, notamment sur le volet d'exploitation et de gestion, affectant plus précisément les TPI, les PI et les PMI, car elles représentent près de 90% du tissu d'entreprises industrielles hors hydrocarbures en Algérie. Notre enquête s'est adressée à un échantillon d'entreprises située à la wilaya de Tizi-Ouzou par choix raisonné où nous avons pu collecté des données de 71 entreprises tout type confondu, où nous avons réalisé un aperçu comparatif entre la situation économique de ses entreprises durant l'année 2020 et 2021. Ainsi, nous proposons des solutions d'urgence pour mieux accompagner ses entreprises durant cette crise qui menace la survie d'un bon nombre d'entre elles.

1- Caractéristiques des entreprises enquêtées

1.1 Profil des entreprises

Les entreprises ayant répondu à l'enquête sont d'ordre de 71, les PMI représentent la part la plus importante avec 53,5%, suivi par la très petite industrie à raison de 29,6% de participants et 16,9 % de petites industries. En outre, nous avons obtenu des réponses de diverses catégories socioprofessionnelles, représentées sur le schéma suivant dont la part la plus importante est attribuée aux dirigeants (directeurs propriétaires) à raison de 56,3%, les cadres à 16,9%, les salariés à 15.5%, les autres catégories sont faiblement représentées, les consultants et associés à part égales avec un taux de 4,2%, et les commerciaux à 2.8%.

Par ailleurs, ces entreprises sont réparties sur 09 secteurs dont les produits céréaliers et les produits alimentaires divers représentent la part la plus importante avec respectivement 18,3%, 16,9%, les entreprises de la filière lait sont représentées à 12,7%, les produits issus de l'huilerie et corps gras et l'industrie de l'extraction des huiles essentielles sont respectivement de 8,5% et 4,2%, le secteur des boissons ; viandes et charcuteries ; agriculture et sylviculture et les produits élaborés sont représentées à parts égales à raison de 9,9%.

1.2 Répartition des entreprises par région

Les entreprises participantes à l'enquête sont réparties sur 12 régions de Tizi-Ouzou, les PMI sont essentiellement localisées à la commune de Draâ Ben khedda (28.2%), au chef lieu de la wilaya à 14.1%, à la commune de Azazga (12.7%), ainsi que la commune de Draâ el Mizane (11.3%). Les autres communes regroupent près de 80% de PI et TPI et le pourcentage de leur participation varie de 2% à 7%.

2- L'impact sur la gestion quotidienne

2-1 Les mesures restrictives

88,2% des professionnels interrogés déclarent être affectés par les décisions de l'Etat, notamment par le confinement, l'arrêt des transports et la fermeture des frontières sur l'activité des entreprises dans leur globalité.

Cela dit, l'intensité de l'impact n'est pas ressentie de la même manière d'une entreprise à autre et d'un secteur à un autre.

58,8% ont déclaré être touchée dans leur gestion interne, elles renferment toute les catégories d'entreprises de façon homogène et désigne les secteurs de la filière lait ; l'agriculture et la sylviculture ; les viandes et charcuteries ; les produits alimentaires divers. Pour celles qui ont répondu « non » aux perturbations de leur gestion interne, elles sont à hauteur de 41,2% , elles représentent aussi des catégories d'entreprises homogènes, et elles sont issues principalement des secteurs de l'extraction des huiles essentielles ; les conserveries ; les produits alimentaires élaborés (plats préparés et surgelés) ; les produits céréaliers (farines et semoules) et les huileries, cela en raison de la non complexités de leur activité pour certaines et le caractère saisonnier de leur activité pour d'autres (comme dans l'industrie des huileries et de l'extraction des huiles essentielles).

2.2 Confinement et télétravail

La quasi-totalité des TPI ont arrêté de travailler durant le confinement (90%) tandis que les PMI et les PI ont diminué l'activité de leurs salariés à temps partiel dans le souci de maintenir l'emploi, toutefois 20% d'entre elles ont eu recours au licenciement et au chômage technique. Aussi, près de 10% estiment avoir manqué d'effectif en raison des départs volontaires, les TPI en particulier.

Par ailleurs, une organisation de télétravail est adoptée par 11,8% des entreprises enquêtée (le cas des PMI), tandis que 88,2% estiment ne pas avoir eu besoin d'une telle organisation (le cas des TPI et des PI). En outre, 5% des entreprises ayant appliqué le télétravail déclarent ne pas maîtriser cette technique, en raison des problèmes de coordination, de collaboration et de mobilité entre les employés, ce qui a affecté fortement le bon déroulement des activités de gestion (le cas de l'industrie céréalière).

3. L'impact sur la production

3.1 L'approvisionnement

L'approvisionnement est la fonction qui a le plus affecté les entreprises durant l'année 2020, toutes les entreprises ont souffert d'un manque de quantité parfois de qualité des produits à approvisionner, en matière première et en fourniture. Ainsi, 37% des entreprises ont manqué de matière premières et 22% ont manqué de matière première et fourniture, les plus touchées sont les industries de la filière lait et les boissons, ce taux est estimé en référence à leur capacité de production et les besoins de la demande. Les industries céréalières semblent être plus touchées par le manque de qualité des produits (le cas de la farine de blé et de la semoule) remettant en cause l'image de leurs produits. Par ailleurs, le manque de fourniture est d'ordre de 41% et concerne essentiellement les équipements de production.

En outre, en 2021, les entreprises subissent d'autres contraintes liées à l'approvisionnement, tel que l'augmentation des prix à l'achat, en raison entre autre de la dévaluation de la monnaie nationale.

3.2 L'impact sur les quantités produites

88,2% des entreprises ont baissé leurs production de près de 50% durant l'année 2020, contre 11,8 % qui se trouvaient en situation stable, en outre, cette période est marquée par de fortes fluctuations qui persistent jusqu'à présent, en raison de l'intensité de la pandémie et surtout, des dispositifs instaurés par le gouvernement , comme les couvre feu périodiques et le reconfinement à répétition, ce qui a provoqué de fortes perturbations dans le processus de production et les délais des commandes , cela a aussi provoqué d'une part, des pénuries , comme dans l'industrie de la filière lait et les produits céréaliers. D'autres parts, une production au stock qui ne trouve pas preneur et concerne majoritairement les produits alimentaires divers et ce en raison du confinement des ménages.

Entre autre, à partir de l'année 2021, la production a repris de l'élan, 47,1% des entreprises estiment que la production s'est stabilisée à partir du second trimestre de la même année. 29,4% préconise une augmentation dans les prochains mois, tandis que 23,5% déclarent que leur production continue de baisser, cette situation concerne en particulier les TPI.

4. L'impact sur les ventes

La quasi-totalité des entreprises enquêtées ont subi une baisse de ventes à raison de 89%, en effet, la fermeture des marchés, notamment de la grande distribution ont fait baissé la demande de ces derniers par crainte de subir des pertes en chiffre d'affaire encore plus lourdes. Toutefois, certaines entreprises ont tiré parti de cette période, déclarant avoir fait augmenté le niveau des ventes, et concernent 6% de ces entreprises. En outre, 5% d'entre elles se sont parfois retrouvées en rupture de stocks, nous citons le cas de la filière lait et de l'industrie des produits céréaliers.

En outre, depuis 2021, les entreprises ont déclaré à 62% avoir atteint un niveau de stabilité assez rassurant bien que cette stabilité reste très fragile en raison de la situation sanitaire qui menace une nouvelle fois l'activité de ces dernières. Toutefois, 11% de ces entreprises ont réalisé une augmentation des ventes, Alors que 27% y réalisent de moins en moins de ventes, et 1/3 de ces entreprises déclarent être en danger de fermeture définitive en raison du contexte pandémique encore présent et une concurrence locale très importante.

5. L'impact sur le chiffre d'affaire

L'année 2020 est marquée par une très forte baisse du chiffre d'affaire (94%), Les entreprises les plus fragilisées sont les TPI, certaines d'entre elles affirment continuer leurs activités en puisant dans des ressources financières déjà très affaiblies afin de survivre. En outre, les pertes en chiffre d'affaire sont très variables par type et par secteur d'entreprise, les TPI sont les plus affectées avec une perte estimée entre 50% et 90%, suivi par les PI et les PMI dont les pertes varient de 10% à 65%. Par ailleurs, l'étude a révélé que les secteurs les plus impactés sont ceux issus de l'agriculture et la sylviculture, de la filière lait, de l'huilerie et des produits divers (Biscuiteries, confiseries, chocolateries), la raison est liée à l'arrêt des transports empêchant les commerciaux de ces dernières d'atteindre des clients dispersés géographiquement (Le cas des huileries). Le manque de la matière première (Le cas de la filière lait), Ainsi que l'annulation des commandes des distributeurs hors wilaya de TiziOuzou en raison de la baisse d'activité (comme dans le secteur des produits à consommation non habituelle). Ajouté à cela, la crainte d'être contaminé par la maladie de la Covid-19. Aussi, 81% des entreprises déclarent être accablées par le taux élevé des créances (Le cas des PI et des TPI), dans le taux varie de 10 à 50%,

Par ailleurs, 47% des entreprises enquêtées annoncent une stabilité de leur chiffre d'affaire au cours de l'année 2021 et prévoient une hausse entre 20% et 25% à la fin de l'activité annuelle, tandis que 17,6% affichent une augmentation cumulative pour l'année 2021 sous réserve d'une stabilité socioéconomique, notamment le risque d'un autre confinement. Toutefois, cette stabilité reste très fragile et repose sur des concessions instaurées par ces entreprises, comme la baisse des revenus des salariés et le désinvestissement pour certaines entreprises.

6. Enseignement et proposition des mesures d'urgence

La pandémie coronavirus (COVID-19) est une crise sanitaire entraînant une détérioration économique sans précédent. La crise affecte sensiblement la vie sociale et l'activité des entreprises. Les PMI, les PI et les TPI sont les plus durement touchées par cette crise, pour preuve, la baisse moyenne de leur chiffre d'affaire est de 65%, la difficulté pour ces entreprises est de pouvoir maintenir leurs emplois avec une trésorerie très affaiblie. En effet, le paiement des salariés et des charges fixes est devenu problématique en raison du manque de liquidité, le soutien à ses entreprises est impératif aujourd'hui, sachant que 78,6% déclarent avoir besoin d'un financement et affirment avoir bénéficié d'aucun avantage, tandis que 7,1% des entreprises enquêtées disent avoir reçu un accès à un crédit d'exploitation (le cas de la filière lait).

Afin de faire face aux répercussions économiques de cette pandémie, il est primordial de s'intéresser plus longuement à ces entreprises qui constituent le tissu industriel du pays, afin de maintenir l'emploi et de relancer l'économie à travers, l'implication de toutes les parties prenantes, essentiellement le gouvernement et les banques afin de soutenir la liquidité des entreprises, chose qui est vitale pour le bon fonctionnement de l'économie. Nous proposons de ce fait, quelques solutions d'urgence :

- Fournir un soutien d'urgence pour maintenir la continuité de ces entreprises ;
- Améliorer les mesures d'hygiène à l'intérieur des entreprises avec un système plus sophistiqué afin de maintenir la continuité de l'activité dans les normes ;
- Accorder à ces entreprises un cadre juridique plus performant pour favoriser une activité moins contraignante.

Conclusion

Cette enquête avait pour objectif de révéler l'impact de la Covid-19 sur l'activité économique des entreprises dans leur globalité, à travers une étude qui a permis de mettre en exergue les effets de la crise sur ces principales fonctions, et donner un aperçu comparatif des paramètres déterminants le succès et la survie de l'entreprise à savoir, l'approvisionnement, la production, la commercialisation et la trésorerie.

De ce fait, près de 90% des entreprises disent être très affectées par la crise sanitaire, notamment par le confinement et l'arrêt des transports, et les pertes financières atteignent plus particulièrement la santé économique des entreprises.

De surcroît, cette étude a démontré que les méthodes de gestion appliquées dans ces types d'entreprises principalement les (PME et les petites entreprises) sont très basiques et nécessiteraient une

modernisation et un renouveau à travers la formation des équipes dirigeantes et l'apport des équipements nécessaires pour mieux les adapter à leur environnement, plus particulièrement, dans des situations extrêmes et imprévues.

Bibliographie

- 1- Agroligne. (2017), « Economie Agroalimentaire dans les pays du Maghreb : L'Algérie, un marché à investir », l'essentiel de l'agroalimentaire et l'agriculture, n°103, P 6. In : [http:// www.agroligne.com](http://www.agroligne.com) consulté le 20 juillet 2021.
- 2- AUDROING, Jean-François. (1995), « Les industries agro-alimentaires », édition Economica, Paris, P 10.
- 3- HORRI Khelifa, DAHANE Azzedine et MAATOUG Mhamed. (2015), « Problématique du développement des industries agroalimentaires en Algérie », European Scientific Journal, Vol 11, n°3, Algérie, P 218.
- 4- Importation des produits alimentaires : L'Algérie a importé pour près de 2 milliards de dollars au 1er trimestre 2020.
- 5- Journal officiel de la république algérienne n° 16, mars 2020.

Atelier n°3

Président : Pr. AIT TALEB Abdelhamid

Rapporteur : Dr. MOULAI Kamel

BOUDI Melkhir et ABBAD Malika (UMMTO) : La filière huile d'olive en Algérie : enjeux et perspectives

Résumé

La diversification de l'économie algérienne et la promotion des exportations hors hydrocarbures représentent les objectifs prioritaires pour le gouvernement algérien, et l'oléiculture est considérée comme une culture stratégique qui devrait garantir la sécurité alimentaire de la nation. En effet, l'olivier est l'une des cultures les plus ancienne, et aujourd'hui encore l'une des productions les plus importante. Cette culture joue un rôle fondamental dans l'équilibre socio-économique et territorial. Actuellement, elle est appelée, plus que jamais, à jouer un rôle primordial au niveau national, dans l'autosuffisance en huile végétale fluide alimentaire. Dans ce travail, nous nous proposons d'évaluer la performance de la filière oléicole en Algérie et identifie les goulots d'étranglement qui doivent être surmontés pour parvenir à un développement durable. Des enquêtes ont été menées auprès des oléiculteurs et des oléifacteurs, dans la wilaya de Tizi-Ouzou, de par sa vocation essentiellement oléicole. Les résultats ont montré que dans ces zones montagneuses, l'oléiculture rencontre de plus en plus de problèmes et subit des contraintes (naturelles, techniques et financières) qui pèsent sur son fonctionnement et dont le développement ne pourra donner tous ses effets que s'il est étroitement associé à la modernisation de toute la filière.

Mots clés : huile d'olive, développement, sécurité alimentaire, Algérie

Introduction

La diversification de l'économie algérienne et la promotion des exportations hors hydrocarbures représentent les objectifs prioritaires pour le gouvernement algérien, et l'oléiculture est considérée comme une culture stratégique qui devrait garantir la sécurité alimentaire de la nation. En effet, l'olivier est l'une des cultures les plus ancienne, et aujourd'hui encore l'une des productions les plus importante. Cette culture joue un rôle fondamental dans l'équilibre socio-économique et territorial. Actuellement, elle est appelée, plus que jamais, à jouer un rôle primordial au niveau national, dans l'autosuffisance en huile végétale fluide alimentaire.

Cette filière a connu ces dernières décennies de profondes mutations, pour sa mise à niveau nécessaire à son intégration dans l'économie mondiale. Les réformes structurelles ont porté sur tous les maillons de la filière : exploitations oléicoles, tissu industriel, commercialisation et institutions. Au niveau territorial, on assiste à l'émergence de nouveaux pôles de production dans les zones agropastorales et sahariennes à une zone d'agriculture intensive avec l'apparition de nouveaux acteurs sociaux. (Boudi, 2013).

De nos jours, même si les actions mises en place par l'Etat ont permis de créer des conditions favorables à la croissance et au développement de la filière Huile d'olive, plusieurs faiblesses et menaces persistent encore, et certaines forces et opportunités ne sont pas suffisamment exploitées et les progrès enregistrés demeurent insuffisants par rapport aux attentes des opérateurs du secteur et à l'évolution de l'environnement international, pour remplir son rôle dans le développement de l'économie nationale.

Notre objectif, dans cet article, est d'exposer les principales contraintes qui pèsent actuellement sur l'oléiculture en Algérie, notamment des zones de montagne, des contraintes et des limites qui affectent son processus de production dans sa totalité. Ainsi notre problématique s'articule autour de la question principale suivante : Quelle est la situation de la filière huile d'olive en Algérie ? Et quelles sont les stratégies à concevoir et à mettre en œuvre pour lui permettre d'assurer la sécurité alimentaire des ménages ruraux et de s'impliquer pleinement dans le développement durable de ces zones ?

Pour cerner cette question et comprendre l'état et le rôle de la filière huile d'olive, nous proposons d'analyser les facteurs la filière huile d'olive algérienne, avec une application empirique au cas de la wilaya de Tizi Ouzou, plus précisément sur le territoire de commune Bouzguene. Il s'agit de recenser les contraintes qui entravent le développement de la filière huile d'olive en Algérie et les opportunités qu'elle pourra exploiter pour assurer la sécurité alimentaire et le développement durable de ces zones de montagne. A cette fin, l'application de l'approche filière nous a paru être la plus pertinente pour suivre le cheminement du produit depuis l'exploitation agricole jusqu'au consommateur et pour analyser la nature des relations qui s'établissent entre les acteurs de chaque maillon de la filière (méso-analyse).

1. Le concept de filière : outils d'analyse

L'analyse de filière a connu en tant qu'objet de recherche, un développement important depuis le début des années 70. Elle est couramment utilisée comme grille d'analyse dans les travaux en économie industrielle. Cette démarche s'inscrit à un niveau de méso-économie,

L'approche filière est une méthode d'investigation qui fait appel conjointement ou successivement à l'approche systémique, l'économie industrielle et le management Montigaud (1975).

De plus, la valorisation de produit implique de considérer cette notion sous un angle méso-économique, puisque ne relevant plus d'une simple stratégie individuelle. Enfin, l'angle microéconomique s'intéresse aux déterminants de la compétitivité des acteurs individuels. Ainsi, l'approche indiquée est la méso-analyse qui porte sur « l'analyse structurelle et fonctionnelle des sous-ensembles et leur interdépendance dans un ensemble intégré » (Arena, 1983).

2. La filière oléicole dans la wilaya de Tizi-Ouzou

2.1. Choix de la zone d'étude

Le choix de la zone d'enquête est justifié par la prédominance de sa vocation oléicole et surtout par le développement de l'oléiculture dans cette région. Les deux communes enquêtées, Bouzeguène et Azazga, est la première région qui a demandé la labellisation de son produit au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou. Un dossier de labellisation a été déposé auprès du ministère de tutelle, en décembre 2018, une demande de labellisation pour l'obtention du label d'Indice géographique (IG) de l'huile d'olive sous la dénomination géographique "Achvali n'Ath Ghovri".

Des enquêtes ont été menées auprès d'échantillons de 100 oléiculteurs (exploitation oléicole) et 10 industries de trituration des olives (Huilerie). Les 110 personnes sont choisies d'une manière aléatoire et interrogées individuellement en 2020.

2.2. Situation de l'oléiculture dans la wilaya de Tizi-Ouzou

L'olivier à huile prédomine dans la quasi-totalité de la Wilaya de Tizi-Ouzou. Il constitue la principale espèce fruitière, avec près de 70% de la surface arboricole totale. Il est cultivé sur plus de 34 406 ha, comptant plus de 3,4 millions d'oliviers, (DSA, 2020). Cette dite wilaya reste spécialisée dans la production d'huile d'olive, ses oliveraies se rencontrent généralement sur : des reliefs accidentés, des terres pauvres où la pluviométrie est plus ou moins abondante.

En Kabylie, l'olivier bénéficie d'une considération sociale, historique et identitaire forte. L'huile d'olive, a été considérée de tout temps comme un produit naturel, sain et incontournable. Elle a largement contribué à la sécurité alimentaire des zones de montagnes. Elle était un produit de base dans leur modèle de consommation mais, considérée comme un remède à plusieurs usages « thérapeutique » pour l'homme, mais aussi pour les soins et à la consommation de leur cheptel et même comme lubrifiant des rouages, qui ont tendance à disparaître de nos jours.

Notre principale interrogation porte alors sur la capacité de l'oléiculture à satisfaire les besoins alimentaires accrus compte tenu de conditions naturelles de moins en moins favorables à la production agricole, de la croissance démographique et de l'évolution des niveaux de consommation associée à l'accroissement de l'urbanisation et à la diminution des revenus des ménages.

Concernant le secteur de transformation, à partir de 2000, cette industrie a bénéficié de subvention de l'Etat pour l'acquisition de nouvelles huileries, à un taux de 30% de soutien en fond, à maximum de 4000 000DA. En effet, le secteur de la transformation a fait l'objet d'une véritable mutation caractérisée par la création et la modernisation des huileries et l'abandon progressif des systèmes traditionnels. En effet, le parc de l'industrie oléicole dans la wilaya de Tizi-Ouzou, est un secteur privé, composé de 450

huileries, dont 109 sont moderne parmi lesquelles 46 ont été subventionnée par l'Etat, 57 semis automatiques et 284 traditionnelles (DSA, 2020).

3. Etude de la filière à travers le cas de la Région de Bouzguène

3.1 L'échantillonnage

La présente étude a été fondée sur des données collectées entre 2020 et 2021 auprès d'un échantillon de 100 oléiculteurs et 10 huiliers.

Les exploitations enquêtées se situent à une hauteur moyenne de 300 à 9000 m, se trouvent sur des reliefs très différents, des terres en pente voire des terrains plus ou moins accidentés pour toutes les communes.

3.2. Analyse des résultats

Les résultats principaux de cette recherche indiquent d'abord que certaines caractéristiques sont communes à tous les villages enquêtés, telles que :

- le très faible niveau d'exécution des programmes de soutien économique initiés par l'Etat,
- Une certaine dépendance des revenus extérieur pour 90% des ménages : en absence d'émigration à l'étranger, les ressources complémentaires sont assurées d'une part par les pensions et retraites, et d'autre part par les aides provenant des membres de la famille résidant à l'extérieure des villages.
- L'oléiculture est très largement prédominante et marquant fortement la vie sociale, économique et culturelle de la région. Alors que les autres spéculations agricoles enregistrent un déclin significatif.
- Economiquement, l'oléiculture constitue une source de revenus et un aliment de base appréciable pour la population locale.

3.2.1. Exploitations oléicoles

La quasi-totalité de nos exploitations appartiennent au privé (98%), avec une absence de titre de propriété au nom de l'exploitant. Les chefs des exploitations sont relativement âgés, avec un âge moyen de 59 ans. Ce verger est issu dans sa majorité de greffage d'oléastres. Ce mode de multiplication de l'olivier est effectué depuis plusieurs siècles et se traduit par des plantations irrégulières situées souvent sur des pentes peu accessibles aux engins agricoles ce qui complique davantage la tâche des agriculteurs. Une grande partie (plus de 85%) des exploitations oléicoles ont une superficie inférieure à 5 ha. Les exploitations sont, de plus, morcelées en plusieurs parcelles généralement très dispersées dans l'espace. Plus de 65% des oliveraies sont âgées de plus de 50 ans contre 30% de moins de 50 ans. Seulement 10% ont été récemment plantées (moins de 20 ans), avec la domination de la variété Chemlal. Arbre vigoureux et productif, l'une des plus estimées pour la fabrication de l'huile. La presque totalité des exploitations (92) ne possèdent pas de moyens matériel, le peu qui existe est destiné au transport des récoltes. 88% des vergers oléicoles ne bénéficient pas des opérations culturales indispensables à une meilleure productivité.

La Récolte

La cueillette apparaît ainsi comme l'un des problèmes majeurs qui se posent à la culture oléicole. Cette activité mobilise l'essentiel du temps de travail requis par la spéculation et la moitié de la main d'œuvre totale nécessaire à la culture de l'olivier. Elle constitue un grand facteur de risque tant pour l'exploitant que pour sa main d'œuvre vu le relief accidenté et la taille très grande des arbres.

Deux modes de récolte dominant dans la région : il s'agit de la récolte manuelle et du gaulage.

Ces modes diffèrent selon les zones et les traditions mais, généralement, le gaulage est plus utilisé en terrain accidenté, là où l'utilisation des échelles et du filet est impossible. Les moyens de production sont très rudimentaires. Ils se limitent généralement au filet auquel s'ajoutent plus rarement les échelles. En matière de main d'œuvre, les oléiculteurs font appel à une main d'œuvre familiale. Quand elle se révèle insuffisante, certains ont recours à la forme d'association et d'entre aide appelée TOUIZA. Très peu d'oléiculteurs font appel à une main d'œuvre salariée (10%) mis à part les grandes exploitations.

Concernant le stockage des olives, les procédés et la période de stockage varient d'une exploitation à l'autre. Cette durée variée selon les oléiculteurs, l'accessibilité à l'exploitation, la durée de la campagne oléicole et la disponibilité des huileries. La plupart ses agriculteurs (92%) enquêtés stockent leurs olives dans des sacs et pour toute la période de récolte. Cette pratique provoque inévitablement des lésions aux drupes, surtout si elles sont très mûres ce qui induira des altérations de la qualité. La durée de stockage dépend de la durée de la campagne oléicole, puisque les oléiculteurs attendent de finir la récolte de toutes les olives avant de les transporter vers l'huilerie. D'après les oléiculteurs enquêtés, on assiste ces dernières années à une vraie tendance à la baisse du rendement en olives par hectare.

La commercialisation

La distribution et la commercialisation constituent les maillons faibles de la chaîne de valeur de la filière huile d'olives (Boudi et al, 2016)

Dans notre zone d'étude, la grande partie de l'huile produite est autoconsommée, une moyenne de 70% de la production en huile et le reste est vendu sur le marché national, dans des conditions instables et durant les années de bonnes récoltes, des grandes quantités restent invendus. Sachant que l'olivier constitue une des principales sources et la seule source pour quelques familles. En effet, 100% des agriculteurs déclarent que l'accès au marché est devenu plus difficile ces dernières années suite à la baisse du pouvoir d'achat alimentaire des ménages à faible revenu, dont la précarité est aggravée par le ralentissement de l'activité économique et les pertes d'emploi. (Daoudi, et Bouzid ; 2020).

3.2.2. Transformation (Huileries)

10 huileries ont été enquêtées ; 3 traditionnelles, 3 semi-automatique et 4 chaînes continues.

Les huiliers jouent le rôle de prestataire de ce service, assurant la transformation des olives en huile pour le compte des oléiculteurs. La capacité de trituration annuelle des huileries existantes au niveau de notre échantillon d'étude est indiquée dans le tableau 1.

Tableau n°01 : caractéristiques et fonctionnement des huileries enquêtées

Type d'huile	Capacité théorique q/h	Capacité utilisée q/h	Travail jours/an	Nombre d'ouvriers/jour	MO familiale	MO salariée
Traditionnelle	03	03	20	4	4	0
s- automatique	8	06	60	5	2	3
Automatique	14	06	60	4	1	3

Ainsi, nous remarquons à l'aide de ce tableau que malgré la modernisation des huileries, les capacités de trituration sont mal utilisées, la capacité de trituration moyenne des huileries est supérieure à 8q/h alors que les capacités utilisées ne sont que de 5 q/h équivalant à 61% du potentiel. Les huileries traditionnelles ne fonctionnent que 7 à 8 h/jr et cela juste durant l'équivalent d'un mois environ pour traiter la production familiale et/ou des oléiculteurs voisins. La faible productivité des huileries traditionnelles et leur faible rendement ont fait que presque la moitié d'entre elles (09 huileries soit 45%) ont fermées leurs portes.

Les transformateurs se déplacent en général par tracteur ou camionnette pour récupérer les olives récoltées auprès des exploitants et les acheminer vers leurs huileries où elles seront triturées.

3.3. Place de l'oléiculture dans l'économie rurale

L'huile d'olive joue un rôle important dans les ressources de la famille dans les zones de montagne. Les revenus tirés de cette spéculation ne suffisent pas à répondre à l'ensemble des besoins des ménages. C'est plutôt aux recours des revenus extra agricole qui sont déterminant.

Les contraintes relevées au niveau des différents segments des filières oléicoles ne permettent pas à cette activité d'occuper une bonne place dans l'économie rurale ; et ce malgré l'importance de la surface.

La filière oléicole est caractérisée par sa faible intégration et l'absence d'organisation de ses acteurs. Le manque de visibilité commerciale n'a pas vraiment incité les opérateurs à s'organiser.

A titre individuel, le propriétaire des unités de trituration, n'ignore pas les informations à la normalisation de l'activité, mais le manque d'encadrement, de formation et d'information qui caractérise le personnel opérateur, fait que le niveau de production de ces unités est tout de même très faible. Les industriels signalent l'absence de toute structure efficace de transfert de technologie et d'encadrement, de formation et d'information. La seule personne que connaissent les oléiculteurs est l'ACV qui vient du temps à autre pour le suivi des bénéficiaires du PNDAR.

4. SWOT

Forces

- patrimoine culturel local ancien performant et adapté, composé de plusieurs variétés dont la « Chemlal » est la plus connue ;
- Préférence du consommateur algérien au produit local de par son goût et sa couleur et nouvelle prise de conscience à l'égard du produit national et d'un savoir-faire traditionnel capable de produire spécifique ; Cette spécificité peut agir comme protection *non tarifaire* forte (préférence aux produits locaux avec un goût spécifique) mais aussi un moyen d'accès aux marchés les mieux différenciés et valorisés.
- Potentialité considérable du soutien de l'Etat pour le développement du secteur oléicole ;
- Emergence d'unités modernes offrant des conditions sanitaires et techniques de transformation en mesure de sauvegarder la qualité du produit ;

Faiblesses

- Un patrimoine subissant de plus en plus une partition des exploitations pour cause d'héritage ;

- Prédominance des techniques culturelles anciennes ;
- Raréfaction de la main d'œuvre rendant difficile l'entretien des plantations générant une forte fluctuation de la production. Le cumul des périodes de sécheresse complique la situation ;
- Mauvaises conditions d'entretien, de récolte et de transformation des olives, réduisent le niveau de la qualité du produit dont la faible production des exploitations réduit leurs niveaux de rémunération ;
- Très faible organisation de la filière par rapport à la profession et les services d'assistance et d'encadrement des programmes de développement ;
- Absence de marché normalisé du fait de la prédominance du marché informel ;

Opportunités

- Volonté à la mobilisation en faveur du développement de la filière ;
- Un marché local et mondial des produits oléicoles en pleine croissance ;
- Possibilité de dégager des produits spécifiques et ascension de la qualité immatérielle ;
- Développement de la grande distribution en faveur des huiles d'une qualité standardisée ;
- Possibilité de relancer l'industrie de traitement et de recyclage des résidus.
- La possibilité d'une dynamique des exportations du produit « bio »

Menaces

- Effondrement des prix et des marges sur le marché local avec l'entrée en production des nouvelles zones ;
- Entrée sur le marché national de produits étrangers avec l'arrivée de nouveaux producteurs ;
- Difficultés d'écoulement des nouvelles productions du fait de l'évolution très lente des habitudes de consommation ;
- Aggravation des difficultés financières des opérateurs accentués par l'endettement vis-à-vis du système bancaire pouvant contraindre fortement le fonctionnement déjà fragilisé de la filière ;
- Retombées de la pollution de l'environnement.

Conclusion et perspectives

Cette recherche avait pour objectif de recenser les contraintes qui entravent le développement de la filière huile d'olive en Algérie et les opportunités qu'elle pourra exploiter pour assurer la sécurité alimentaire et le développement durable de ces zones de montagne.

Au niveau de notre zone d'étude (la wilaya de Tizi-Ouzou), même si l'oléiculture est une activité secondaire et si les exploitations sont de petite taille, elle continue à assurer des revenus secondaires aux producteurs et aux transformateurs, et à créer des emplois direct et indirect garantissant donc un minimum de revenu à une population majoritairement rurale. Néanmoins, cette culture rencontre de plus en plus de problèmes et subit des contraintes qui ne lui permettent pas de satisfaire les 5 composantes de la sécurité alimentaire. En dehors des contraintes naturelles (la sécheresse, terres pauvres, relief accidenté, etc), l'oléiculture en Kabylie souffre d'abord des idées véhiculées selon lesquelles l'oléiculture renvoie à des structures non modernes, improductives, peu compétitives, inadaptée au marché. La production de l'huile d'olive est otage de pratiques de fabrication archaïques, dans la qualité est loin des normes internationales et qui ne peut être sans danger en matière de santé.

Mais en dépit de ces insuffisances et contraintes naturelles et économiques, cette filière dispose de potentialités et d'atouts susceptibles de leur assurer un développement futur. La valorisation du produit exige l'implication des collectifs de tous les acteurs de filière. La coordination entre les acteurs leur permet de surmonter leur vulnérabilité.

Références bibliographiques :

- 1) **Bensemmane A ; 2009.** développons le secteur de l'huile d'olive en Algérie. Revue El Filaha ; 2009., N°:4, Avril-Mai 2009, Alger .
<http://www.filaha-dz.com/Filahainove/revue4.pdf>.
- 2) **Bessaoud O, Pellissier J.-P., Rolland J.-P., Khechimi W., (2019).** Rapport de synthèse sur l'agriculture en Algérie. [Rapport de recherche] CIHEAM-IAMM. 2019, pp.82.
- 3) **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
- 4) **Boudi, M ; Chehat F ; Cheriet F. 2013.** Compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie. Cahier CREAD n°105-106.

ZAIDI Hachemi, MERADI Ouari et BOUZNIT Mohammed (Bejaia) : Le développement de la filière oléicole à Bejaia : entre réalités et ambitions

Introduction

En sa qualité de vecteur de développement et de valorisation des zones rurales, la filière oléicole en Algérie est l'un des secteurs phares en faveur du développement et de la diversification de l'économie nationale. Cette filière a connu de profondes mutations visant sa mise à niveau et son développement (Boudi et al, 2013), elle dispose d'atouts considérables aptes à faire d'elle un pilier du développement rural et de valorisation des territoires de marge (Amrouni et al, 2017).

La wilaya de Bejaia est caractérisée par une vocation agricole assez marquée, cela se manifeste par l'importance grandissante des plantations en arbres fruitiers, d'oliviers et de figuiers. Se distinguant par une production d'huile d'olive importante au niveau national, Bejaia est une wilaya oléicole par excellence, l'oléiculture occupe plus de 60 000 hectares représentant plus de 70% de la superficie arboricole totale de la wilaya (Maghni, 2019). Elle est considérée comme la principale zone de production oléicole en Algérie, elle occupe la première place avec une production qui avoisine 25% de la production nationale (Boudi et al, 2013). Son caractère montagnoux et son climat méditerranéen ont fait de Bejaia une région pilote en termes de production oléicole.

La filière oléicole à Bejaia souffre de multiples contraintes qui entravent son développement, sa modernisation et son ascension. Dans une approche positive avec une focalisation large, notre problématique s'est matérialisée par la question principale suivante : comment expliquer le fossé qui sépare la dotation de la vocation concernant le développement prospectif de la filière oléicole au sein de la wilaya de Bejaia ?

Approche méthodologique

Notre travail de recherche dans sa première partie a eu comme objectif de cerner le cadre conceptuel des notions de base en relation avec notre thématique de recherche, à savoir la notion de filière et de développement rural. Dans un deuxième volet, cette contribution scientifique et à travers une enquête de terrain auprès des intervenants dans la filière, a décortiqué les causes qui empêchent le développement de cette filière bien que Bejaia est fortement dotée en atouts multiples susceptibles de faire d'elle une région pionnière dans la matière.

L'activité oléicole à Bejaia demeure une activité traditionnelle, malgré tout le soutien de l'État à travers les multiples programmes d'aides et d'accompagnements. L'autoconsommation, l'emploi saisonnier, l'absence d'un marché structuré d'huile d'olive, le manque de structures organisatrices et d'organes d'encadrement sont autant de facteurs qui entravent le développement de la filière oléicole à Bejaia. Malgré toutes ces contraintes, la filière oléicole à Bejaia peut jouer un rôle déterminant dans la valorisation des ressources territoriales locales et le développement soutenu des zones rurales. L'analyse des données et le traitement des questionnaires nous ont permis de constater que le développement futur de la filière oléicole à Bejaia ne peut se concrétiser sans une intervention ciblée et renforcée des organes étatiques et une organisation coopérative et mutualiste des intervenants dans la filière.

I. Le marché oléicole mondial

Le verger oléicole mondial est implanté sur les alentours de la Méditerranée. Les principaux producteurs sont les pays du sud de l'Europe notamment l'Espagne, Italie, Grèce, Turquie, et les pays de l'Afrique du nord (Tunisie, Maroc et Algérie) ainsi que les pays du sud-est méditerranéen (Syrie, Liban et la Jordanie) (Lachibi, 2020).

I.1 Évolution de la production mondiale de l'huile d'olive

Selon les statistiques du Conseil Oléicole International (COI), la production de l'huile d'olive dans le monde n'est pas stable, elle est fluctuante sans cesse, car elle est tributaire des aléas climatiques et des fluctuations des rendements selon les régions. Au cours des trois dernières décennies, les rendements de l'huile d'olive ont pratiquement doublé, ils ont été de 1,45 Mt durant la campagne 1990/91 passant à 2,56 Mt durant la campagne 2000/01 puis arrivent à dépasser les 3,2 Mt en 2020, soit une évolution de 76,55% par rapport à la campagne 2000/01 et 120,7 % par rapport à la campagne 2019/20.

Pendant les cinq dernières campagnes (2015/2016 – 2019/2020) la production mondiale de l'huile d'olive est restée presque stable, elle est égale à 3,11 Mt en moyenne. L'Union européenne est le groupe de pays qui produisent près de 70% de la production mondiale, l'Espagne, l'Italie et la Grèce produisent à eux seuls 95% de la production de l'UE, soit 1,98 Mt. Cela s'explique par les bonnes conditions de travail et aux superficies importantes dont disposent ces trois pays.

I.2 La consommation de l'huile d'olive dans le monde

Pendant les 30 dernières années la consommation mondiale de l'huile d'olive a suivi une progression croissante, elle est passée de 1,6 Mt durant la campagne 1990/91 pour atteindre 2,5 Mt pendant la campagne 2000/2001 et 3,18 Mt durant la campagne 2019/2020 (soit une augmentation de 36% par rapport à la campagne 2000/01, 47% par rapport à la campagne 2010/2011 et 50 % par rapport à la campagne 2019/20) (COI 2021). D'une manière générale, les quantités produites sont les mêmes consommées chaque année.

La communauté européenne est le premier consommateur mondial, sa consommation moyenne est de l'ordre de 1,6 million de tonnes (soit 51,3% du total de la consommation mondiale). Par pays, l'Italie est le premier pays consommateur, sa part représente 17% de la consommation mondiale et 33% de la consommation européenne, suivi par l'Espagne avec une consommation comprise entre 443 000 et 528 000 tonnes, soit 16,3% de la consommation mondiale et 31% de la consommation européenne. Quant à la Grèce, elle occupe la troisième place européenne avec une consommation de 122 000 tonnes par an. Les autres pays européens comme la France, le Portugal et l'Allemagne sont aussi des consommateurs de l'huile d'olive, mais avec des taux plus au moins faibles, ils ne dépassent pas les 4% de la consommation mondiale.

À l'extérieur de l'UE, la Turquie est le pays le plus consommateur, sa consommation moyenne est de l'ordre de 156 100 tonnes (5,3 % du total mondial).

Au niveau de l'Afrique du Nord, c'est le Maroc qui consomme plus, sa consommation atteint 4,4% de la consommation mondiale avec 130 000 tonnes par an, suivi par l'Algérie avec une consommation en nette évolution de près de 90 000 tonnes par an, tandis que la Tunisie est le pays le moins consommateur malgré qu'il occupe la 4^e place comme producteur mondial, la majorité de sa production est destinée à l'exportation contrairement aux Maroc et l'Algérie qui consomment presque toute la quantité produite localement.

À l'extérieur de la zone de production, les États-Unis d'Amérique sont classés comme le 3^e consommateur mondial, leur consommation moyenne est égale à 336 300 tonnes par an, soit 11,2% de la consommation mondiale. Le Brésil et l'Australie sont considérés comme des pays à consommation moyenne, celle-ci est égale respectivement à 75 000 et 47 000 tonnes par an.

II. Structure de la filière oléicole en Algérie

En Algérie, la culture de l'olivier est très ancienne, elle s'inscrit dans une tradition séculaire. Elle est une activité vitale pour les populations qui ont disposent (Bouyoucef-Barr Dj et al. 2014). Des historiens comme Plybe et AL Idrissi ont fait la description de la culture de l'olivier et de l'huile d'olive qui faisaient objet d'échanges importants entre Alger et Rome (Hadjout et al. 2013). La filière oléicole algérienne se distingue par la composition de deux types de systèmes de production (Le dualisme) : moderne et traditionnel, avec une prédominance de ce dernier (Lachibi, 2018).

II.1 Le verger oléicole en Algérie

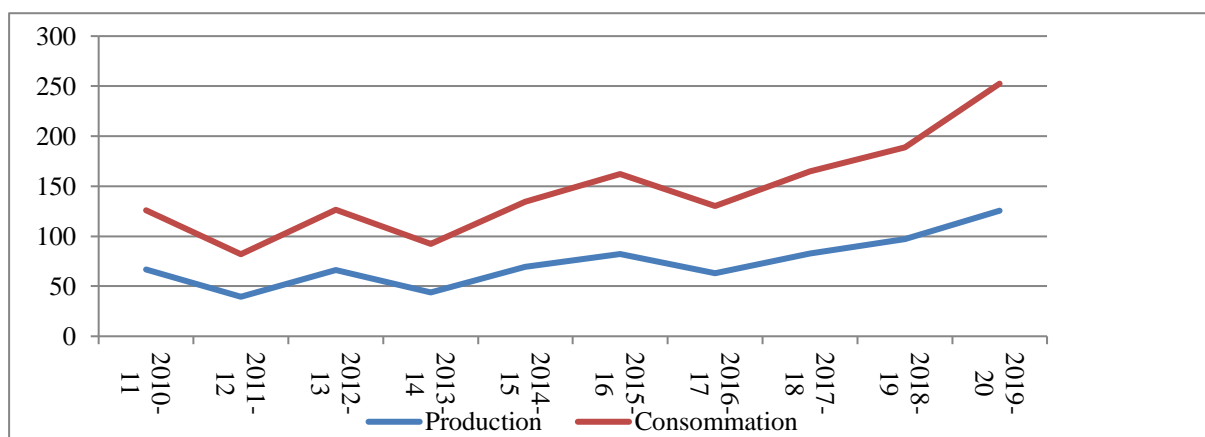
Le verger oléicole en Algérie s'étend sur 431 634 Ha avec 60 632 901 oliviers (MADR 2021). Durant ces 20 dernières années les surfaces cultivées en oliviers ont connu une grande croissance, passant de 168 080 ha en 2000 à 294 200 ha en 2010 et à 431 634 ha en 2019. Soit une augmentation de 75% par rapport à 2010 et de 156,8% par rapport à 2000 (MADR, 2021). Cette dernière a entraîné l'augmentation des rendements en huile d'olive, notamment avec la création des nouvelles zones productrices au sud et aux régions septiques du pays. Cependant, le nombre d'oliviers a connu également une grande évolution, il été de 16 702 610 arbres en 2000, il passe à 36 335 782 arbres en 2010 pour atteindre les 60 632 901arbres en 2019. Soit une hausse égale à 117,5% par rapport à 2010 et 263 %par rapport à 2019.

II.2 La production et la consommation de l'huile d'olive en Algérie

La figure suivante résume l'évolution de la production et la consommation nationales de l'huile d'olive pour la décennie 2010- 2019.

La production de l'huile d'olive en Algérie a pris une trajectoire croissante à partir de la campagne 2016-17 jusqu'à la dernière campagne où elle enregistre les niveaux de production les plus importants (125 500 tonnes en 2019).

Figure n° 01 : Evolution de la production et la consommation nationale de l'huile d'olive pendant les dix dernières campagnes (2010/11 à 2019/20). Unité : 1000 tonnes



Source : Réalisé par nos soins à partir des données du COI, 2021.

Par contre les campagnes 2010-11 jusqu'à 2015-16 sont caractérisées par des productions fluctuantes d'une campagne à l'autre. Durant cette période d'étude, l'Algérie arrive à produire en moyenne quelque 73 600 tonnes contre une production moyenne avoisinant les 33 550 tonnes durant la décennie précédente, soit une augmentation de 119,3% (COI, 2021).

D'une manière générale, l'observation de la courbe n°01 nous permet de constater que la consommation de l'huile d'olive en Algérie évolue en parallèle avec sa production, dont les quantités consommées parfois dépassent celles produites. La consommation nationale évolue dans le même sens de la production, elle enregistre ainsi deux tendances dont l'une est fluctuante et la seconde est croissante.

III. Développement de la filière oléicole à Bejaia

L'agriculture occupe une part importante dans l'économie de la wilaya avec une superficie agricole utile de 130 306 ha (DSA, 2019). Les principales productions sont : l'arboriculture fruitière avec l'olivier et le figuier et les cultures maraîchères, tandis que l'élevage bovin et ovin reste relativement faible.

III.1 La production d'olives et de l'huile d'olive à Bejaia

L'oléiculture occupe une surface de plus 58 000 ha qui représente 70% de la surface arboricole totale (DSA, 2021), Bejaia est considérée comme la principale zone de production oléicole en Algérie. En plus de son caractère productif, la filière oléicole de Bejaia bénéficie d'une considération sociale et identitaire forte (Boudi et al. 2013).

La wilaya de Bejaia est considérée première région en termes de production au niveau national, sa part de production avoisine les 25% chaque année. Elle est destinée à la production de l'huile, tandis que la part de l'olive de conserve est très faible, elle ne représente que 0,1% de la récolte totale.

Bejaia enregistre le nombre le plus élevé d'oliviers au niveau national, suivie par la wilaya de Tizi-ouzou avec 4 415 263 arbres puis par la wilaya de Bouira avec 3 788 481 arbres et la quatrième place est occupée par la wilaya de Djelfa avec 3 220 300 arbres (MADR, 2021).

IV. Principaux résultats de l'enquête

A travers les résultats de notre enquête, nous pouvons distinguer les caractéristiques des exploitations oléicoles concernées par l'enquête et celles-ci sont au nombre de 83 s'étalant sur 807 hectares.

IV.1 Les obstacles qui entravent le développement de la filière oléicole à Bejaia

D'après les résultats de notre enquête, les obstacles empêchant le développement de la filière oléicole au niveau de la wilaya de Bejaia sont les suivants :

- Le relief très accidenté ne permet aucune opération de mécanisation. Les pentes sont importantes et rendent l'activité difficile et complexe,
- L'âge des oliveraies est très avancé où 80% des arbres sont des arbres centenaires d'où les rendements faibles et fortement instables,
- Le morcèlement des vergers oléicoles est très présent dans la région de Kabylie, et en particulier à Bejaia,
- Plusieurs parcelles sont en situation d'indivision. Ces dernières sont soit mal exploitées ou bien carrément délaissées,
- Mauvais entretien des oliviers. Les propriétaires des vergers oléicoles ne se manifestent que pendant la période de récolte et l'olivier devient un simple arbre forestier,
- Des anciennes pratiques culturelles et peu d'utilisation de nouvelles techniques et de la mécanisation (à l'exception de la Sarl Huilerie Ouzelaguene),

IV.2 Axes de développement et perspectives d'avenir de la filière oléicole à Bejaia

Le développement durable et efficient de la filière oléicole au niveau de la wilaya de Bejaia ne peut se concrétiser qu'à travers un certain nombre de transformations et l'introduction de nouvelles méthodes et pratiques culturelles plus agressives et plus novatrices. Ce développement peut s'organiser autour des éléments suivants :

- Organisation de la filière sous forme de coopératives afin d'augmenter le niveau de collaboration et de concertation des acteurs,
- Structuration d'un marché national de l'huile d'olive encadré par une réglementation de protection de la qualité,
- Construction de laboratoires spécialisés dans l'analyse et la labellisation de l'huile d'olive,
- Formation et encadrement des oléiculteurs et oléifacteurs pour un changement des pratiques culturelles anciennes,
- Imposer le respect des normes internationales comme : l'emballage, le matériel de récolte, le temps d'attente pour la trituration, etc.
- Augmenter le montant des subventions étatiques en faveur de cette filière,

Conclusion

La wilaya de Bejaia dispose de potentialités considérables dans la culture de l'olivier, particulièrement pour des fins de production de l'huile d'olive. La production des exploitations oléicoles est caractérisée par des rendements instables et irréguliers d'une campagne à une autre. Afin de bien identifier les principaux facteurs qui entravent le bon déroulement de la filière oléicole au sein de la wilaya de Bejaia, nous avons réalisé une enquête de terrain auprès des oléiculteurs de la région. Notre recherche est basée sur un échantillon représentatif d'exploitations et choisie d'une manière représentative et équilibrée.

L'analyse des résultats de l'enquête et des entretiens effectués avec les responsables du secteur oléicole de la wilaya de Bejaia, nous ont permis de remarquer l'existence de multiples défaillances qui empêchent le processus de valorisation de la filière oléicole au niveau de la wilaya. Ces constats reviennent au mauvais entretien des oliveraies, au manque du professionnalisme, à l'absence d'un marché national structuré de l'huile d'olive, au manque de collaboration des opérateurs intervenants dans la filière, à l'inefficacité des mécanismes et programmes étatiques visant la valorisation de cette filière et de ses multiples ramifications.

Afin de permettre à l'activité oléicole au sein de la wilaya de Bejaia de se développer sur des bases solides, des mesures radicales et urgentes sont indispensables à entreprendre. Dans ce sillage, il est sine qua non d'améliorer les conditions culturelles, la méthode de récolte, les conditions de stockage, la commercialisation, la transformation et le conditionnement de l'huile d'olive pour la rendre conforme aux standards internationaux.

Références bibliographiques

- Amrouni Sai Haoua, B. A. (2017). Compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie; quelle performance technico-économique? *Colloque SFER- compétitivité, Agriculture et Alimentation*.
- Boudi, M., Chehat, F., & Cheriet, F. (2013). Compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie : cas de la wilaya de Béjaïa. *Les cahiers du CREAD*, 89-112.
- Bouyoucef-baar Dj., Moussouni A (2014). Enjeux de la filière oléicole en Algérie et axes de développement dans le nouveau contexte mondial. [Revue des réformes économique et intégration dans l'économie mondiale](#). Volume 9, Numéro 18, Pages 262-283.
- Hadjou L., Lamani O., Cheriet F. (2013). Labellisation des huiles d'olive algériennes : contraintes et opportunités du processus? *New Medit, CIHEAM-IAMB*, pp 35-46.

CHOUKACHE Kahina et AKNINE Rosa (UMMTO) : L'oléiculture de la wilaya de Tizi-Ouzou comme alternative de développement local, expérience de la coopérative d'Ath Ghovri

Résumé

Face à la mondialisation, l'existence et l'émergence des territoires est conditionné par l'activation de leurs ressources territoriales dites spécifiques, la valorisation de ses dernières est une émanation des acteurs territoriaux qui se coordonnent et se concertent afin de les identifier et de les construire, à cet

effet, ils choisissent des stratégies qui permettent l'activation et la valorisation de la ressource pour devenir un actif spécifique de développement des territoires. L'huile d'olive d'ath ghovri est considérée comme une ressource spécifique de la région à laquelle les acteurs territoriaux ont donné plus d'attention, dans l'objectif de son activation, ces acteurs ont créé une coopérative dénommée Ath Ghovri afin de la valoriser en adoptant la stratégie de labellisation ; dans cette perspective, nous nous intéresserons au processus de coordination qui a mené à la concertation entre les acteurs locaux pour la valorisation et l'activation de la ressource huile d'olive de Tizi-Ouzou, faisant de ce produit une ressource territoriale spécifique qui peut aboutir au développement local de la wilaya de Tizi-Ouzou. L'expérience de la coopérative d'ath ghovri, peut-elle être à l'origine de l'activation et la valorisation de la ressource huile d'olive et de la filière à laquelle elle appartient ?

Mots clés : l'oléiculture, l'ancrage territorial, ressources territoriales, développement territorial,

Introduction

L'oléiculture de la wilaya de Tizi-Ouzou présente un potentiel économique important pour ce territoire, on peut la considérer comme une ressource territoriale de par son processus de production, depuis la cueillette jusqu'à sa commercialisation. La spécificité réside dans les rapports de la population au produit (apprécié et vénéré), le processus qui mène vers sa production (respect des traditions) et les savoir-faire utilisés pour arriver au produit final. En effet, l'olivier et ses produits ont accompagné la vie des montagnards de Kabylie depuis des siècles, il est inscrit dans l'histoire et la culture de ces populations. Ces dernières années, on constate qu'un intérêt particulier est porté aux produits de terroir en général et à l'huile d'olive en particulier, on lui confère des vertus de santé. La valorisation de la ressource huile d'olive comme produit spécifique lié à l'histoire et à la culture de la Kabylie commence à prendre forme à travers des actions menées par les acteurs des territoires, dans ce sillage une concertation et coordination entre ces derniers apparaît dans l'organisation qui a donné naissance à une coopérative dénommée « *achevaili nath ghovri* » qui a comme objectif la labellisation du produit.

Notre article s'intéressera au processus de construction d'une ressource territoriale "l'huile d'olive de Kabylie", nous nous intéresserons au processus de coordination qui a mené à la concertation entre les acteurs locaux pour la valorisation et l'activation de la ressource huile d'olive de Kabylie, faisant de ce produit une ressource territorial spécifique qui peut aboutir au développement local de la wilaya de Tizi-Ouzou. L'expérience de la coopérative d'ath ghovri, peut-elle être à l'origine de l'activation et la valorisation de la ressource huile d'olive et de la filière à laquelle elle appartient ?

Pour répondre à notre problématique, nous avons adopté une démarche empirique basée sur une récolte d'informations auprès de la direction des services agricoles de la wilaya de Tizi-Ouzou, la chambre agricole de la wilaya et la coopérative d'Ath Ghovri.

I. Cadre conceptuel : les ressources territoriales et le développement local

1. Le concept territoire

Le Berre dans l'Encyclopédie Géographique (1992, p.2) in (Moreira, 2014) propose une première définition du territoire, selon lui il s'agit de « *tout groupe social (au sens le plus large qui soit, y compris un groupe économique ou politique) qui a pour objectif général d'assurer sa reproduction et la satisfaction de ses besoins vitaux, pour cela il est habité, exploré et géré, dans l'intérêt du groupe* ». Dans cette perspective, le territoire est conçue comme un espace dans lequel des groupes sociaux s'approprient une surface terrestre pour l'habiter pour leurs reproduction et satisfaction de leurs besoins vitaux, cet espace est géré et exploité pour l'intérêt de toute la société.

B.Pecqueur (2005), distingue deux types de territoire : « *le territoire donné* » et « *territoire construit* ». (PECQUEUR b. , 2005, p. 299) ; Le territoire donné fait référence à la portion d'espace constituée qui est l'objet de l'observation, il est un territoire préexistant en s'intéressant à l'analyse de ce qui s'y déroule , qualifié d'un territoire a priori, il s'agit d'un territoire institutionnel, quant au territoire construit, il s'agit d'un territoire construit par les acteurs, c'est un territoire a posteriori non postulé, c'est un territoire qu'on retrouve pas partout, cela pourra amener vers une présence d'espaces dominés par les lois exogènes de la localisation et qui ne sont pas des territoires. Ces deux conceptions du territoire sont souvent confondues et l'on ne peut pas exclure l'une au profit de l'autre. Ce qui implique que le territoire est à la fois le contenant et l'issue d'un processus d'élaboration d'un contenu. (PECQUEUR b. , 2005). Ainsi B.Pecqueur stipule que « *le territoire ne peut cependant pas être ramené à l'expression d'une étendue neutre sur laquelle se déroulent les fonctions économiques, il n'est pas qu'un lieu plus au moins bien pourvu en dotations initiales de facteurs, ..., Le territoire est un résultat. On ne peut l'appréhender qu'à la condition qu'il soit tangible, statistiquement observable dans toute une variété de formes. Mais cette entité identifiable et non fractionnable reste changeante, provisoire et inachevée.* » (PECQUEUR B. , 1996, p. 16)

2. Le concept ressources territoriales

La notion de ressource présente plusieurs dimensions liées au contexte de son utilisation. Les géographes la voit comme un bien physique donné par la nature qui peut être exploité par l'homme pour satisfaire ses besoins (BERBAR, 2018, p. 21), à cet effet, Vergnolle MAINAR (2006, 3.) in (HADJOU, 2009, p. 11), stipule qu'elles sont « *considérées comme source de richesses et sont alors abordées sous l'angle de leur exploitation et des activités qu'elles permettent* ». Les grands économistes définissent la ressource comme un concept de la valeur qui a pour but la recherche de la richesse (la terre pour les physiocrates, les métaux précieux pour les mercantilistes, le travail pour les classique et les marxistes, la combinaison de trois facteurs de production : capital, travail, matière première pour les néoclassique). (BERBAR, 2018, p. 21). De son côté HADJOU Lamara (2009) ajoute qu'en plus du travail, capital et matière première, le territoire peut être présenté par des ressources cognitives : « *En sciences économiques et sociales, les ressources sont celles qui ont un prix sur le marché et leur importance est étroitement corrélée à leur valeur. Selon les différents courants de pensée, on retient le travail, le capital et les matières premières comme les ressources principales du territoire, ajoutons a cela les ressources cognitives* ». (HADJOU, 2009, p. 11).

3. La relation entre l'activation des ressources territoriales et le développement territorial

L'activation de la ressource est un processus de construction territorialisée au cours duquel la ressource acquiert progressivement des qualités nouvelles (JANIN & PERRON, 2007-2011). La révélation, la valorisation et la spécification de la ressource par les coordinations des acteurs conditionne l'émergence des territoires. La ressource suit un cycle de vie en deux étapes : la genèse ou l'identification et la valorisation qui peut prendre plusieurs formes (labellisation, patrimonialisation,...), (HADJOU, 2009, p. 14), il s'agit dans un premier temps d'identifier la ressource par les acteurs dans un territoire puis la valoriser et cela se fait par la coordination, concertation entre eux pour définir une stratégie de valorisation qui peut être valorisation d'un savoir-faire, d'un patrimoine, d'une ressource matérielle.... Cette coordination se situe dans le temps et dans l'espace (PECQUEUR & TERNAUX, 2008, p. 266).

II. Cadre empirique : L'expérience de la coopérative d'Ath Ghovri pour la construction et l'activation de la ressource « l'huile d'olive »

L'huile d'olive de la Kabylie présente une ressource territoriale avec des caractéristiques distinctes qui sont liées au territoire, à l'histoire, culture, tradition... de ce territoire, elle a été toujours le symbole de fierté, d'appartenance, de bénédiction pour les populations rurales, à ce titre, une initiative de concertation et de coordination venant d'une région dénommée ATH Ghovri, a permis la création d'une coopérative pour la valorisation et l'activation de cette ressource.

1. Présentation de la région d'Ath Ghovri

Ath ghovri est une région de la wilaya de Tizi-Ouzou, il présente deux daïrates à savoir Azazga (209.97 km²) et Bouzeguene (360.27 km²) qui se situe à l'est de la wilaya de Tizi-Ouzou.

2. Superficie de L'aire géographique d'Ath Ghovri

L'aire géographique d'Ath Ghovri a été défini, il est composé de deux daïrates : azazga et bouzeguene, cette aire compte 09 communes avec une superficie oléicole qui passe de 3294 ha en 2018 vers 3332,6 ha en 2021 (DSA, 2021), et une production moyenne annuelle qui passe de 1502 270 litres (2018) à une production de 354 660 litres en 2021, avec un parc huileries de 41 unités.

La superficie de ATH Ghovri présente 8% (3294 ha) de la superficie total de verger oléicole de la wilaya de Tizi-Ouzou (38650 ha), ainsi la part de production oléicole d'Ath Ghovri est de 1 502 130 litres (2018) de la production de la wilaya de Tizi-Ouzou qui est de 13 110 000 litres, la production est importante par rapport à la superficie de verger oléicole de Ath Ghovri.

3. L'huile d'olive d'Acbali n'Ath Ghovri comme ressource territoriale spécifique

Le territoire d'Ath Ghovri présente des caractéristiques spécifiques pour l'huile d'olive d'ath ghovri, cela est due à l'altitude, le climat, l'éloignement de la mer et de la zone saharienne, il présente un micro climat favorable à la culture de l'huile d'olive ainsi les maquis méditerranéen confère à l'huile des arômes, saveurs, et un goût spécial et unique, ajoutant à cela des oliveraies qui sont enracinés sur un sol propre non pollué qui évolue naturellement et procure un développement harmonieux d'une culture irriguée uniquement à partir des eaux de pluies et les neiges, ce climat subhumide à hiver doux permet une croissance lente, continue et sûre.

4. Le rôle des acteurs territoriaux dans la construction et l'activation de la ressource territoriale « huile d'olive d'ath ghovri »

La construction et l'activation de la ressource huile d'olive d'ath ghovri est un projet mené par les acteurs territoriaux à leur tête la DSAT, la coopérative d'ath ghovri qui est le résultat d'une concertation et coordination entre les différents acteurs de la ressource de la région d'Ath ghovri, à ce titre, la région

constituée d'un ensemble de villages œuvre dans une dynamique de valorisation de la ressource huile d'olive. L'initiative vient d'une coordination entre le mouvement associatif des villages de cette région et de la direction de l'agriculture de la wilaya de Tizi Ouzou (DSAT). Il s'agit de créer une coopérative de producteur de l'huile d'olive de la région des *Ath Ghovri* sous la dénomination « Achvaili n'Ath Ghovri », Créé le 20/11/2018 Conformément à l'article n°04 portant sur l'organisation du système national de labellisation du chapitre 02 du décret exécutif n°13-260-du 28 chabane 1434, correspondant au 07 juillet 2013 fixant le système de qualité de produits agricoles ou d'origine agricole, la coopérative est dirigée par un bureau composé de 5 membres. Elle comprend 64 adhérent dont 42 oléiculteurs et 12 oléifacteurs.

5. Retombés de l'activation de la ressource huile d'olive d'ath ghovri sur le développement territorial

L'activation de la ressource territoriale huile d'olive d'Ath Ghovri par la stratégie de labellisation permet de Préserver et de développer le patrimoine oléicole de la région, d'améliorer la qualité de l'huile d'olive et les techniques de production, de commercialiser le produit au marché local et international, de participer aux foires locales et internationales, la réalisation des campagnes publicitaires pour promouvoir les exportations, le maintien de la population local en milieu rural par la création d'emploi par des petites entreprises de collecte, de taille, de conditionnement et de compostage, l'échange d'information avec les pays producteurs de l'huile d'olive dans le but de promouvoir l'exportation, de contribuer à relier les différentes étapes de la filière et promouvoir la mise en place de contrats de production

Conclusion

Dans cet article nous avons essayé de comprendre le processus de construction et d'activation d'une ressource territoriale, et sa relation avec le développement territorial, dans notre cas l'oléiculture de Tizi-Ouzou en particulier l'huile d'olive d'Ath Ghovri comme ressource territoriale à activer, cela nous a permis d'un côté de comprendre le processus de construction et d'activation d'une ressource territoriale, d'un autre côté de constater la relation entre l'activation de la ressource territoriale et la construction des territoires et de leurs développement. Concernant notre cas pratique l'expérience de la coopérative d'Ath Ghovri pour la construction et l'activation de la ressource « l'huile d'olive », nous avons pu constater que la culture de l'olivier est une activité très enracinée et importante dans la wilaya de Tizi-Ouzou et plus particulièrement à la région de Ath Ghovri, la production oléicole présente un potentiel important pour l'économie local qui est fluctuante à cause du phénomène de l'alternance mais qui reste toujours importante.

Bibliographie

- BERBAR, M. (2018). Formes et stratégies de valorisation territoriale des savoir-faire locaux artisanaux dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Une approche par les ressources. *thèse de doctorat en Entrepreneuriat et Développement Local, université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.*
- BOUTILLIER, S. (2015, Aout). Les grandes étapes de la pensée économique du territoire. *Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation, Université du Littoral Côte d'Opale, cahiers du lab.RII* , p. 30.
- COURLET, C. (2008). *L'économie territoriale*. Grenoble: presses universitaires de grenoble.
- DUJARDIN, S. (2008). Tourisme et la valorisation des ressources territoriales en milieu rural Analyse de l'offre touristique de la commune de Durbuy. *Bulletin de la Société géographique de Liège*, 50, pp. 27-35.

SLAIMI Fayrouz (Université Annaba): Conditions et modalités de mise en œuvre du système d'analyse des dangers et des points critiques pour leur maîtrise HACCP, Etude de cas de la Laiterie Edough-Annaba

Introduction

L'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) a mis en place un ensemble de directives qui peuvent être intégrés dans des textes de loi selon le degré d'adoption par les pays.

Cet ensemble de directives est consignées dans le Codex Alimentarius et ceci à travers les textes du document CAC/RCP 1-1969 intitulé « Principes généraux d'hygiène alimentaire », qui a fait l'objet de plusieurs mises à jour, dont la plus récente celle de 2020.

Ces principes mis à disposition par la FAO visent à protéger la santé publique face aux dangers présents dans les denrées alimentaires et à promouvoir le commerce international.

La première partie de ce code d'usages définit, pour les entreprises du secteur agro-alimentaire, les Bonnes Pratiques d'Hygiène (BPH) et les Bonnes Pratiques de Fabrication (BPF), également connues

sous le concept de programmes pré-requis ou programmes préalables, tandis que la deuxième partie des textes du Codex est consacrée à la méthode HACCP, le système d'analyse des dangers et des points critiques pour leur maîtrise, en abrégé système HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*).

A juste titre, le récent arrêté ministériel du 1^{er} Décembre 2020, s'inspire de la seconde partie des textes du Codex Alimentarius CAC/RCP, en fixant les conditions et les modalités de mise en œuvre du système d'analyse des dangers et des points critiques pour leur maîtrise (HACCP).

Cet arrêté dicte aux entreprises du secteur agro-alimentaire les procédures permanentes fondées sur les principes du système HACCP, en vue de garantir la salubrité et la sécurité des denrées alimentaires.

En définitive, des propos précédents, on peut dégager la problématique générale suivante : « Quelles sont les conditions et modalités de mise en œuvre du système HACCP dans les entreprises Algériennes ? ».

L'étude de cas a nécessité le recours à la méthode de l'analyse descriptive qui retrace la description des modalités de mises en œuvre du système HACCP au sein du processus de production de la Laiterie Edough-Annaba.

Mots clés : HACCP, Sécurité alimentaire, Codex Alimentarius.

Première partie : Evolution et Définitions du Codex Alimentarius et du système HACCP

Cette première partie sera consacrée aux définitions de bases ainsi qu'à l'évolution du Codex Alimentarius et du système HACCP.

I- Codex Alimentarius:

Afin de mieux cerner les objectifs du Codex Alimentarius, on commencera par aborder son évolution ainsi que sa définition.

1- Historique du Codex Alimentarius

La commission du Codex Alimentarius a été créée en 1962, par accord de deux organismes de parrainage la FAO (Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture) qui a été créée en octobre 1945 et qui avait comme but de lutter contre la faim et la pauvreté en développant l'agriculture, en améliorant la qualité nutritionnelle des aliments et en renforçant le système de la sécurité alimentaire. Le deuxième organisme de parrainage est l'OMS (Organisation Mondiale de la Santé), fondé en Avril 1948 et dont le but était d'élever le niveau de santé des populations à un haut niveau. Ces deux institutions FAO/OMS ont créé la commission du Codex dont le but était de progresser par un apport de connaissance (biologique et chimique) et de fixer de nouvelles techniques concernant les produits alimentaires. (TERFAYA, 2004, p. 96)

2- Définition du Codex Alimentarius

La création du Codex Alimentarius a eu pour effet capital de sensibiliser la communauté mondiale aux risques liés à l'alimentation, à l'importance de la qualité des aliments, et à la nécessité de normes alimentaires. (SEDDIKI, 2008, p. 168)

La FAO le définit comme suit: « Le Codex Alimentarius (qui en latin, signifie Droit ou Code Alimentaire) est constitué d'un ensemble de normes alimentaires internationalement adoptées et présentées de manière uniforme, ainsi que des dispositions à caractère consultatif, sous forme de codes d'usages, de directives et d'autres mesures recommandées, visant à faciliter la réalisation des buts du Codex Alimentarius ». (SEDDIKI, 2008, p. 167)

1- Historique du système HACCP

Le système HACCP a été initialement développé dans les années 1960, par la Société Pillsbury, l'armée Américaine et la NASA, qui ont collaboré à la mise au point d'un système de production d'aliment salubres pour le programme spatial Apollo. Le but de la NASA était de créer un système permettant l'élimination total des défauts pour la garantie de ses astronautes. (ALLATA, 2010, p. 19)

C'est en 1971 au cours d'une conférence sur la protection des aliments, que la société Pillsbury présentent le système HACCP et ses principes, depuis, cette démarche fut formalisée par le Codex Alimentarius et recommandée comme le meilleur outil pour la maîtrise de la sécurité alimentaire. (TERFAYA, 2004, p. 130)

2- Définition du système HACCP

HACCP est l'abréviation anglaise de «**Hazard Analysis Critical Control Points**», c'est-à-dire «**Analyse des risques et maîtrise des points critiques**», il s'agit d'une méthode servant à identifier, à évaluer et à contrôler les dangers qui menacent la salubrité des produits alimentaires reposant sur des bases scientifiques et cohérentes.

Le système HACCP est une méthode critique, créative et évolutive c'est également une démarche préventive spécifique qui doit permettre d'assurer la qualité des denrées alimentaires dans le contexte d'une démarche qualité globale. Le système HACCP se base sur un contrôle rigoureux depuis l'arrivée de la matière première jusqu'à l'expédition du produit fini. (IZITI, 2020, pp. 35-36)

Deuxième partie : Description du système HACCP, principes de bases et étapes pour sa mise en œuvre.

I- Description du système HACCP

Le document présenté par l'OMS et la FAO sous forme de normes internationales (Codex Alimentarius) dans sa version la plus récente de 2020, énonce les principes généraux qui devraient être compris et respectés par les exploitants du secteur alimentaire au long de la chaîne alimentaire, et constitue une base pour les autorités compétentes chargées de superviser la sécurité sanitaire et la salubrité des aliments. En gardant à l'esprit l'étape de la chaîne alimentaire, la nature du produit, les contaminants pertinents et l'éventuelle compromission par les contaminants en question de la sécurité sanitaire et/ou de la salubrité des aliments, ces principes aideront les entreprises du secteur alimentaire à élaborer leurs propres pratiques en matière d'hygiène alimentaire ainsi que les mesures de maîtrise de la sécurité sanitaire des aliments requises tout en respectant les exigences fixées par les autorités compétentes. (Codex Alimentarius, 2020, p. 2)

II- Principes de bases du système HACCP

Le système (HACCP) est fondé sur les sept (7) principes suivants :

Principe 1 : l'analyse des dangers ;

Principe 2 : La détermination des points critiques pour leur maîtrise (CCP) ;

Principe 3 : La fixation du ou des seuil(s) critiques(s) ;

Principe 4 : La mise en place d'un système de surveillance

Permettant de maîtriser les CCP ;

Principe 5 : La détermination des mesures correctives à prendre lorsque la surveillance révèle qu'un CCP donné n'est pas maîtrisé ;

Principe 6 : l'application des procédures de vérification afin de confirmer que le système (HACCP) fonctionne efficacement ;

Principe 7 : La constitution d'un dossier dans lequel figurent toutes les procédures et tous les relevés concernant ces principes ainsi que leur mise en application. (Journal Officiel de la République Algérienne, 2020, p. 16)

Troisième partie : Etude de cas de la Laiterie Edough-Annaba

Cette dernière partie sera consacrée à l'étude de cas de la Laiterie Edough-Annaba et la mise en pratique du système HACCP au sein de son processus de production.

I- Présentation de la Laiterie Edough-Annaba :

La Laiterie d'Edough d'Annaba (LEA) est l'une de ces usines productrices et distributeurs de lait et ses dérivés qui appartiennent au groupe GIPLAIT créé en 1997 avec un capital de 859 600 000 Dinars Algériens. Elle se situe dans la commune d'El Bouni² sur une surface de 06 Hectares. La production journalière de la laiterie est de 160 000 litres et compte 271 employés. (Kobsi, 2016, pp. 3-4)

II- Mise en pratique du système HACCP au sein la Laiterie Edough-Annaba :

L'arrêté Interministériel du 15 Rabie Ethani 1442 correspondant au 1er décembre 2020, a pour objet de fixer les conditions et les modalités de mise en œuvre du système d'analyse des dangers et des points critiques pour leur maîtrise (HACCP), ainsi que les établissements concernés. A compter de cette date la mise en œuvre du système HACCP au sein des établissements de

production des denrées alimentaires devient obligatoire. Toutes fois, le système HACCP était appliqué au sein de la Laiterie Edough-Annaba de manière volontaire depuis l'année 2014. La laiterie Edough Annaba procède à 3 niveaux de contrôles lors de la fabrication de lait, contrôle qualité des inputs, contrôle qualité du processus de production et le contrôle qualité des outputs.

Pour ce faire, l'équipe HACCP doit définir les CCP qui sont une opération pour laquelle, en cas de perte de maîtrise, aucune opération ultérieure au cours de la production ne viendra compenser l'écart qui s'est produit et qui entraînera un risque inacceptable pour la santé du consommateur. (Journal Officiel de la République Algérienne, 2020, p. 17)

Conclusion

Le but de cette communication était de déterminer les conditions et modalités de mise en œuvre du système HACCP au sein de la laiterie Edough Annaba. L'étude a conclu aux résultats suivants :

- Mise en évidence des étapes d'application du système HACCP au niveau du processus de production de la Laiterie Edough-Annaba.
- Evaluation et efficacité de l'application des mesures d'hygiène au niveau du processus de production.
- Déterminer les points critiques, détecter et apporter les actions correctives au sein du procédé de fabrication de la Laiterie Edough-Annaba.
- Maîtrise de l'hygiène au sein de la Laiterie et suppression de toute contamination microbiologique et suivi du produit tout au long des phases de fabrication.

SI MANSOUR Farida, OUAMAR Sabrya et SI SALAH Karima (UMMTO): La valorisation des produits agricoles comme levier de compétitivité internationale de l'industrie agroalimentaire algérienne

L'agroalimentaire est l'un des secteurs clés de l'économie mondiale issu d'une des acceptions de l'agro-industrie qui est un concept englobant les secteurs de transformation de matières premières d'origine agricole, au sens large. Il fait référence, de manière spécifique, à la transformation de matières premières agricoles périssables en denrées stockables et utilisables.

Il est surtout stratégique du fait des enjeux qu'il renferme en matière de sécurité alimentaire, de survie de l'espèce humaine et de revenus générés. Apparue au cours de la révolution industrielle, l'industrie agroalimentaire évolue au gré des innovations par le recours à des techniques, des procédés, des produits et des ingrédients approuvés qui la mettent au centre du système alimentaire mondial. Elle se caractérise, surtout, par une complexité croissante du fait qu'elle renferme des dimensions biotechniques, sociales, politiques, économiques, culturelles et environnementales.

La Crise de la Covid 19, les transitions écologique et environnementale, les nouvelles attentes des consommateurs, la révolution numérique, l'intensification de la concurrence internationale,..., sont autant de facteurs qui complexifient le contexte actuel mondial et l'environnement auquel sont soumises les entreprises du secteur en les mettant au défi de répondre aux impératifs de qualité et de sécurité alimentaire autant du point de vue de l'accès à l'alimentation que de celui de la santé et de la sûreté sanitaires.

Les entreprises agroalimentaires algériennes ne sont pas exemptes de la nécessité d'adaptation à ce contexte de plus en plus contraignant. Selon l'ONS, elles employaient l'équivalent de 1,6 million de personnes, soit 16% de la population active, et contribuait au taux de 47,68% à la production brute et 38,4% à la valeur ajoutée, en 2018. Elles représentaient également 28% du chiffre d'affaires des industries algériennes hors hydrocarbures réalisé au cours de la même année.

Mais malgré un semblant de dynamisme, elles peinent à se positionner à l'international en raison d'un climat des affaires qui défavorise l'exportation et la vulgarisation du produit national. Ce dernier est également inséré dans des activités qui continuent à fonctionner selon des principes sans commune mesure avec ceux pratiqués à l'international.

Les démarches de reconnaissance des produits agricoles, matières premières dont dépend l'industrie agroalimentaire, pourraient permettre de répondre à la double problématique du développement du secteur, de sa compétitivité hors-prix et de son acception à l'international. L'enjeu est de taille car il ne s'agit pas exclusivement de s'insérer dans les chaînes de valeur mondiales du secteur agroalimentaire

mais de proposer au consommateur national et international des produits avec une spécificité locale mais dont la qualité serait mondialement reconnue et acceptée. Cette orientation permettra ainsi de relier le système alimentaire aux ressources agricoles d'un côté et de valoriser, de l'autre, les ressources agricoles spécifiques au territoire algérien.

L'objet de cette communication est de mettre l'accent sur l'importance de la mise en œuvre d'un management de la qualité à même de valoriser les produits agricoles nationaux, à l'origine des produits agroalimentaires, d'un côté mais aussi de leur permettre une meilleure visibilité et accès aux marchés étrangers. La conquête des marchés internationaux par les entreprises algériennes doit passer nécessairement par une montée en gamme de la qualité des produits mais qui doit se faire dans un cadre standardisé et conventionnel. Ainsi, au-delà des qualités organoleptiques, nutritionnelles et hygiéniques des produits, l'intérêt d'une telle démarche focalisée sur l'importance de la qualité du produit perçue par le consommateur (différenciation verticale) et de la confiance qu'il a en ce dernier.

Dans un premier temps, nous nous proposons d'examiner les acrotères de la valorisation des produits agricoles et leur impact sur l'industrie agroalimentaire et sur sa compétitivité. Nous discuterons ainsi des arguments en faveur ou en défaveur d'une telle démarche en nous appuyant sur des expériences internationales. Nous concluons en défendant le point de vue d'une multidimensionnalité de la valorisation des produits agricoles insérés dans l'agroalimentaire pour asseoir une spécificité territoriale locale d'un côté et de l'autre favoriser l'intégration du produit agroalimentaire algérien dans les chaînes de valeur mondiales.

Mots clés : Valorisation des produits agricoles, Industrie agroalimentaire, compétitivité, internationalisation, chaînes de valeur mondiales.

Atelier n°4

Président : Pr. ABRIKA Belaid

Rapporteur : Dr. AMIAR-DOUADI Lila

MEZIANE KACI Z., BOUMEDIENE N., KACI A. et MEGATLI S. (Université de Blida 1) : Quel avenir pour les entreprises algériennes de boissons ? Etude empirique de l'entreprise d'Aqua Sim (Mouzaia) (Wilaya de Blida).

Résumé

La filière des boissons est l'une des plus importantes du secteur agroalimentaire en Algérie. Elle se distingue par la présence d'entreprises « major » et par l'organisation de la profession. Cette filière présente des particularités aussi bien au niveau stratégique qu'au niveau opérationnel.

Dans ce contexte, l'objectif de ce travail est d'analyser la stratégie adoptée en matière d'environnement interne et externe d'une entreprise dans le secteur de boisson en Algérie, sa compétitivité et la pertinence de son positionnement.

Notre intérêt s'est orienté vers une étude de cas de l'AQUA SIM de la wilaya de Blida. Après une introduction, une attention particulière est accordée, en premier temps au contexte national et international de la filière des boissons, tout en déterminant les principaux acteurs. Dans un deuxième temps, et en guise de méthodologie de notre étude, nous nous intéressons à l'analyse fonctionnelle de l'entreprise Aqua Sim dans un cadre d'amélioration qualitative et quantitative de sa compétitivité face à une concurrence de plus en plus rude.

Les producteurs de boissons vivent des temps difficiles à l'heure où la pandémie de coronavirus sévit dans le pays et que les mesures de confinement des populations réduisent fortement les niveaux de productivité et de production. Par ailleurs, dans une analyse stratégique de ce secteur en Algérie, nous terminerons par des perspectives qui pourront réguler la qualité choisie par l'organisation et la nature de la valeur créée dans son environnement pour un développement meilleur.

Mots-clés : Boissons ; filière ; performance ; concurrence ; entreprise ; Aqua Sim.

I. Introduction

Le secteur des industries agroalimentaires en Algérie détient une place importante dans le tissu industriel national par sa participation à l'amélioration de la balance commerciale et à la création d'emplois. Il est parmi les plus dynamiques au cours de ces deux dernières décennies réalisant un chiffre d'affaires de plus de 50 à 55 % du total des industries hors hydrocarbures (**Boussaoud et al., 2019**).

Ces performances sont la résultante de plusieurs facteurs comme la croissance démographique, la hausse de la demande en aliments transformés, des capacités de production améliorées, des revenus par habitants plus élevés et surtout l'exigence croissante de qualité nutritionnelle.

Aujourd'hui, sur le marché des boissons, la libéralisation de l'économie a permis l'émergence d'une concurrence atroce. Cette nouvelle situation a rendu d'une part le consommateur de plus en plus

exigeant notamment en termes de qualité et d'autre part les entreprises sont confrontées à des impératifs tels qu'être globalement compétitives et être capables de valoriser et de mobiliser l'ensemble de leurs ressources et compétences en fonction des activités et des marchés.

La consommation progresse fortement ces dernières années. En moyenne, 110 litres de boissons sont consommées par an. Les boissons gazeuses viennent en tête avec près de 54 litres par personne et par an, suivies de l'eau avec 36 litres et des jus avec 15 litres (APAB¹, 2019).

Ainsi, pour réussir, ces entreprises doivent être capables de créer et conserver une clientèle, en trouvant des actions qui leur permettent d'augmenter leur efficacité et leur efficacité, en particulier dans un contexte fortement concurrentiel. Pour accaparer de manière rentable et durable une part de marché importante, ces entreprises doivent parvenir à réduire leurs coûts de production et de mieux commercialiser par rapport à leurs concurrents.

Chaque entreprise doit être personnalisée notamment par la qualité de ses produits et ses services. C'est ainsi que des changements importants survenus au niveau économique poussent les entreprises à prendre en compte leur environnement avant de prendre leurs décisions.

Dans un environnement complexe et à rythme de transformation très rapide avec lequel évoluent les entreprises de la filière des boissons, nous avons choisi d'analyser, dans une perspective d'avenir, l'environnement interne et externe d'une entreprise dynamique du secteur de boissons en Algérie qui est Aqua Sim (Mouzaia) (Wilaya de Blida).

Pour ce faire, nous avons jugé utile de dresser d'abord un aperçu sur la situation de la filière boissons en Algérie.

I- La filière boissons en Algérie : un tissu productif en place mais en profonde mutation :

En Algérie, la filière boisson non alcoolisée possède de vieilles traditions qui la singularisent par rapport à ceux des pays maghrébins voisins. Évalués durant la deuxième moitié du 20^{ème} siècle, les premiers limonadiers algériens, faisaient déjà preuve de savoir-faire pour l'époque, le secteur n'a jamais connu de rupture ou de crise susceptible d'altérer cet héritage, jusqu'à nos jours. Au contraire, depuis cette période, il connaît une évolution, qui fait de lui, un secteur des plus dynamiques en Afrique du nord (Allane, 2005). Ce phénomène s'expliquerait par :

- le nombre important d'opérateurs – environ 1700 selon le CNRC (2021) – et par la volonté annoncée des grandes marques d'imposer de nouvelles règles du jeu unissant qualité, innovation, compétitivité, rentabilité et respect des normes et de qualité ;
- une large part, par le développement rapide de l'investissement étranger et des opérations de partenariat entre de grands groupes et des fabricants nationaux.

L'addition de ces deux éléments fait apparaître aujourd'hui une industrie aux enjeux considérables. Néanmoins, le secteur souffre encore d'anomalies, dont la prolifération d'intervenants peu qualifiés, sinon étrangers à l'éthique de la profession, qui reste décourageant par les professionnels et promoteur d'une concurrence déloyale qu'il faut absolument éradiquer par une plus grande transparence et une meilleure régulation du marché, (Hamrouche et al. 2009).

Les boissons non alcoolisées occupent, en Algérie, une place stratégique dans les traditions alimentaires et dans l'économie nationale. Cette caractéristique est perçue d'une manière claire à travers toutes les phases de la filière.

L'analyse dynamique de la filière dans sa globalité a fait ressortir l'existence d'un marché important, avec une croissance moyenne forte pour tous les produits vu les capacités de production disponibles.

La filière boisson est une filière oligopolistique où 30 entreprises nationales privées, détiennent 90% du marché algérien (APAB¹, 2020), dont quelques leaders (Castel, Fruitall, ABC Pepsi, Hamoud Boualem, IFRI,...) qui assurent l'essentiel de la production.

Selon les données du Centre National de Registre de Commerce, (CNRC, 2021), il existerait 1767 entreprises de boissons non alcoolisées avec une production de 54 millions d'hectolitres. L'ONS (2020) répertie 600 producteurs seulement alors que selon l'APAB, 400 producteurs seulement respectent toutes les normes de production et d'hygiène.

Il y aurait près de 50 producteurs d'eau en Algérie (40% d'eau minérale et 60% d'eau de source). Depuis dix ans, le marché des eaux en bouteille connaît une croissance à deux chiffres. Le marché des eaux est dominé par les grandes marques comme Nestlé, Lalla Khedidja (Cevital), Saïda (groupe Yaïci), Batna (groupe Attia), Benharoun et Mouzaïa (groupe SIM),

Les boissons gazeuses représentent 81% du marché des boissons aux fruits contre 15% pour les boissons lactées aux fruits, 4% pour les nectars et seulement 1% pour les jus pur fruit.

Le marché algérien est envahi par une multitude de marques, d'où un nouveau cadre de la filière des boissons non alcoolisées est apparu avec une dominance du secteur privé et la concurrence de certaines marques étrangères.

Néanmoins, depuis la pandémie de Covid 19, la filière boisson a été largement touchée, 1400 entreprises ont été fermées (APAB², 2021). Causée par les lieux de consommation fermés (aéroport, restaurant, salon de thé..) et les fêtes se trouvant bloquées, la consommation de boisson régressé.

II. Méthodologie adoptée

Dans le cadre de la présente étude, nous avons adopté l'approche par diagnostic. L'analyse externe a pour objectif de dégager des avantages concurrentiels.

L'analyse interne est destinée à déterminer les contraintes et les atouts de l'entreprise pour en déduire les stratégies lui permettant d'obtenir un avantage compétitif.

Notre démarche empirique d'analyse fonctionnelle de l'entreprise Aqua Sim (Mouzaia) (Wilaya de Blida), dans la filière des boissons en Algérie, s'appuie sur trois types de recueils de données : celles relatives à la filière elle-même auprès des institutions et organismes de l'Etat et celles relatives à l'entreprise à travers des entretiens qualitatifs réalisés auprès de ses cadres dirigeants.

L'enquête a été réalisée durant le mois d'Avril 2021.

III. Etude empirique : Analyse fonctionnelle de l'entreprise Aqua Sim

3.1. Présentation de l'entreprise

L'entreprise Aqua Sim est une SPA (Une société par actions). C'est une filiale du GROUPE SIM le leader du marché algérien. Elle est Fondée en 2005. Elle est située à la route de Htatba, entre Mouzaia et Blida.

L'entreprise dispose d'un effectif compris en 50 et 100 salariés. Son chiffre d'affaires avoisine les 2 milliards de de DA. Pour servir ses clients, elle utilise son propre transport. Ce qui la place dans une position confortable par rapport à ses concurrents.

Les activités principales de cette société sont :

- **Sirops :**
- Sodas, colas et boissons rafraîchissantes sans alcool (BRSA).
- Boissons gazeuses amères au citron, à l'orange ou à la limette.
- Limonades.
- **Eaux :**
- Eaux minérales naturelles.
- Eaux minérales aromatisées

3.2. Environnement incertain

Durant cette période caractérisée par la présence du COVID 19, l'entreprise connaît des perturbations qui ont des répercussions négatives sur les principaux fournisseurs et clients.

D'après les réponses des responsables, la politique de subvention mise en place par le gouvernement pour aider l'entreprise et ses employés n'a pas été efficace. Comme elle n'a pas fait connaissance des mesures gouvernementales prises pas des pays étrangers qui pourraient impacter ses approvisionnements ou ses exportations.

Au niveau de ses approvisionnements, l'entreprise a connu des moments de rupture de stocks due aux restrictions gouvernementales de plus en plus sévères. Cette situation est expliquée par sa dépendance des fournisseurs étrangers pour la plupart des intrants et matières premières indispensables à l'activité. Les matières premières utilisées par la société sont principalement les eaux minérales (forage), le gaz (CO₂), les extraits, le sucre (4600kg stockés) et l'emballage sont achetés localement.

3.3. Ressources internes en mesure d'y faire face ?

Dans le cadre de sa gestion interne, la direction de l'entreprise a mis en place des mesures garantissant la sécurité de son personnel. Elle a adopté un modèle de gestion des ressources humaines basé sur l'écoute et le dialogue avec l'ensemble des équipes.

La masse salariale a connu une progression supérieure à l'évolution des effectifs. Cela provient de la politique de la société visant à valoriser ses ressources humaines à travers l'amélioration des salaires et du niveau de vie de ses employés.

IV- Quelles perspectives pour le secteur des boissons ?

A la lumière de ce qui précède, nous observons que les entreprises de la filière des boissons souffrent de nombreuses contraintes. La pandémie provoquée par le virus COVID 19 a compliqué encore davantage la situation.

De ce fait, le soutien de l'état se manifeste par la prise des mesures d'accompagnement afin de permettre de mener à bien les objectifs de ces entreprises. Ces mesures auront pour objectif d'améliorer la compétitivité de ces entreprises pour leur permettre de reconquérir le marché intérieur et de se développer à l'international en vue de profiter des possibilités offertes par les accords internationaux et par l'ouverture des marchés. Elles contribueront à la mise en place d'une stratégie nationale de la qualité, de la normalisation, et de la certification.

V. Conclusion

Pour faire face à un environnement concurrentiel et développer sa compétitivité, l'entreprise **Aqua Sim (MOUZAIYA)**, faisant partie de la filière des boissons, a choisi de mettre en avant la qualité de ses produits et de ses services, malgré des contraintes diverses.

Cette démarche, dont l'objet est la satisfaction du client, se traduit non seulement par la recherche de l'amélioration des produits et des services, mais également par l'amélioration de l'organisation du travail avec notamment la formalisation des pratiques de travail en procédures. Il s'agit là d'un des points essentiels de la démarche qualité.

Nous avons mené cette enquête auprès de cette entreprise représentative produisant trois catégories de boissons non alcoolisées : boissons gazeuses, Eaux minérales et jus de fruits. Les entretiens effectués avec leurs responsables nous ont permis de comprendre le fonctionnement de son activité.

Par ailleurs, les résultats de notre analyse nous autorise à dire que, dans un contexte marqué par l'ouverture des marchés et l'arrivée d'entreprises multinationales au niveau de la filière des boissons, la stratégie basée sur différenciation du produit doit répondre directement aux exigences des consommateurs et reste le moyen idéal pour ces entreprises de gagner des parts de marché aussi bien national qu'étranger.

Références bibliographiques

- 1. Bessaoud, O., Pellissier, J. P., Rolland, J. P., & Khechimi, W. (2019).** *Rapport de synthèse sur l'agriculture en Algérie.* Projet d'appui à l'initiative ENPARD Mediterranee. Rapport de recherche CIHEAM-IAMM).
- 2. Recham, H., & de GS1 Algeria, D. G. (2015).** Le marché des industries alimentaires en Algérie. *Revue agroligne*, (97).
- 3. Allane S., (2005).** Dossier : des bulles et des enjeux .3ème anniversaire du CFCIA.Partenaire, 56,12-20
- 4. CNRC., 2021.** Statistiques disponibles au niveau du Centre National de Registre de Commerce.
- 5. Hamrouche Y., Fellahi K., et Yallaoui A.,(2009).** Mission stratégie. Analyse stratégique du secteur des boissons en Algérie. Ecole Supérieur Algérienne des Affaires. Master Gestion des affaires. Alger.

SEGUENI Fadhila et LARBES Melha (UMMTO): L'entrepreneuriat féminin dans l'industrie agroalimentaire : défis et contraintes. Cas de la fromagerie « Maâchera »

Introduction

L'industrie agroalimentaire est l'ensemble des activités industrielles qui transforment des matières premières issues de l'agriculture, de l'élevage ou de la pêche en produits alimentaires destinés essentiellement à la consommation humaine. Son rôle n'est pas seulement de fournir la nourriture à la population, mais il a un impact économique sur presque tous les secteurs industriels. Ce qui en fait un levier puissant pour le développement économique de nombreux pays.

Depuis le début de la vie humaine, la femme a toujours participé à la création de produits alimentaires issus de l'agriculture à domicile. Actuellement avec l'émergence de l'entrepreneuriat, la femme s'est imposé en tant qu'entrepreneur dans le secteur industriel en particulier l'industrie agroalimentaire. Malgré les efforts fournis par la femme entrepreneur dans la création et le développement de l'entreprise agroalimentaire, elle se retrouve aujourd'hui devant des freins et des obstacles qui l'empêchent de s'améliorer dans ce domaine.

L'objectif de cette communication est de montrer le rôle de la femme entrepreneur dans l'industrie agroalimentaire ainsi de montrer les contraintes et les défis confrontés par cette dernière dans le développement de son activité en s'appuyant sur le cas de la fromagerie « Maâchera ».

I-Cadre théorique de la recherche

1. L'entrepreneuriat féminin

Avant d'entamer la notion de l'entrepreneuriat féminin, nous jugeons primordial d'expliquer d'abord le concept de l'entrepreneuriat en général.

1.1 La notion de l'entrepreneuriat

La notion de l'entrepreneuriat renvoie au champ de la recherche qui repose sur trois niveaux d'étude à savoir l'entrepreneur, l'action et le contexte entrepreneurial²³, ces niveaux sont observés et analysés par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues et des spécialistes en sciences de gestion.²⁴

1.2 L'entrepreneur (l'acteur)

L'entrepreneur constitue le centre de recherche des chercheurs en entrepreneuriat à travers l'étude de ses caractéristiques personnelles, psychologiques et démographiques. Ces recherches ont pu montrer l'origine de la décision d'entreprendre chez l'entrepreneur et les points qui le différencient des autres personnes.

2. La féminisation de l'entrepreneuriat

3. Selon Lavoie, la femme entrepreneur est définie comme la femme, qui seule ou avec un ou des partenaires a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion²⁵. Quant à Belcourt, Burke et Lee Gosselin, ils définissent l'entrepreneure comme la femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et la gestion de sa propre entreprise.

2.1 Les caractéristiques de la femme entrepreneure²⁶.

Au niveau des caractéristiques individuelles, des études indiquent que les femmes entrepreneures sont en moyenne plus jeunes que leurs homologues masculins et sont souvent mariées avec des enfants à charge (Elles auraient des diplômes plus élevés que les hommes mais manqueraient de compétences managériales de formation de base pour diriger une entreprise et de connaissances des conditions du marché.

Les entreprises des femmes sont plus petites que celles dirigées par des hommes, tant en termes d'indicateurs financiers que du nombre de salariés. Leurs taux de croissance se révéleraient aussi assez faibles, ce qui serait à mettre en lien avec leurs secteurs d'activités. En effet, les entreprises des femmes sont plus présentes dans le secteur des services et de la vente au détail. Les choix en termes de secteur et de taille sont liés à des préférences personnelles, à l'expérience antérieure, à des contraintes financières, mais aussi à une construction de leur projet autour d'une vision traditionnelle des compétences, connaissances et rôles sociaux féminins.

2.2 Les facteurs qui poussent les femmes à créer leur propre entreprise

Une femme est incitée à construire sa propre entreprise pour plusieurs raisons qui peuvent être d'ordre personnel ou dues aux circonstances extérieures, positives ou négatives. On appelle facteurs négatifs ceux qui «poussent» les femmes à envisager la carrière d'entrepreneur et facteurs positifs ceux qui les attirent. Les facteurs de poussée comprennent le besoin d'argent, l'absence de structures de prise en charge d'enfants en bas âge, des conditions de travail inacceptables, des horaires trop rigides, une trop grande différence de salaires entre hommes et femmes dans certains pays, une ségrégation dans l'attribution des postes, etc. Les facteurs positifs qui attirent les femmes vers la carrière d'entrepreneurs sont les possibilités du marché, l'intérêt dans un secteur particulier de l'économie, des objectifs sociaux, le besoin d'avoir des horaires souples, un plus gros salaire et une indépendance financière, la croissance personnelle et une satisfaction accrue dans son travail²⁷.

II. Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur agroalimentaire

Comme dans tous les secteurs, l'entrepreneuriat féminin dans le secteur agroalimentaire confronte des difficultés et des obstacles qui diffèrent d'un pays à un autre en fonction des conditions économiques, sociales, culturelles et politiques, dans lesquelles opèrent les entrepreneures.

²³ Danjou Isabelle, l'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité, revue française de gestion, n°138, 2002, PP 108-123.

²⁴ Fayolle A. (2002). Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : Quelques idées et pistes de recherche », CERAG n° 2002-32, 6e Congrès International francophone sur la PME, octobre 2002, HEC Montréal, www.hec.ca/chaire.entrepreneuriat

²⁵ Louis ST-cyr et sergine hountondj : Entrepreneuriat féminin et dynamisme », rapport, Québec, 2003, page 3.

²⁶ Christina Constantinidis, Manal El Abboubi, Noura Salman and Annie Cornet, L'entrepreneuriat féminin dans une société en transitions : analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc, Revue internationale P.M.E., V.30, n° 3-4, 2017, pp 37-68. /www.erudit.org/en/journals/ipme/2017-v30-n3-4-ipme03334/1042660ar.pdf, consulté en juin 2021.

²⁷ STARCHER Diane Chamberlin, Femmes entrepreneurs : catalyseurs de transformation. In www.bahai-library.com/pdf/s/starcher_femmes_entrepreneurs.pdf, consulté 17 juillet, 2021.

1. Le financement

L'un des principaux freins à l'entrepreneuriat des femmes dans le secteur agroalimentaire concerne l'accès aux financements. En effet, les entreprises créées par des femmes tendent à attirer moins de capitaux que celles créées par des hommes²⁸. et cela peut être expliqué par le fait qu'elles peuvent être moins souvent prises au sérieux par leurs interlocuteurs

2. Les obstacles d'ordre psychologique

La recherche tend à montrer que les femmes auraient moins confiance en elles, alors que les hommes auraient tendance à avoir trop confiance en eux. Ce facteur psychologique n'est pas à négliger en ce qui concerne la femme. En plus, les femmes éprouvent des difficultés à concilier leurs rôles familiaux et les contraintes de temps qu'implique l'exercice de l'activité économique.

3. Les obstacles socioculturels

Au plan socioculturel, des préjugés défavorables à l'égard des femmes influencent négativement sur leurs activités. Cet aspect culturel expliquerait aussi la restriction concernant le choix du secteur d'activité des femmes. L'éducation de la jeune fille est encore dans quelque région une empreinte de préjugés. Cet état de choses réduit considérablement les chances des filles et des femmes de suivre une formation professionnelle.

III. Cas de la fromagerie Maâchera

3.1 . Présentation de fromagerie Maâchera

La fromagerie Maâchera est une micro entreprise qui active dans le secteur agroalimentaire, elle a été créée en 2010 par Mme Ouiza Khaled née Hamour au village Berkouka, dans la commune de Maâtka, à une vingtaine de kilomètres au sud-ouest de Tizi Ouzou. La fromagerie a ouvert ses portes grâce à un crédit que la jeune femme a contracté auprès de la Caisse nationale d'assurance chômage (CNAC) et aujourd'hui l'unité fonctionne avec quatre ouvrières.

3.2. Obstacles de fromagerie Maâchera

La petite entreprise Maâchera confronte plusieurs freins et difficultés :

3.2.1. Le financement

Avant de créer petite entreprise, l'entrepreneur a confronté le problème de l'incapacité de financer son projet avec ses propres moyens, mais elle peut décrocher un crédit CNAC qui lui a permis de concrétiser son projet.

3.2.2. La matière première

L'entreprise Maâchera confronte aujourd'hui le problème de la non disponibilité de la matière première (lait de vache de bonne qualité). Pour satisfaire le consommateur, l'entrepreneure veille à avoir une très bonne qualité de matière première surtout en termes d'hygiène, car même si son savoir-faire est important, le goût du fromage résulte avant tout de la qualité du lait.

3.2.3. La commercialisation.

Pour la commercialisation, l'entrepreneur ne compte pas uniquement sur les livreurs, elle se déplace elle-même. Avec son époux, elle fait la tournée des grandes surfaces, notamment pour ce qui est du marché régional afin de leur proposer ses produits.

Conclusion

Le développement des entreprises est un moteur essentiel de la croissance économique et de la création d'emploi. Sans l'entrepreneuriat, il y aurait peu d'innovation, peu de croissance de la productivité et peu de nouveaux emplois. L'entrepreneuriat féminin dans le secteur agroalimentaire constitue un potentiel important qui n'est pas encore concrétisé en Algérie et cela est peut-être expliqué par la diversité d'obstacle et frein qui confrontent les femmes qui ont l'intention d'entreprendre dans ce secteur.

Bibliographie

Anne Boring, L'entrepreneuriat des femmes : Motivations et obstacles, <https://www.cairn.info/revue-regards-croises-sur-l-economie-2016-2-page-130.htm>, consulté le 13 juillet 2021

AYADI. N, RASTOIN. J. L, ZORNALI. S, (2006), « Les opérations de restructuration des firmes agroalimentaires multinationales entre 1987 et 2003 », Option : Marchés d'Organisation, Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier, France.

²⁸ Anne Boring, L'entrepreneuriat des femmes : Motivations et obstacles, <https://www.cairn.info/revue-regards-croises-sur-l-economie-2016-2-page-130.htm>, consulté le 13 juillet 2021.

Christina Constantinidis, Manal El Abboubi, Noura Salman and Annie Cornet, L'entrepreneuriat féminin dans une société en transitions : analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc, Revue internationale P.M.E., V.30, n° 3-4, 2017, pp 37-68. /www.erudit.org/en/journals/ipme/2017-v30-n3-4-ipme03334/1042660ar.pdf, consulter en juin 2021.

RAHMOUNI Djamilia et AKNINE Rosa (UMMTO) : Activité culinaire traditionnelle et dynamique locale : Cas des producteurs des gâteaux traditionnels

Résumé

L'activité culinaire se conçoit, territorialement, à base de petites et moyennes entreprises, qui se démarquent par une croissance continue générée par des investissements peu coûteux, comparativement au secteur industriel, tout en générant des emplois à la fois permanents et temporaires. D'un point de vue classification, l'art culinaire est considéré avant tout comme un savoir-faire artisanal, étant donnée le poids du travail manuel qu'il sous-entend. Réglementairement deux formes d'immatriculation sont autorisées pour ce type d'activités : une inscription au niveau de la chambre d'artisanat et des métiers « CAM » et la détention de la carte d'artisan, ou une inscription au niveau de la chambre nationale des registres de commerce « CNRC » et détention du statut d'un commerçant par conséquent.

Les activités de production des gâteaux traditionnels, partie intégrante des activités culinaires, sont des activités dont l'émergence constitue un fait contemporain justifié par : le travail de la femme, une extension des occasions de consommation, l'extinction des formes traditionnelles d'entraide et une amélioration du niveau de vie. Conscients de leur utilité économique et sociale, les pouvoirs publics accordent une multitude de facilités à cette catégorie d'activité : aides financières, des infrastructures d'accompagnement, des actions de proximité, soutiens à la commercialisation et l'exportation. Notre contribution vise une analyse de l'importance de ce type d'activité en matière de dynamique locale. Nous mettons en évidence, dans un tout premier niveau d'analyse, le poids de ce type d'activités au niveau du territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou. Puis nous reviendrons aux résultats d'une enquête menée auprès de 86 artisans producteurs des gâteaux traditionnels ciblant la détermination de leur apport en matière de développement local. Enfin, nous nous recentrons dans un dernier niveau d'analyse sur un exemple concret de ce que nous appelons « succes story ».

Mots clés : activité culinaire traditionnelle, développement local, entrepreneuriat, PME/PMI, wilaya de Tizi-Ouzou

Introduction

Malassis (1979) considère que le secteur des activités agroalimentaires est constitué par l'ensemble des entreprises caractérisées par la prédominance, dans leur chiffre d'affaires, des opérations sur les produits agro-alimentaires : production, transformation, services de distribution et de restauration. Nous pouvons ainsi considérer que les activités culinaires traditionnelles peuvent être une partie intégrante de ce large système dont le champ reste difficilement déterminé. Par le concept des « activités culinaires traditionnelles », nous sous-entendons toutes entreprises ayant comme activité la transformation des produits alimentaires en s'appuyant sur les savoir-faire transmis des générations antérieures.

Les activités de production des gâteaux traditionnels, partie intégrante des activités culinaires, sont des activités dont l'émergence constitue un fait contemporain justifié par : le travail de la femme, une extension des occasions de consommation, l'extinction des formes traditionnelles d'entraide et une amélioration du niveau de vie. Conscients de leur utilité économique et sociale, les pouvoirs publics accordent une multitude de facilités à cette catégorie d'activité : aides financières, des infrastructures d'accompagnement, des actions de proximité, soutiens à la commercialisation et l'exportation. Notre contribution vise une analyse de l'importance de ce type d'activité en matière de dynamique locale. Nous mettons en évidence, dans un tout premier niveau d'analyse, le poids de ce type d'activités au niveau du territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou. Puis nous reviendrons aux résultats d'une enquête menée auprès de 86 artisans producteurs des gâteaux traditionnels ciblant la détermination de leur apport en matière de développement local. Enfin, nous nous recentrons dans un dernier niveau d'analyse sur un exemple concret de ce que nous appelons « succes story ». Mais avant de ce faire, il conviendrait de mettre le point sur les principales jonctions pouvant être tissées entre la notion des pratiques culinaires et celle du développement.

1. Les pratiques culinaires : un fait socioculturel porteur d'une identité distinctive stimulatrice du développement

Dans un contexte marqué par de profonds bouleversements et une forte mondialisation ayant tendance à homogénéiser les différents territoires, la promotion de l'attractivité territoriale et de la dynamique locale passe indéniablement par la mobilisation des composantes territoriales distinctives, où l'identité culturelle en constitue un fondement majeur (Greffé X, 2006). L'art culinaire est l'une des facettes les plus représentatives de la culture, car porte en lui les traces d'un vivre ensemble ancestral. Certains territoires ont su générer grâce à leurs spécificités culinaires traditionnelles une véritable dynamique locale. Les héritages culinaires, aussi bien dans leur dimension matérielle (préparations culinaires), qu'immatérielle (habitudes, rituels, etc.), traduisent un fait qui est à la fois social et culturel.

2. Poids des activités de production des gâteaux traditionnels dans la wilaya de Tizi-Ouzou

La wilaya de Tizi-Ouzou se caractérise par une panoplie de plats traditionnels (couscous, galettes...). Le culinaire traditionnel est de plus en plus convoité par une population à la recherche de produits sains « bio ». Cette réalité a donné un souffle à un dynamisme remarquable dans les activités émergentes autour des savoir-faire culinaires traditionnels. L'observation du contexte local spécifique à la wilaya de Tizi-Ouzou nous permet de définir trois grandes catégories d'activités issues d'une valorisation des savoir-faire culinaires : des activités émergentes autour de l'art culinaire traditionnel, des activités émergentes autour de l'art culinaire moderne et des activités mixtes.

Notre analyse se focalise sur le cas des activités productrices des gâteaux traditionnels compte tenu de l'expansion remarquable que connaît l'émergence de ce type d'activité. L'analyse en grandes périodes des données, fournies par la CAM de cette wilaya, révèle un engouement de l'investissement tourné vers ce type d'activités, notamment ces dernières années. L'évolution absolue montre que le nombre total des artisans inscrits dans le segment de fabrication des gâteaux traditionnels a connu une hausse continue. Les toutes premières immatriculations datent de 2012, où l'on compte de 03 artisans. Ce chiffre passe à 13 en 2013, pour atteindre 42 inscrits en 2014, puis passe à un nombre de 76 en 2015.

Ayant prouvé leur utilité économique et sociale, ces activités naissant autour de la valorisation du savoir-faire culinaire traditionnel attirent l'attention des pouvoirs publics, où elles bénéficient de soutiens et aides multiformes, au même titre des activités artisanales traditionnelles et d'art, notamment :

- Des aides financières par le biais du fonds national de promotion des activités de l'artisanat traditionnel, et actions concertées avec l'ANSEJ, l'ANGEM, la CNAC et le fonds ZAKAT. Renforcé par une exonération à vie.
- Des infrastructures d'accompagnement : attribution de locaux, création de musées (musée des arts et traditions populaires, musée des expressions populaires et culturelles, BASTION 23), des maisons de l'artisanat, centres de formation, centres de recherche (CNRPH²⁹), etc.
- Des actions de proximité par le biais des chambres d'artisanat et l'encouragement des associations,
- Soutiens à la commercialisation et l'exportation : galeries d'exposition ; l'organisation des manifestations, des salons et des foires ;

3. Importance des activités de production des gâteaux traditionnels en matière du développement local

Les transformations de l'économie mondiale et la crise actuelle marquant la sphère économique algérienne laissent apparaître de nouvelles tendances orientées vers l'encouragement de l'émergence de petites et moyennes entreprises aptes à mieux contenir les effets des crises. L'activité culinaire, de son côté, se conçoit à base de petites et moyennes entreprises, qui se démarquent par une croissance continue générée par des investissements peu coûteux. Pour analyser leur importance effective sur le terrain nous nous sommes appuyés sur une enquête réalisée en 2018 auprès de 86 entrepreneurs producteurs des gâteaux traditionnels.

D'un point de vue caractérisation de l'activité, notre enquête révèle que ce secteur est constitué des projets montés par des porteurs de projet dont le niveau d'éducation majoritairement faible : 10 sans niveau, 13 de niveau primaire, 38 de niveau secondaire, 17 de niveau lycée et 8 universitaires. Cette activité enregistre, les trois dernières années, une tendance vers la hausse et les quelques problèmes rencontrés lors de son exercice sont liés à la concurrence déloyale et le problème du local. Cela sans nier l'existence d'une catégorie de propriétaires qui n'arrivent pas à s'intégrer dans ce domaine, suite à différentes causes : absence de clients fidèles, une immatriculation au niveau de la CNRC ce qui accroît les charges, une réduction de la gamme de production au pure traditionnel. Autre spécificité de ce secteur d'activité est l'exercice dans le cadre informel 4 ans en moyenne pour les 36 cas ayant vécu cette

²⁹ Centre national de recherches préhistoriques, anthropologiques et historique

expérience. Pour analyser l'apport de ces activités en matière de développement local, les entrées préconisées sont :

- **Le Revenu du propriétaire**

Premier constat à tirer est la saisonnalité de l'activité et des revenus qui en découlent. En hiver le salaire le plus fréquent, selon notre échantillon, est compris entre le SMIG et 30 000 DA. Nous estimons à ce stade que les 23,5% des entreprises restantes rentrent dans la catégorie d'entreprises boíteuses. Ces revenus se voient multiplier durant la période estivale, suite aux programmes des fêtes, où nous dénombrons 45,34% des entreprises dont le revenu dépasse les 100 000 DA que nous classons dans cette catégorie d'entreprises ayant trouvé les voies du succès.

- **Un ancrage territorial remarquable**

L'ancrage territorial des activités est aussi perçu à travers l'origine locale des employés, compte tenu du caractère spécifique des savoir-faire mobilisés. Autre facteur reflétant cet ancrage est le recours à des fournisseurs fixes dans 55 cas et le fait d'avoir constitué une ressource de clients fidèles dans 65 des cas, l'entretien des relations avec des distributeurs fixes reste pour sa part faible.

- **Mobilisation d'une épargne personnelle**

L'analyse de la structure de financement initial du projet fait ressortir l'importance de l'apport personnel et familial³⁰, sur les 86 cas étudiés nous n'avons rencontré que 07 personnes ayant été soutenues par la manne publique. Les activités de fabrication des gâteaux représentent alors un excellent outil de mobilisation de l'épargne en la réintégration dans les circuits économiques créateurs de valeur ajoutée. L'argent personnel est ainsi orienté vers une affectation productrice au lieu d'être consommée ou destinée à un investissement non rentable économiquement (habitation, terrain sans exploitation, etc.).

- **Les emplois créés**

Les activités productrices des gâteaux permettent de créer des emplois permanents, mais aussi temporaires durant la période estivale. La première catégorie des employés est majoritairement constituée des personnes exclues du système éducatif, ce type d'activité ouvre beaucoup les voies de travail pour cette catégorie de jeunes n'ayant pas le niveau permettant de réaliser une formation professionnelle. Le nombre d'emplois permanents créés par nos 86 entreprises est de 185, ce chiffre atteint une tranche de 524 en période estivale.

- **Dépenses effectuées**

Nous constatons que les activités de production des gâteaux traditionnels ont un marché d'approvisionnement très local réduit à la commune d'installation dans 27 des cas, 54 autres s'ouvrent au niveau du chef-lieu de la wilaya, et nous comptons que 5 cas d'ouverture au niveau national. Quant au montant des dépenses mensuelles.

Côté investissements, l'activité culinaire se caractérise par sa dextérité manuelle qui conçoit et façonne les diverses recettes perpétuant la tradition spécifique à la wilaya. Par conséquent, le montant destiné à l'investissement reste modeste.

4. L'entreprise Hassiba : un cas de success story

L'entreprise Hassiba, située au centre de Béni-Douala, est l'un des projets issus d'une transmission d'un savoir-faire familial, avec un rôle prépondérant de la veillée de la maman tel que nous le dénote la propriétaire « *ma mère me poussait à apprendre le métier, je renterais de l'école tout épuisée et je devais prendre le relais à la cuisine. Ses phrases sont encore bien gravées dans ma mémoire "allez-y préparer quel que soit le résultat, aujourd'hui le pain sera pas bon demain il sera mieux, c'est comme ça qu'on apprend !". Mais au final je ne regrette pas, c'est grâce à cette pression que l'amour du métier m'est enraciné, et c'est grâce à cela que je me suis faite une carrière aujourd'hui* ».

- **Évolution de l'entreprise**

Le parcours de la jeune entrepreneure a débuté en 2008 dans un petit local avoisinant son propre domicile, au village de Thaddert Oufella. Les investissements de création sont très modestes, c'était une simple réutilisation de son propre matériel de maison. Les quelques dépenses effectuées étaient destinées à un petit aménagement de l'atelier (petit contoire, un rideau séparant l'espace de travail, une caisse). Le projet se limitait, initialement, aux productions traditionnelles (lesendj, aghroum akouran, lemsemen, thamthunt), peu de temps après une extension vers les gâteaux s'effectue en vue de se lancer dans les programmes de fêtes. En 2013, une occasion de déplacement au centre de la commune s'offre à elle et c'est à partir de ce moment que son activité a connu une explosion remarquable, car elle se situe

³⁰ Le soutien des amis reste non considérable, selon notre enquête 12 personnes sur 86 se font partiellement soutenues par leur réseau amical.

dans un endroit à forte circulation : elle est localisée à l'épicentre d'une polyclinique, un lycée et deux stations de transports.

- **Employabilité**

Le nombre d'employés recruté par la jeune entrepreneure est de 14 en période hivernale et elle renforce en période estivale, généralement par des lycéennes et étudiantes, pour atteindre une trentaine. Parmi ses employés fixes nous en retrouvons 04 hommes chargés des approvisionnements et livraisons. D'un point de vue niveau d'instruction nous en distinguons une jeune fille universitaire et les restes sont tous sans niveau, une caractéristique partagée par sept femmes est d'être veuve ou divorcée.

- **Une gestion opportuniste des approvisionnements**

La propriétaire effectue trois approvisionnements en vue d'alimenter son espace de stockage, l'objectif visé selon ses déclarations est de profiter des avantages liés au couple prix qualité :

- Le premier en décembre d'une valeur de 300 000 DA.
- Le deuxième en fin mars ou début avril d'une valeur de 500 000 DA.
- Le dernier en mois d'octobre dont la valeur varie entre 300 000 da et 400 000 DA

Ces dépenses sont destinées à l'achat de la noix de coco, cacahuètes, amandes, graines de sésame et la maizina. De plus, un total de 100 000 DA par semaine est réservé à des achats des consommations nécessaires aux différentes productions vendues.

- **Clientèle**

Avoir exercé pendant plus de quatre dans son petit village a permis la constitution d'un portefeuille de clients habituels, ayant eu un effet boule de neige sur les ventes de l'entreprise.

Outre ses anciens clients fidèles, le déplacement lui a permis la constitution d'un réseau assez avancé de distribution :

- Des fonctionnaires du lycée et de la polyclinique dont les commandes journalières sont devenues rituelles.
- Deux fast-foods et quatre cafétérias dont les responsables se pointent à l'établissement chaque matinée.
- Une livraison chaque après-midi vers dix distributeurs au niveau du chef-lieu de la wilaya.
- Une livraison par *mois* vers Oran.

Conclusion

L'activité culinaire traditionnelle, partie intégrante du secteur agro-alimentaire, constitue un fait contemporain justifié par : le travail de la femme, une extension des occasions de consommation, l'extinction des formes traditionnelles d'entraide et une amélioration du niveau de vie. Ce sont ainsi des projets montés par des porteurs de projet dont le niveau d'éducation majoritairement faible, connaissant une tendance à la hausse. Ce type d'activité en dépit de la faiblesse des investissements mobilisés impacte positivement l'économie locale, leurs répercussions sont perceptibles à différents niveaux.

Certains cas de figure se sont fait une intégration plus conséquente dans le tissu économique local, leur répercussions sont plus conséquentes tel qu'illustré par l'entreprise Hassiba : 14 employés fixes renforcés en période estivale par plus d'une quinzaine, des dépenses fixes de 100 000 DA par semaine renforcées par trois approvisionnement de stock d'une valeur allant de 300 000 DA à 500 000 Da.

BIBLIOGRAPHIE

DUCASSE, D (2003) « Dictionnaire amoureux de la cuisine »

FUMEY, G (2007) « du territoire à l'assiette : l'alimentation porteuse d'identités », actes de la rencontre de mâcon, « tourisme et territoires »

GREFFE, X (2006) « La mobilisation des actifs culturels de la France : de l'attractivité culturelle du territoire... à la nation créative », rapport de synthèse sur l'attractivité culturelle, document de travail du DEPS, N° 1270 mai 2006

MALASSIS, L (1979) : économie agro-alimentaire. Tome 1 : économie de la consommation et de la production agroalimentaire. Edition Cujas, paris.

DJELLOUT Fatima, LALAOUI Amor et AKKOUL Jugurta (UMMTO) : Le déploiement de la stratégie de sécurité alimentaire de la Chine : des décisions locales aux répercussions globales

Résumé

La Chine enregistre un déficit de son commerce extérieur des produits agricoles qui ne cesse de croître, depuis 2004, et ce malgré l'augmentation de la production. Le cas de la Chine constitue, donc, une bonne

illustration de la complexité des questions qui peuvent être posées aujourd'hui aux pays sur qui pèse la menace de l'insécurité alimentaire. L'objectif de ce travail est de faire le point sur la sécurité alimentaire de ce pays en plein essor économique, mais aussi et surtout d'expliquer la stratégie de sécurité alimentaire mise en œuvre par le gouvernement chinois dans le but de faire face aux contraintes internes et de réduire sa dépendance vis-à-vis du commerce international.

Mots clés : Chine, stratégie, sécurité alimentaire, produits agricoles, commerce international.

Introduction

Les progrès impressionnants que connaît la Chine, ces dernières années, dans tous les domaines, font d'elle l'un des acteurs les plus influents et incontournables sur la scène internationale. Elle est, désormais, présente dans tous les discours et sur tous les fronts. Cependant, tous ses accomplissements ne doivent pas éclipser les nombreux problèmes rencontrés par ce pays en conséquence de son mode de production et de consommation intensif en énergie et irrespectueux des normes environnementales.

Suite aux impressionnants progrès enregistrés dans tous les domaines, notamment, économique, la Chine a réussi à se faire une place privilégiée parmi les acteurs les plus influents et incontournables sur la scène internationale. Elle est, désormais, présente dans tous les discours et sur tous les fronts. Cependant, tous ses accomplissements ne doivent pas éclipser les nombreux problèmes rencontrés par ce pays dont l'insécurité alimentaire. Cette situation est imputable à la réunion de plusieurs facteurs, à savoir : une structure naturellement déséquilibrée, la pollution de l'environnement, l'urbanisation, le changement des modes de consommation ainsi que le problème de sécurité sanitaire des aliments.

Le cas de la Chine constitue une bonne illustration de la complexité des questions qui peuvent être posées aujourd'hui aux pays sur qui pèse la menace de l'insécurité alimentaire. L'objectif de ce travail est de faire le point sur la sécurité alimentaire de ce pays en plein essor économique, mais aussi et surtout de mettre en avant les différentes actions entreprises par le gouvernement chinois dans le but de faire face aux contraintes internes et de réduire sa dépendance vis-à-vis du commerce international. Pour ainsi dire, quelle stratégie la Chine a-t-elle adoptée pour faire face à la menace d'insécurité alimentaire ?

Les hypothèses qui sous-tendent ce travail sont :

- La stratégie de sécurité alimentaire de la Chine a d'importantes répercussions au niveau global
- La dépendance alimentaire de la Chine devrait croître dans les prochaines années

Afin de répondre à cette problématique, ce travail se base sur l'analyse des différentes données mises à disposition par les différentes organisations telles que la FAO, la Banque mondiale, mais aussi une revue de la littérature qui traite de ce sujet d'actualité.

Pour rendre de la sécurité alimentaire de la Chine l'image la plus cohérente possible, il sera d'abord question de clarifier le concept de stratégie alimentaire et de donner, par la suite, un aperçu général sur la sécurité alimentaire de ce pays et ses conséquences au tant au niveau national qu'international. L'analyse de la stratégie de sécurité alimentaire de la Chine fera, quant à elle, l'objet du dernier point à traiter. Elle permettra de mettre en avant des différents moyens déployés par le gouvernement chinois dans le but de réduire sa dépendance alimentaire.

I. Le concept de « stratégie de sécurité alimentaire »

La FAO (1983) définit l'objectif de la sécurité alimentaire comme étant d' : « Assurer en tout temps et à tous les hommes l'accès matériel et économique aux aliments de base dont ils ont besoin »³¹. Ainsi, il est possible de distinguer trois éléments fondamentaux dans le concept de sécurité alimentaire, à savoir : la stabilité des approvisionnements, la disponibilité des approvisionnements et l'accès aux denrées.

L'expression « stratégie alimentaire » a été, pour sa part, adoptée par le conseil mondial de l'alimentation lors de sa réunion d'Ottawa en 1979, au terme de deux décennies de développement qui avaient révélé l'urgence de traiter le problème de la faim d'une manière globale et intégrée au sein de programmes nationaux de développement. Pour être plus précis, la stratégie alimentaire est une stratégie sectorielle. Elle s'inscrit dans un cadre d'une stratégie globale de développement elle-même à une politique macro-économique globale³².

II- Le paysage de la sécurité alimentaire de la Chine

³¹ FAO. Rapport du directeur général sur la sécurité alimentaire mondiale.CFS 83/4, 1983.

³² Azouli G., Dillon J.C. La sécurité alimentaire en Afrique. Manuel d'analyse et d'élaboration des stratégies, Paris : Karthala, 1993, p.126.

Le paysage de la sécurité alimentaire de la Chine se caractérise par la juxtaposition d'éléments contradictoire qui viennent une fois de plus confirmer la complexité de ce pays avec tous les paradoxes qui peuvent y subsister. Dans cette partie, il est question de mettre en lumière la fragilité des leviers qui sous-tendent la sécurité alimentaire de la Chine et qui menacent stabilité à long terme.

1. Un déficit alimentaire structurel

L'agriculture occupe une place importante dans l'économie de la Chine. Elle représente 10% de son PIB. Malgré que le territoire chinois n'est pas aussi favorable à l'agriculture que ses dimensions de l'ordre d'un continent le laisse entendre (les terres arables ne comptent que pour 11,8% de territoire)³³, le pays enregistre de bons résultats lui valant le titre de premier producteur mondiale de certains produits agricole.

Malgré cette performance, le commerce extérieur de la Chine en produits agricoles enregistre, depuis 2004, un déficit qui ne cesse de croître en raison d'une augmentation constante des importations accompagnée d'une baisse des exportations, en parallèle. En 2014, le déficit de la balance agroalimentaire chinoise était de près de 32Md€ (le secteur représente le 1er poste de déficit), alors que la balance commerciale est globalement bénéficiaire³⁴.

2- Les mutations démographiques

De nombreux indicateurs permettent de désigner la Chine comme étant le géant démographique du monde, à commencer par la taille de sa population. En 1960, le pays comptait un peu plus de 667 millions d'habitants, et une vingtaine d'années plus tard, en 1981, leur nombre a franchi la barre d'un milliard, pour dépasser celle de 1,37 milliard en 2013 (voir figure 02). Ce nombre inégalé consacre la Chine comme étant le pays le plus peuplé de la planète. Autrement dit, 20% de la population du globe, soit un habitant de la planète sur cinq est de nationalité chinoise³⁵.

D'après les projections démographiques faites par les Nations Unies en 2012, ce chiffre est appelé à augmenter pour atteindre les 1,45 milliards d'habitants d'ici 2030³⁶. Des estimations qui en disent beaucoup sur un potentiel non négligeable en termes de disponibilité de main-d'œuvre et d'épargne et, surtout, de consommation.

3-La pollution et la dégradation de l'environnement de production des aliments

Sous peine de répondre au défi de la sécurité alimentaire engendré par un déphasage entre la demande de consommation croissante et variée des produits alimentaires et les ressources nationales limitées, les agriculteurs ont recours à des pratiques nuisibles à l'environnement. Ils ont, ainsi, tendance à utiliser toutes sortes de pesticides, d'engrais chimiques, et pratiquent l'élevage intensif dans le souci de répondre aux besoins alimentaires de plus d'un milliard de consommateurs.

4-Problème de sécurité sanitaire des aliments

Ces dernières années ont vu la montée du mécontentement chez les classes moyennes et le discrédit croissant de l'industrie agroalimentaire chinoise. La confiance de la population a été ébranlée par un certain nombre de scandales alimentaires très médiatisés. La liste est longue, en voici quelques exemples : en 2008, le lait contaminé par de la mélanine a engendré la mort de six enfants et 300 000 ont été malades. En 2011, le bêta-agonistes était présent dans la viande de porc alors que ces produits sont interdits en Chine et en 2013, le riz a été pollué par du cadmium.

III- Les fondements de la stratégie alimentaire de la Chine

La Chine a admis que sa production agricole sera durablement insuffisante et qu'il est indispensable de recourir aux importations. Elle a donc opté, dès 1982, pour la stratégie « *Deux marchés, deux ressources* » dont les principaux objectifs consistent à :

- Booster la production nationale (le premier des deux marchés).
- Prendre une place importante dans le commerce international afin de contrôler l'approvisionnement par le biais des importations.

Ce qui suit présente les éléments fondamentaux de la stratégie alimentaire de la Chine.

1-Limiter les importations et augmenter la productivité nationale

³³ Statistiques Banque Mondiale, 2009

³⁴ <http://agriculture.gouv.fr/politiques-agricoles-fiches-pays>

³⁵ Attané I. La Chine, un géant démographique aux pieds d'argile, Institut national d'études démographiques, 2015, p.1

³⁶ Idem.

Pour tenter d'apaiser les fluctuations de prix des produits alimentaires liées aux évolutions des marchés internationaux, la Chine tente de limiter au maximum ses importations. Depuis des années, la stratégie de sécurité alimentaire du pays est symbolisée par l'objectif d'autosuffisance en grains – considérés comme constituant la base du régime alimentaire – fixé à 95 % par le livre blanc de 1996 sur la sécurité alimentaire³⁷. Dans le but de répondre à cet objectif plusieurs moyens ont été déployés :

a) Des outils financiers et de régulations

i. Prix garantis, quotas et stockage public sur les principales céréales.

Actuellement, le gouvernement fixe chaque année des prix garantis pour les principaux produits, en majorité blé, maïs, riz. Ces prix avec le temps sont devenus supérieurs d'environ 20% aux prix sur le marché international alors que la fixation de quotas à l'importation et leur octroi à une liste d'importateurs fermée (principalement publique) permet de limiter les importations (qui augmentent néanmoins dans la limite des quotas). Lorsque le prix sur le marché passe en dessous du prix garanti, les céréales sont achetées par une liste définie d'entreprises qui bénéficient de subsides publics pour ce faire et alimentent des stocks publics.

ii. Subventions

Il existe de nombreux types de subventions mais la majorité porte sur la mise en place d'aides directes aux paysans, dont les montants sont de plus modulés en fonction de la surface ou la taille du cheptel afin de favoriser l'agrandissement ; subventions à la mécanisation et aux intrants (semences, engrais...) via les distributeurs de matériel agricole intrants, subventions de l'assurance agricole ; prise en charge des infrastructures (irrigation, lutte contre les crues), financement de programmes particuliers (pauvreté, écologie...), politiques fiscales différenciées (par exemple réduction fiscale à l'achat de serres en horticulture...) et politique de crédit.

b) Des outils de « structures » : notamment la sécurisation du cadre juridique du transfert des terres visant une augmentation des surfaces cultivées par exploitation, support de la mécanisation, la concentration des filières sur un petit nombre d'acteurs professionnels, ainsi que la promotion des coopératives et de l'intégration.

c) une politique sanitaire de plus en plus stricte : grâce à l'amélioration du contexte juridique avec une rénovation en cours de la loi sur la sécurité sanitaire chinoise, la normalisation : plus de 5000 normes alimentaires devraient avoir été renouvelées entre 2011 et 2015 et la mise en place de contrôles plus stricts.

d) Développement d'une politique de recherche-formation-développement : à travers le soutien à la recherche agricole, l'appui aux formations agricoles, développement de formations spécifiques et soutien financier pour la scolarisation des plus défavorisés.

2- Contrôler ses sources d'approvisionnement

A partir des années 2000, le gouvernement chinois a adopté la stratégie d'internationalisation (*Going out ou go global*). Véritable stimulateur, les flux d'IDE de la Chine vers l'étranger n'ont cessé d'augmenter, depuis. La déclinaison de cette politique dans le secteur agricole date du milieu des années 2000 et a d'abord pour objectif d'utiliser les ressources étrangères pour assurer un approvisionnement domestique adéquat en produits agricoles, évitant une trop grande dépendance aux marchés internationaux. Cette stratégie permet également de se procurer et de mettre en œuvre les technologies les plus en pointe pour améliorer la compétitivité de l'agriculture chinoise. Elle vise aussi à ouvrir des marchés pour les produits agricoles chinois.

Ces dernières années, la Chine a lancé plusieurs programmes dans le but d'acquérir les terres arables par tout dans le monde au profit des entreprises publiques chinoises et par la même occasion exporter leur surplus de main-d'œuvre agricole.

Le contrôle des sources d'approvisionnement se fait également via les opérations de rachat ou de fusion-acquisition des grands groupes agroalimentaires à travers le monde. Le fonds souverain étatique Chine Investment Corporation a repris 9% du capital de la société de distribution d'eau britannique Thames water de 30% de la filière d'exploration et production de GDF Suez en 2011³⁸.

Conclusion

³⁷ Schwods M.H. La stratégie de sécurité alimentaire de la Chine, *China Analysis. Les nouvelles de Chine*, N°43, 2013, p. 30.

³⁸ Lisbonne-de Vergeron K. Forces et faiblesses de la Chine, FONDATION ROBERT SCHUMAN, Question d'Europe, N°235, 02 avril 2012, p.02.

La sécurité alimentaire représente l'une des préoccupations majeures du gouvernement chinois. En effet, l'enjeu est de taille puisque c'est la sécurité du pays de manière générale et la stabilité sociale, en particulier, qui en dépendent.

Ne disposant que de 9% des terres arables et de 7% des réserves mondiales en eaux pour nourrir, en contrepartie, 20% de la population mondiale, en plus des problèmes environnementaux et sanitaire, la garantie de la sécurité alimentaire de la Chine s'annonce comme une mission complexe. Il faut, également, signaler que les mutations que connaît la société chinoise accentue la dépendance du pays du marché mondial des produits alimentaires ce qui complique davantage cette mission.

Face à cette réalité, le gouvernement a adopté la stratégie « *Deux marchés, deux ressources* », l'objectif étant de booster la production nationale et de contrôler les sources d'approvisionnement en prenant une place importante dans le commerce international. Pour cela plusieurs moyens ont été déployés, à savoir : des outils financiers et de régulation, des outils de structures, une politique sanitaire de plus en plus stricte et le développement d'une politique de recherche-formation-développement. Les investissements directs étrangers constituent l'autre facette de la stratégie de sécurité alimentaire de la Chine. Elle s'effectue à travers l'acquisition de terres agricoles ou encore les opérations de fusions-acquisition ou de rachat de groupes agroalimentaires à travers le monde.

Bibliographie

Attané I. La Chine, un géant démographique aux pieds d'argile, Institut national d'études démographiques, 2015.

Azouli G., Dillon J.C. La sécurité alimentaire en Afrique. Manuel d'analyse et d'élaboration des stratégies, Paris : Karthala, 1993.

FAO. Rapport du directeur général sur la sécurité alimentaire mondiale. CFS 83/4, 1983.

Fatah. H. ralentissement ou transition économique chinoise : quels enjeux pour l'agriculture ?, Analyse & Perspective 1603, 2016.

CHENANE Arezki et KABENE Ahmed (UMMTO) : L'entrepreneuriat agroalimentaire au niveau de la Wilaya de Tizi-Ouzou : spécificités et défis. Cas des fromageries industrielles

L'entrepreneuriat dans le domaine de la transformation des produits agricoles ne cesse de se développer dans le monde depuis l'avènement de la révolution industrielle mais son essor s'est matérialisé du passage du fordisme au post fordisme (Margetic.C, 2014). C'est ce qui a permis le développement de l'industrie agroalimentaire. Cette dernière représente toutes les filières industrielles dont la fonction utilité réside dans la transformation des productions agricoles, de chasse et de pêche à destination de la consommation humaine ou animale (Fourcade.C et al, 2010). Elle regroupe toutes les activités permettant de transformer des produits semés, cultivés, récoltés ou chassés dans la nature en produits d'alimentation. C'est dans ce contexte que l'entrepreneuriat dans le domaine de l'agriculture a eu un regain d'intérêt dans le cadre des nouvelles configurations territoriales et aussi en raison des facteurs d'attractivité de certains territoires à aller dans la logique de développement d'entreprises spécialisées dans la transformations des produits agricoles (Boukrif.M et al, 2010).

En Algérie, cette dynamique entrepreneuriale s'est manifestée depuis la transition vers l'économie de marché suite à la libéralisation de l'initiative ; ce qui a permis le développement de beaucoup de filières dans le domaine de la transformation agroalimentaire.

Notre étude, tente justement de mettre en lumière cette réalité en l'inscrivant dans le cadre de l'approche territoriale en mettant, particulièrement, en évidence les facteurs de développement de ces filières au développement territorial et leur contribution à créer une nouvelle dynamique et des effets d'entraînement. A cet effet, nous essayerons de prendre l'exemple de la Wilaya de Tizi-Ouzou, comme échantillon d'étude en faisant un éclairage sur la question en l'illustrant par le cas des fromageries industrielles qui constituent un levier du développement de la filière lait en aval.

Cette étude révèle, à la fois, les déterminants de localisation des entreprises de fromageries mais aussi leur contribution au développement territorial de la Wilaya en s'appuyant sur une enquête de terrain menée auprès des fromageries et de la DSA de la Wilaya de Tizi-Ouzou.

Mots clés : Industries agroalimentaires, fromageries, entrepreneuriat, Wilaya de Tizi-Ouzou.

Deuxième séance plénière (le 28/10/2021)

Présidente : Pr. AISSAT-LEGHIMA Amina

Rapporteur : Mr. HAMDAD Toufik

MESLOUB Slimane et MOUSSAOUI Abdelhakim (UMMTO) : Politique de restriction des importations des produits alimentaires en Algérie : stratégie et conséquences

Résumé

La crise économique de 2014 a mis l'Algérie face au défi de la réduction de ses importations, pour faire face à la baisse des recettes, les pouvoirs publics ont procédé depuis 2016 à l'élaboration d'un nombre de plans et de politiques restrictives ayant touchés un ensemble de branches, tel est le cas avec les produits agroalimentaires à travers une limitation voir une interdiction à l'importation de plusieurs familles de produits dans le but de réduire la facture alimentaire et de contribuer à la préservation des réserves de change de l'effondrement.

Mots clés : Production locale, licences d'importations, stratégies, sécurité alimentaire.

Introduction

Suite à la crise économique de 2014, causée notamment par la baisse des prix de pétrole sur le marché mondial, l'Algérie s'est retrouvée face à une situation délicate pour un pays qui s'articule essentiellement sur ses exportations en hydrocarbures pour alimenter sa réserve de change. Cette dernière a connu une chute libre et brutale, elle est passée de 193 milliards de dollars en 2012 pour atteindre les 62 milliards de dollars fin 2019, ce qui a poussé les différents gouvernements ayant succédés depuis 2014 à ce jour à suivre des politiques d'austérité dans le but de préserver ce qui reste des réserves de la devise de l'effondrement et de coup éviter le retour à l'endettement extérieur. Cette politique de rationalisation de dépenses a touché le secteur du commerce extérieur dans le cadre des opérations d'importations et cela afin de réduire la facture de produits importés chaque année. Parmi les branches touchées par cette politique, le secteur de l'agroalimentaire, une des activités qui représente une grande partie de produits importés.

L'intérêt de ce présent travail de recherche est de mettre le point sur toutes les stratégies visant la limitation des importations des produits alimentaires dans une période étalant de 2014 jusqu'à 2020, notre étude se tourne donc autour de la problématique suivante « Quel impact de la politique de la restriction des importations sur la branche des produits alimentaires en Algérie ? »

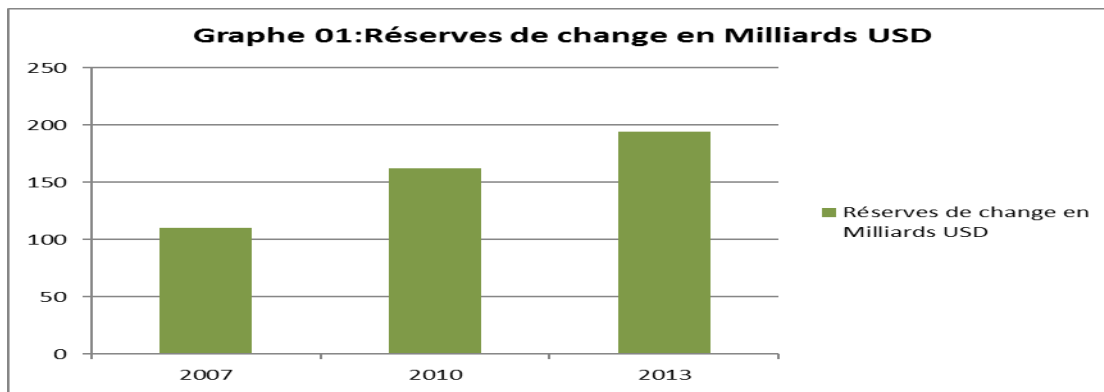
Dans notre travail et afin de récolter les données empiriques, nous allons suivre une démarche exploratoire afin de recenser tous les plans élaborés par les pouvoirs publics pour réduire la facture des importations de produits agroalimentaires, avant de procéder à une analyse de résultats obtenus de ces plans et déduire leur efficacité à travers l'analyse de l'évolution des chiffres liés au secteur de l'agroalimentaire au niveau de la balance commerciale, mais aussi l'évolution de la production locale des produits alimentaires durant la même période afin de savoir si le produit local est dans la capacité de substituer au produit importé.

1-Eclaircissement conceptuel

- **Les réserves de change :** les réserves de change peuvent être définies comme étant tous les moyens de règlement qu'il détient un pays à travers sa banque centrale et qui sont utilisés pour solder le déficit de sa balance des paiements vis-à-vis le monde extérieur (étranger).
- **La balance commerciale :** d'après la définition de la commission européenne la balance commerciale est la différence entre la valeur des exportations d'un pays et les valeurs des biens importés par ce dernier, cette balance est positive dans le cas où les exportations dépassent les importations, dans le sens inverse quand les importations dépassent les exportations la balance commerciale devient déficitaire.
- **La politique d'austérité :** aussi appelée politique de rigueur, est une politique qui consiste à assainir la gestion des ressources financières d'un pays, en suivant une politique budgétaire restrictive et cela passe par l'augmentation des recettes fiscales et la baisse des dépenses publiques sont limitées. Cette politique a un ensemble d'objectifs tels que la limitation des déficits publics et la réduction des niveaux d'endettement.

2- Les réserves de change boostées par la hausse des prix de pétrole 2007-2013

Durant la période 2007-2013, les réserves de change en Algérie ont connu une hausse considérable, elles sont passées de 77.8 Milliards de dollars fin 2006 pour atteindre les 162.1 Milliards de dollars fin 2013, cette tendance haussière s'est arrêtée à partir de 2014, une année considérée comme le point de départ d'une crise économique dans le pays et qui a fortement impacté les réserves de changes.



Source : Banque d'Algérie.

2-1 la baisse des prix de pétrole sur le marché mondial

Pour un pays dépendant des hydrocarbures pour ses recettes en devise, L'Algérie est vulnérable pour chaque baisse des cours de cette matière sur le marché mondial, c'est le cas depuis l'année 2014, les prix de pétrole ont connu une forte baisse, notamment durant la période 2015-2017.

Cette baisse des prix des hydrocarbures a eu des retombées négatives sur la valeur des exportations de l'Algérie. Le tableau n°01 nous donne un aperçu sur l'évolution des exportations algériennes entre 2010 et 2018.

Tableau 01 : Exportations algériennes (2010-2018)

Année	Exportations
2010	57.05
2011	73.48
2012	71.86
2013	65.91
2014	62.88
2015	34.66
2016	30.02
2017	35.19
2018	38.12

Source : Douanes algériennes

A travers une lecture des chiffres de tableau 01 on constate une forte baisse des exportations algériennes notamment durant la période 2015-2017, la période durant laquelle les prix de pétrole ont connu à leur tour une chute considérable (voir graphe 02).

La baisse de la rente pétrolière a poussé les pouvoirs publics à prendre un ensemble de décisions et de stratégies économiques dans le but de rationaliser les dépenses publiques pour faire face à cette situation délicate.

3-Méthodologie de recherche

Notre étude empirique suivra une approche exploratrice afin de recenser l'ensemble des stratégies suivies par les pouvoirs publics dans le cadre de la lutte contre la baisse des réserves de change et qui sont en relation avec la branche des produits agroalimentaires, pour qu'on puisse comprendre les degrés de leur efficacité ainsi que leur impact sur cette branche d'activité.

4- Les stratégies de restriction des importations agroalimentaires :

A partir de la fin de l'année 2015, les pouvoirs publics représentés par le ministre de commerce ont élaboré plusieurs décrets exécutifs dans le but d'encadrer l'activité d'import-export et cela afin de réduire la facture des produits importés, tout d'abord pour protéger les réserves de change et aussi pour stipuler la production nationale,

Cette partie va étudier les restrictions sur l'importation des produits agro-alimentaire à l'occasion de ces décrets.

4-1 le régime de la licence d'importation (décret exécutif n°15-306 de 06 décembre 2015)

Le décret exécutif n°15-306 entré en vigueur en décembre 2015 est un texte réglementaire qui concerne la mise sous le régime des licences d'importations plusieurs produits parmi eux les produits agricoles et agricoles transformés, une stratégie qui consiste à adopter un quota pour chaque produit concerné sous forme de contingents.

La première liste des produits alimentaires et agroalimentaires soumise à ce régime a été publiée par le ministère de commerce le 4 janvier 2016 et concernait les produits agricoles et agro-alimentaires issus des accords avec l'union européenne. Cette liste concerne 64 catégories de produits différents.

4-2-Application d'une taxe intérieure de consommation

Les produits agroalimentaires concernés par cette mesure sont : (le saumon, fruits secs sans coques, et autres fruits séchés, épices, sucreries, confiserie).

4-3- La suspension provisoire à l'importation

Cette mesure consiste à interdire toute importation d'un nombre de famille de produits désignés, des restrictions qui seront levées progressivement avec ou sans le maintien ou l'aggravation des taxes et autres droits frappant l'importation et la commercialisation de ces produits.

Cette mesure a concerné 45 familles de produits finis dont 24 sont issus de la branche agroalimentaire.

Fromage, Yaourt et produits lactés	Fruits secs
Fruits frais (à l'exception de la Banane)	légumes frais (à l'exception de l'Ail)
Viandes (à l'exception de certaines catégories)	Dérivés de maïs
Préparation de viandes	Préparation de poissons
Sirop de glucose	Chewing-gum et bonbons
Chocolats	Produits de viennoiserie
Pâtes alimentaires	Dérivés de céréales
Conserves de légumes	Tomates préparées ou conservées
Confitures et gelés	Fruits conservés ou préparés
Jus	Préparations alimentaires
Préparations pour soupes et potages	Eaux minérales
Pigments	Aromes

Source : Ministère du commerce

4-4 Application d'un droit additionnel provisoire de sauvegarde (décret-exécutif n°18-230 de 25 septembre 2018)

La loi des finances complémentaire de l'année 2018 a instauré un nouveau droit tarifaire appliqué sur une liste de produits importés, un taux d'application variant entre 30% et 200%. L'arrêté ministériel de ministère du commerce datant de 26 janvier 2019 a fixé une liste de 1095 produits soumis à ce droit, la branche de l'agroalimentaire fortement touchée par cette mesure, en effet plus de 658 produits de cette liste sont issus de cette branche, avec un taux variant entre 30% et 120%.

4-5 Interdiction d'importation des produits agricoles durant la période de cueillette

Le mois de juillet 2020, et suite au conseil des ministres de mois de juin 2020, le ministère du commerce a interdit toute importation des produits agricoles saisonniers dont la production est suffisante pour la demande nationale une correspondance a d'ailleurs été adressée directeurs aux présidents et directeurs généraux des banques et établissements financiers par le biais de l'association professionnelle des banques et des établissements financiers le 12 juillet 2020.

5- Analyse de l'effet des stratégies de restriction des produits alimentaires sur la facture alimentaire

Dans cette partie nous allons mesurer l'effet de l'application des différentes stratégies visant la limitation des importations des produits alimentaires sur la facture alimentaire, pour cela nous allons faire appel à l'évolution de la valeur des importations alimentaires de 2014 jusqu'à 2020. ainsi que l'évolution des réserves de change entre 2016-2020.

Tableau 03 : évolution des importations totales-importations alimentaires et solde de la balance commerciale (2014-2020) en Milliards USD

Année	Total importations	Importations alimentaires	Solde de la balance commerciale
2014	58.58	11	4.30

2015	51.70	9.31	-17.03
2016	47.08	8.22	-17.06
2017	46.05	8.43	-10.86
2018	46.33	8.57	-4.53
2019	41.93	8.07	-6.10
2020	34.39	8.09	-10.59

Source : Douanes Algériennes.

A travers une lecture des chiffres de tableau n°03 nous pouvons remarquer une baisse de la valeur des importations alimentaires entre 2014-2016, avant que la facture se stabilise à un niveau de 8 milliards de dollars et cela malgré la mise en place des différentes restrictions à l'importation

La balance commerciale de son côté a enregistré un solde déficitaire pendant six ans, cela est justifié par la baisse des exportations due notamment à la baisse des prix de pétrole (voir graphe 01).

Concernant les réserves de change, une forte baisse est observée, les chiffres montrent une perte de plus 54 milliards de dollar entre 2016 et 2020.

Conclusion

Cette étude nous a permis de démontrer que les pouvoirs publics ont mis en place un ensemble de politiques de restriction des importations alimentaires afin de lutter contre la baisse des réserves de change, depuis 2014, des politiques qui sont mise à jour au fur et à mesure des besoins de marché nationale des produits alimentaires. Néanmoins la facture des produits alimentaires en Algérie reste relativement élevée et cela est dû à la forte dépendance enregistrée dans les matières premières utilisées pour la production des biens à forte consommation tels que la poudre de lait, les céréales.

Bibliographie

➤ **Articles**

SABRINA, D. (2019). L'intégration de la rse dans l'industrie agroalimentaire en algerie. *Revue d'Économie & de Gestion*, 3(1), 41-54.

Khelifa, H., Azeddine, D., & Mhamed, M. (2015). Problématique du développement des industries agroalimentaires en ALGERIE. *European Scientific Journal*.

➤ **Textes législatifs**

[Décret exécutif n° 15-306](#) du 24 Safar 1437 correspondant au 6 décembre 2015 fixant les conditions et les modalités d'application des régimes de licence d'importation ou d'exportation de produits et marchandises. (2015) Journal officiel de la république algérienne n°66, 09 Décembre .

Décret exécutif n° 18-230 du 15 Moharram 1440 correspondant au 25 septembre 2018 définissant les modalités d'élaboration et de fixation de la liste des marchandises soumises au droit additionnel provisoire de sauvegarde et les taux correspondants (2018). Journal officiel de la république algérienne n°57, 26 septembre.

Correspondance n°320/2020 portant sur la suspension des produits agricoles de l'association professionnelle des banques et des établissements financières (2020) ,12 juillet.

BELLAHCENE - BELKHEMSA Ouerdia (UMMTO) : L'opportunité entrepreneuriale au cœur de la dynamique de la filière de blé en Algérie

Résumé

L'opportunité d'affaires créée par les réformes économiques initiées par l'Etat algérien à partir de 1988, est au cœur de la dynamique entrepreneuriale à l'œuvre dans la filière céréales. Les opportunités représentent des « occasions de gains inexploitées qui se trouvent potentiellement à portée de main de tout un chacun » (Ngijol, 2015, p. 100) et les processus de découverte ou de conception, d'évaluation et d'exploitation de ces opportunités représentent des objets d'étude et de recherche essentiels (Verstraete et Fayolle, 2005). A partir de l'analyse de contenu de nombreux documents, cette communication se propose d'examiner comment les spécificités contextuelles, l'objet et le contenu de ces réformes ont influencé le processus d'identification et d'exploitation de l'opportunité "objective" et "donnée" et les rapports à l'Etat que les entrepreneurs privés immergés dans cette filière entretiennent à travers leurs actes. Ce processus participe à la dynamique entrepreneuriale par la création ex-nihilo d'un nombre important d'unités de transformation (351 unités totalisant une capacité de transformation de 29 689 tonnes /jour) et dont les trajectoires de développement sont disparates. La dynamique qui semble être irréversible, a modifié de façon substantielle la structure, les modes de fonctionnement et les orientations stratégiques du marché algérien des céréales.

Mots clés : Opportunité; objective, filière céréalière; création absolue; dynamique entrepreneuriale.

Introduction

L'opportunité est au centre des débats dans le champ de l'entrepreneuriat (Verstraete et Fayolle, 2005 ; Degeorges et Messeghem, 2016 ; Schmitt, 2019). Le développement de cette notion dans ce domaine de recherche date essentiellement de la fin des années 1990 (Schmitt, 2019) et les travaux de Venkataraman (1997) et de Shane et Venkataraman (2000) sont à l'origine de sa mise en perspective.

Par ailleurs de nombreux travaux (Danjou, 2002 ; Verstraete et Fayolle, 2005 ; Degeorges et Messeghem, 2016 ; Schmitt, 2019, etc.) soulignent l'importance du contexte dans lequel l'opportunité survient et prend forme. Le contexte est déterminant dans la formation de l'opportunité et la réalité dans laquelle elle s'enracine influence la perception de l'opportunité et inhibe l'esprit d'entreprise.

Dans le sillage de ces travaux, la présente communication propose une réflexion centrée sur le concept de l'opportunité inscrite dans son contexte national d'apparition (l'Algérie en l'occurrence). En effet, l'Etat algérien, qui ne pouvait se soustraire à l'argumentaire néolibéral à cause d'un modèle économique centralisé qui a montré ses limites (Hudson et Mazouz, 2014, p. 7) a défini une stratégie visant à instaurer les règles de marché et symétriquement à réduire le rôle de l'État (Sadi, 2005).

Dans cette perspective, l'inscription de cette opportunité dans le contexte précis de la filière de blé est d'un intérêt indéniable. Le choix de cette filière n'est pas arbitraire. C'est d'abord une filière stratégique car elle est de loin la première branche de l'industrie agroalimentaire algérienne (Rastoin et Benabderrazik, 2014) dont l'enjeu de sécurité alimentaire est primordial et le blé "est à la base du régime alimentaire d'une plus grande partie des algériens" (Hamadache, 2015).

C'est ensuite, une filière qui s'est réinventée à la libéralisation de l'économie algérienne depuis 1988. Le blé en tant que produit agricole hautement stratégique est au cœur de ce processus de libéralisation (Hamadache, 2015, p. 32). Cette filière est aujourd'hui portée par une dynamique entrepreneuriale qui résulte de la création de nombreuses entreprises industrielles privées qui " *consolident leurs parts de marchés*" (Adli, 2004) et dont certaines ciblent des marchés à l'exportation.

C'est enfin une filière dont peu de travaux académiques font écho aux transformations d'ampleur qu'elle connaît, et encore ont-ils généralement privilégié les activités plus en amont (l'agriculture ou restructurations des entreprises d'Etat (EN SEMPAC et l'OAIC). On conçoit alors l'intérêt de porter notre attention sur la manière dont les entrepreneurs privés nationaux, devenus des acteurs à part entière participent et contribuent à cette dynamique.

Aussi, la problématique que nous développons s'intéresse à la question du "*comment ?*" ***L'opportunité créée par les réformes économiques est exploitée par le privé national et comment ce processus participe à la dynamique entrepreneuriale à l'œuvre dans la filière de blé?***

Notre objectif consiste alors à cerner le contexte de formation de l'opportunité, comprendre le processus, celui par lequel les entrepreneurs privés ont identifié et exploité cette opportunité et rendre compte d'un résultat : la contribution de ce processus à la dynamique entrepreneuriale dans le secteur.

1. Opportunité et dynamique entrepreneuriale

La notion d'opportunité³⁹ est très présente dans la littérature en entrepreneuriat (Degeorges et Messeghem, 2011, Messeghem et Sammut, 2011), à tel point qu'elle en devient un thème de recherche à part entière (Messeghem et Sammut, 2007). En effet, l'article de Shane et Venkataraman, (2000) constitue un point de départ incontournable pour toute recherche portant sur l'opportunité.

Pour ces auteurs, c'est par l'existence de ce gain que l'on obtient en quelque sorte une validation de l'opportunité. En l'absence d'un tel élément, on reste dans le domaine de la simple idée d'affaires. Pour Ngijol (2015), les opportunités constituent autant de déséquilibre dans le fonctionnement des marchés qui peut être exploité par un entrepreneur en ramenant le marché à son équilibre. Degeorges et Messeghem (2016) indiquent que c'est une situation qui conduit potentiellement à une nouvelle relation moyens/fins ou une combinaison besoins/ressources qui permet une création de valeur nouvelle.

Cependant, l'existence de deux conceptions ontologiques de l'opportunité (Alvarez et Barney, 2007 ; Degeorges et Messeghem, 2016) a induit un débat qui se résume au dilemme suivant : l'opportunité est-elle donnée ou construite (Schmitt, 2019) ? Objective ou subjective ? Kirznerienne ou Schumpetérienne ? L'opposition se situe au niveau des hypothèses différentes, des implications en

³⁹ La notion d'opportunité n'est cependant pas spécifique à ce domaine de recherche. La stratégie y accorde une attention soutenue et les opportunités correspondent à la capacité de développer des stratégies nouvelles dans un contexte donné. La déclinaison la plus connue de l'opportunité reste à ce jour la matrice SWOT devenue l'outil classique de diagnostic en matière de réflexion stratégique (Gervais, 2003).

matière de conception d'action entrepreneuriale (Chabaud et Messeghem, 2010) et les perspectives qui ne sont pas les mêmes en fonction des réponses apportées (Schmitt, 2019).

La première conception considère que l'opportunité est une donnée préexistante dans l'environnement. Elle est de ce fait, une occurrence naturelle et une réalité objective identifiable (Degeorges, 2015). Cette opportunité « flotte » en quelque sorte et il appartient à l'entrepreneur vigilant de la découvrir (Ngijol, 2015).

La deuxième conception relève d'une « perspective constructiviste » (Verstraete et Fayolle, 2005, p.35) et propose que l'opportunité soit pensée dans le contexte de l'entrepreneur. L'opportunité est alors considérée comme, la construction cognitive faite par des acteurs sans que le marché (finalité), ni les ressources à employer ne préexistent, comme opportunité potentielle, en dehors des perceptions et des actions de l'entrepreneur (Degeorges et Messeghem, 2016).

Cependant, qu'elle soit donnée ou construite, l'opportunité est contextuelle. En effet, la littérature confère une prégnance au contexte dans lequel l'opportunité émerge et s'exprime. Par exemple, Danjou (2002) met l'accent sur les liens de causalité qui relient activité entrepreneuriale et environnement socio-économique, dont l'observation réflexive et l'objectivation qui en découle, permet d'aboutir à l'identification précise de l'opportunité (Messeghem et Sammut, 2011).

En outre, les modalités d'accès à l'opportunité peuvent être diverses et le produit d'initiatives individuelles. Par opportunité, Fayolle (2017) entend tout aussi bien une opportunité de création d'entreprise (ou d'activité), de reprise d'entreprise (ou d'activité) ou de développement d'une innovation dans une entreprise existante. Ces différentes modalités d'accès permettent la mise en œuvre d'opportunités prometteuses de création d'activités économiques (Gailly, 2000) et par conséquent de dynamique entrepreneuriale.

2. La méthodologie adoptée

Appréhender l'opportunité entrepreneuriale et la dynamique induite dans la filière de blé représente pour nous une double démarche. Pour construire l'objet de notre recherche, nous avons eu recours aux travaux auxquels le sujet a donné lieu. Cette revue a permis une exploration des divers aspects auxquels le concept d'opportunité entrepreneuriale renvoie : sa conception (découverte ou construite), l'importance du contexte entrepreneurial, l'agir entrepreneurial et les modalités dans lesquelles l'entrepreneuriat est incarné.

Pour la réalisation de notre recherche, nous avons eu recours à l'analyse de contenu qui est une "technique indirecte d'investigation scientifique" (Angers, 1997 : p. 157) qui permet de faire un prélèvement soit quantitatif, soit qualitatif en vue d'expliquer, de comprendre et de comparer un fait donné.

3. Les résultats de la recherche

Les résultats que nous avons obtenus vont s'articuler autour des points suivants : le contexte national de formation de l'opportunité d'affaires et la dynamique induite par l'exploitation de cette opportunité.

3.1. Le contexte national de formation de l'opportunité

L'inscription de la formation de l'opportunité dans le contexte de la filière de blé révèle des spécificités du passé (1964-1996) qui éclairent les enjeux et les attentes des réformes mises en place et de la conception de l'opportunité qui a émergé.

3.1.1. Le contexte historique : l'éviction de l'entrepreneur privé (1964-1982)

Historiquement, la filière de blé était une filière sous le monopole de l'Etat. Elle était régulée par deux organismes publics : L'Office Algérien Interprofessionnel des Céréales (OAIC) créée en 1964, et la Société nationale des Semouleries, Meuneries, Fabriques de pâtes alimentaires et couscous (La SN SEMPAC) créée en 1965.

Ce premier schéma organisationnel allait connaître une première modification en 1982 à la suite de la restructuration organique et financière des entreprises. En 1983, la SEMPAC a été restructurée en cinq entreprises des industries alimentaires et dérivés (ERAD). Ces entreprises sont chargées de "transformation des céréales et de la distribution des produits finis.

Dans la filière de blé, les discours justifiant le monopole public partagent un socle commun construit sur deux arguments essentiels. Le premier est lié au rôle déterminant de l'Etat dans le fonctionnement des marchés agroalimentaires. Le second a trait à l'enjeu de la sécurité alimentaire qui nécessite le maintien de l'action publique pour la régulation des marchés et le soutien inconditionnel à la consommation (Hamadache, 2015).

3.1.2. L'émergence de l'opportunité d'affaires

La doctrine libérale a acquis une "forte légitimité" (Messeghem et Sammut, 2011) et le « moins d'Etat » (Sadi, 2005), a laissé la place au privé, perçu comme un relais de l'Etat qui au vu des forces contextuelles

ne pouvait plus assurer son rôle « seul ». Sidi Boumedine (2013) indique à ce propos que le concept de l'entrepreneuriat en Algérie repose sur le postulat que l'Etat n'a plus la mission d'Etat providence. Si la loi sur l'autonomie a permis à certains privés nationaux de débiter leur activité, à l'exemple de Amor Benamor et de Metidji, en réalité, c'est la levée du monopole d'importation des farines et semoules de l'ENIAL et des grains de l'OIAC en 1996 que des changements au niveau de la structure et le fonctionnement de la filière ont eu lieu. Les ERIAD « Entreprises régionales des industries alimentaires et dérivés », ont ainsi été proposées à la privatisation dès 2001, dans le cadre d'un programme de restructuration du secteur public.

En effet, le marché est porteur car le blé est à la base du régime alimentaire de la population algérienne et avec "l'occidentalisation du modèle de consommation" (Rastoin et Benabderrazik, 2014, p. 4), le blé demeure la base de l'alimentation en Algérie : semoule, principalement, pâtes, pain, biscuiterie et pâtisserie. Hamadache (2015) indique que la consommation moyenne est de 526 g de blé per capita et par jour (excluant la consommation animale) et ce niveau de consommation est supérieur à la consommation mondiale moyenne qui est de 183 g per capita et par jour.

Le privé a ainsi transformé le problème posé par le changement de modèle économique et les difficultés rencontrés par l'Etat pour satisfaire le marché local en une occasion d'affaires et en une réalité économique exploitable. C'est une opportunité d'investissement nouvelle et la pénétration des activités qui lui était auparavant inaccessible (importation de blés, le stockage de blé et la transformation première et secondaire).

3.2.1. La création d'entreprises industrielles privées

En Algérie, l'industrie céréalière de la transformation de blé tendre (meunerie) et de transformation de blé dur (semoulerie) constitue la branche la plus importante de l'industrie agroalimentaire. La libéralisation de la filière blé, a permis au privé algérien d'investir dans cette industrie.

En effet, de nombreuses unités industrielles ont été implantées par les entrepreneurs privés nationaux qui ont pris la décision de s'engager véritablement dans la première et la seconde transformation. Ces unités sont pour la majorité des "créations absolues" (Helfer et al, 2004) et de création récente. En effet, Kellou-Harbouze (2010) indique que 58% d'entre elles ont démarré leur activité à partir de l'an 2000. D'autres en revanche, très peu nombreuses ont racheté les unités des entreprises de transformations publiques (les ERIAD) après leur privatisation.

Ces entreprises de transformation placent aujourd'hui le secteur privé largement devant les entreprises publiques (ERIAD), avec 80% des capacités de trituration et la quasi-totalité de la deuxième transformation (Rastoin et Bennabderrazik, 2014).

En Algérie, les privés ont investi dans des usines dans la première transformation du blé. Le tableau n°1 donne le contenu de ce premier processus.

Tableau n°1. La première transformation des céréales en produits finis

Procédés de transformation	Meunerie	Minoterie
Intrants	Blé dur	Blé tendre
Sortants	Semoule large usage Semoule Spécifique (de qualité supérieure, fine et extra fine).	Farines Produits intermédiaires (les germes).

Ce secteur comporte en 2014, 320 minoteries qui assurent la production de la farine et 149 semouleries. Leur nombre était d'après Sassi (2007) de 400 unités dans les années 2000 avec une capacité de transformation de l'ordre de 442 000 quintaux/jour. Cette capacité n'a pas connu une réelle croissance étant donné que "La capacité totale de trituration est de 10 millions de quintaux par an, utilisée à 55% dans le secteur privé" (Rastoin et Bennabderrazik, 2014).

3.2.2. Des trajectoires de développement disparates

Le développement des entreprises créées n'est pas homogène en termes de croissance, de chiffre d'affaires et du nombre d'emplois créés. Certaines de ces entreprises ont adopté des stratégies de diversification en investissant dans l'installation de nouveaux matériels, notamment les lignes de pâtes et de couscous.

D'autres entreprises ont réalisé des opérations d'exportation à l'exemple des entreprises SOPI, Blé d'or, le groupe SIM, EL BARAKA et PASTA LARA. En 2012, les revenus de l'exportation du groupe SIM sont de 3,5 millions d'euros, soit 1,4% de son chiffre d'affaires (Jeune Afrique, 2013). Ce groupe a exporté vers l'Europe et d'Afrique subsaharienne.

3.2.3. Les activités de l'importation et le stockage

Le blé importé par les opérateurs privés (importateurs et transformateurs) représente environ 50% de la disponibilité intérieure. Il est acquis au prix du marché international et aucune subvention n'est accordée aux opérateurs privés.

Aussi, la montée des cours de blé en 2007 a découragé le privé à importer lui-même le blé pour ses usines de transformation. Cette contrainte a considérablement fait baissé sa part dans les importations "passant de 55% en 2005 à 18% en 2008" (Hamadache, 2015). Par conséquent, la crise des marchés de 2008 a marginalisé les opérateurs privés et l'OAIC a vu ses prérogatives renforcées (Rastoin et Benabderrazik, 2014, p. 6). Seules, quelques entreprises dotées de capacités financières ont continué à importer "de temps en temps" du blé amélioré pour corriger la qualité fournie par l'OAIC.

Conclusion

L'opportunité ne peut être appréhendée sans référence au contexte dans lequel elle s'inscrit. Ce contexte porteur d'enjeux, d'informations et de valeurs, est fondamental car il oriente la conduite des entrepreneurs qui perçoivent et exploitent cette opportunité. De ce point de vue, l'inscription de l'opportunité dans la filière de blé a déterminé à la fois, la manière dont l'opportunité créée par la réforme du commerce extérieur a été identifiée et exploitée.

Aussi, deux observations clés émergent. D'une part, l'opportunité d'investissement nouvelle et la pénétration d'une activité qui était auparavant inaccessible au privé est une donnée préexistante dans l'environnement puisque celle-ci est le résultat d'un changement du contexte économique et réglementaire : la levée du monopole d'importation des céréales.

D'autre part, la découverte de cette opportunité a été le point de départ du processus par lequel les entrepreneurs ont déduit les actions à mettre en place afin d'exploiter cette dernière. Les entrepreneurs ont investi l'activité d'importation de blé à côté de l'importateur historique (l'OAIC).

En revanche, le secteur privé contrôle 70% des capacités totales de transformation. La régression des ventes de l'ERAD traduit moins la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs que les pertes de marchés occasionnées par la concurrence exercée par l'industrie privée naissante.

Bibliographie

- Adli Zoheir, Réformes économiques et performances des entreprises publiques agroalimentaires : le cas de l'ERAD d'Alger, Cahiers du CREAD, 2ème et 3ème trimestres 2004,
- Agroligne, "L'essentiel de l'agroalimentaire et l'Agriculture", N°97, décembre 2015 www.agroligne.com
- Aguili T. et Boujebene Y. L'opportunité entrepreneuriale : est-elle objective ou subjective? Approche processuelle, XXV e Conférence Internationale de Management Stratégique, 30 mai au 1 juin 2016 ;
- Bencherf A, Lemeilleur S, Tozanli S, Dynamiques des acteurs dans les filières agricoles et agroalimentaires, in perspectives Méditerranéennes, série B. Et des et Recherches n°64
- Chaubaud D. et Messeghem K., "Le paradigme de l'opportunité. Des fondements à la refondation", in Revue française de Gestion, 2010/7 n°206, pp. 93-112.
- Danjou I., "l'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité", in Revue française de gestion, volume 28, n° 138, avril/juin 2002, pp: 109-125;
- Djermoun Abdelkader, La production céréalière en Algérie : les principales caractéristiques, Revue Nature et Technologie, n° 01/Juin 2009. Pages 45 à 53
- Degeorges et Messeghem K., "Poursuite d'opportunité entrepreneuriale et modes de management", in Finance Contrôle stratégie, 2016.

KACI Ahcène (ENSA Alger) : Filière viandes rouges en Algérie : Bilan d'une décennie

Résumé

Le diagnostic fonctionnel de la filière viandes rouges met en évidence l'existence de trois principaux types de systèmes se distinguant par la quantité de consommation des intrants et par le matériel génétique utilisé. Ils sont le Système extensif, le Système semi- intensif et le système intensif.

Des travaux d'investigation montrent que la progression des productions des viandes rouges, composée essentiellement de l'ovine, et à degré moindre, du bovin, est le résultat de l'amélioration du poids de la carcasse due à un approvisionnement alimentaire plus satisfaisant et le recours aux races plus productives en ovine. La Ouled Djellal a tendance à s'imposer surtout au centre. En bovin, le bovin laitier amélioré a tendance à s'orienter vers une production mixte viande – lait.

Les résultats d'enquêtes réalisées auprès des différents acteurs de la filière (maquignons-éleveurs, chevallards, abattoir et bouchers – détaillants) de la wilaya d'Alger font ressortir des fluctuations des

prix influencées par des facteurs liés à l'animal tels que le sexe et l'âge, et par des facteurs extrinsèques (climat, variations saisonnières, alimentation du bétail, ...).

Sur le plan structurel, les variations des prix de la viande montrent qu'elles sont fonction du prix du vif et de celui des aliments du bétail d'une part, et, d'autre part, de la présence d'intermédiaires plus ou moins nombreux.

Mots-clés : Elevage, Viandes rouges, Filière, Compétitivité, Algérie.

Introduction

En Algérie, évoquer la filière viandes rouges revient à exprimer un vœu tant la réalité semble limitée aux structures extensives des élevages et au caractère spéculatif des marchés (Ferrah, 2002).

Néanmoins, sur le plan fonctionnel, le secteur de l'élevage, notamment l'élevage ovin, occupe une place stratégique dans l'économie agricole du pays, et ce en raison de son poids économique et de ses implications et impacts sur l'emploi, l'environnement et les systèmes de production.

Les structures de prix sont dominées par les marges prélevées par les réseaux privés de commercialisation.

La situation de l'élevage des ruminants à viande nous conduit donc à affirmer que nous sommes en présence de véritables situations de rente qu'il faudrait internaliser au sein des exploitations agricoles.

L'objectif de ce papier consiste à dresser un bilan de la situation de la filière viandes rouges en Algérie durant la dernière décennie, identifier les incohérences afin de proposer quelques solutions de développement futur.

I. Contexte général

La viande et les produits carnés en général ont une grande valeur dans la consommation humaine, vu l'importance des apports nutritifs (particulièrement en protéines) qu'ils fournissent et le plaisir qu'ils procurent lors de leur consommation. Ces produits occupent une place considérable dans la ration alimentaire des populations, notamment riches.

Selon la FAO (2017)⁴⁰, la consommation mondiale a connu une augmentation rapide lors des 50 dernières années. En effet, la production récente de viande (336,4 millions de tonnes en 2018) est supérieure presque de cinq fois à celle des années 1960.

Par ailleurs, les pays qui ont connu une augmentation dans la production de viande (toutes espèces confondues) sont principalement les pays européens, les pays d'Amérique, la Chine et l'Australie. Par espèce, « la production de viande bovine a enregistré la plus forte croissance (+2,1%), suivie de la viande de volaille (+1,3%), tandis que les résultats sont restés stables pour la viande ovine et caprine (+0,6%) et le porc (+0,6%). Le marché international de la viande bovine a été caractérisé par d'importants volumes destinés à l'exportation et une demande robuste, un contexte qui a contribué à la stabilité des prix » (OCDE/FAO, 2019).

En Algérie, la consommation de viande, notamment rouge, demeure relativement modeste pour une grande catégorie de ménages Algériens, notamment ceux disposant d'un pouvoir d'achat faible. En effet, en dehors de certaines périodes et occasions comme le Ramadhan, l'Aid El Adha et certaines fêtes, les Algériens consomment peu de viandes. La consommation nationale moyenne de viandes ovines et bovines a été estimée à 14kg/hab./an (MADRP., 2019).

1- Bref historique du développement de la filière

Avant la période coloniale, plus des deux tiers de la population algérienne vivait du mouton (Nouad, 2013). L'élevage ovin occupait la totalité du territoire avec un système de production et d'organisation très harmonieux basé sur une association élevage/céréaliculture qui permettait une production avec une productivité. Avec la colonisation, ce système a été déstructuré par l'amputation de la zone du processus de production de la viande (zone du Tell) et le cantonnement des élevages en zone steppique, provoquant ainsi la dégradation de la steppe avec toutes les conséquences.

A l'indépendance, on a aggravé la situation et toutes les décisions prises étaient en défaveur de l'élevage ovin.

Cette phase est caractérisée par un déficit en viandes et protéines en général, dû à la sécheresse mais surtout à l'explosion des revenus et de la démographie. Ceci s'est traduit sur le marché par des importations de viandes rouges.

⁴⁰ FAO., 2017. Consommation mondiale de viande.

Sur le plan des disponibilités, jusqu'en 1980, l'approvisionnement en viandes rouges s'est essentiellement fait sur la base de la production locale, où elle représentait plus de 86 % des viandes rouges consommées.

La viande importée représentait moins de 14 % et correspondait à l'importation du bétail variant pour les périodes de grande consommation (Ramadhan et Aïd El Kebir).

A partir de 1980, il y a eu le désengagement de l'Etat de la filière avec une situation aggravée sur les marchés des viandes. Selon Nouad (2013), les prix ont été multipliés par 10 de 1980 à 1990, par 12-15 de 1990 à 1998 et par 3 de 1998 à 2012.

2- Situation actuelle

La filière viande rouge est constituée principalement de deux sous filières. La sous filière viande ovine et la sous filière viande bovine. D'autres viandes diverses dont la caprine et la cameline sont encore assez représentée en milieu rural mais dont l'importance dans les flux marchands est marginale.

2.1. Effectifs

Le tableau N° 1 met en évidence qu'après une évolution en dents de scie entre 2000 à 2005, les effectifs des bovins et des ovins connaissent une croissance à partir de 2006.

Cet accroissement est surtout dû au programme d'importation pour le premier cas du bovin et le croît interne pour le cas de l'ovin.

Tableau N° 1- Evolution des effectifs animaux de 2000 à 2018

Année	Bovin	Ovin	Caprin	Camelin
2000	1595380	17615930	3026730	352 500
2001	1613040	17298790	3129400	368226
2002	1551570	17587740	3280540	249690
2003	1560545	17502790	3324740	253050
2004	1613700	18293300	3450580	273140
2005	1584757	18717404	3504200	279004
2006	1614753	19263902	3666831	248036
2007	1657897	19850823	3774440	292851
2008	1670126	20234930	3828915	299327
2009	1682433	21404584	3962120	301118
2010	1747700	22868770	4287300	313990
2011	1790140	23989330	4411020	318755
2012	1843930	25194105	4894525	340140
2013	1909455	26570980	4910700	344015
2014	2049652	27807734	5129839	354465
2015	2149549	28111773	5013950	362265
2016	2081306	28135986	4934701	376094
2017	1895126	28393602	5007894	381882
2018	1816280	28723994	4908485	417322

Sources : M.A.D.R.P., 2019

La même tendance est observée chez le camelin mais la hausse des effectifs n'a débuté qu'à partir de 2006 puisque ces derniers passent de 248036 têtes en 2006 à 417322 têtes, soit un taux d'accroissement de 68 %.

Par ailleurs, il semblerait que la mise en œuvre de la politique du renouveau rural caractérisée par l'incitation à l'amélioration des conditions de la production a permis l'accroissement du cheptel caprin. Il passe, en effet, de 3026730 têtes en 2000 à 3962120 têtes en 2009, soit un taux d'accroissement de 31 %.

2.2. Systèmes d'élevage

D'après des études effectuées sur les systèmes d'élevage existants en Algérie, trois principaux types de systèmes se distinguent par la quantité de consommation des intrants et par le matériel génétique utilisé.

2.3. Production

La progression des productions des viandes rouges (+ 8,09 %), composée essentiellement de l'ovin, et à degré moindre, du bovin, est le résultat de l'amélioration du poids de la carcasse due à un approvisionnement alimentaire plus satisfaisant et le recours aux races plus productives en ovin.

La ouled djellal a tendance à s'imposer surtout au centre. En bovin, le bovin laitier amélioré a tendance à s'orienter vers une production mixte viande – lait.

La production caprine quant à elle est restée stable relativement durant toute la période. Activité marginalisée dans la production laitière et de viande, elle est mal valorisée et reçoit peu d'intérêt à son développement.

2.4. Importations

La filière viandes rouges repose globalement sur les élevages bovins et ovins articulés à un marché fort rémunérateur, de fait du maintien de la demande à un niveau relativement élevé et de la faible élasticité de l'offre interne. Des milliers de tonnes de viandes rouges fraîches et congelées sont importées chaque année mais ne constituent qu'une infime partie par rapport aux quantités de viandes rouges consommées par les algériens. Ces importations n'ont pas eu d'impact sensible sur les prix pratiqués, mais ont permis une certaine régulation du marché livrée à de nombreux aléas climatiques dont la fréquence des années de sécheresse et d'autres facteurs liés au déséquilibre entre l'offre et la demande.

La structure de l'offre des viandes importées est surtout dominée par l'importation des viandes bovines pour toute la période allant de 2005 à 2017.

En Algérie, les importations n'ont plus pour fonction d'élever le niveau de consommation en protéine animale mais de résorber les fortes tensions des périodes de fortes demandes et le maintien d'un niveau d'approvisionnement suffisant des collectivités dont le rôle social est vital.

2.5. Commercialisation du bétail et de viande rouge

La caractérisation principale des circuits des animaux de boucherie est l'éloignement des centres de consommation des zones de production particulièrement pour l'ovin. L'infrastructure d'abattage est concentrée dans les grands centres urbains, qui pour la plupart se situent au Nord.

Une autre caractéristique importante, la non – maîtrise des conditions de production et la conduite extensive des cheptels entraînent de fortes variations saisonnière et interannuelles du niveau de l'offre de viande.

Ces éléments conjugués déterminent les formes de mise en marché, la structure des différents marchés du vif et le comportement des agents qui interviennent le long des circuits de commercialisation.

2.6. Prix

Le niveau élevé des prix sur le marché intérieur traduit la synergie qui s'établit entre plusieurs facteurs :

- Un marché interne libre immergé dans les structures de l'économie informelle ;
- Une faible élasticité de la production locale découlant de la faible productivité zootechnique ovins et bovins ;
- Une augmentation des prix des aliments du bétail dépendant de l'année climatique et des comportements des stockeurs.

- Une forte demande générée par les catégories sociales à revenu élevé et les spécificités du marché Algérien (spécificité rituels de l'Aïd, forte demande durant le mois de ramadhan) ;
- Un niveau de protection trop élevé voire dissuasif. La levée des restrictions sanitaires et la réouverture du marché international de viandes rouges fraîches réfrigérées ont, certes, permis le développement des flux d'importation en viandes, mais n'ont pas permis pour autant la stabilisation des prix sur le marché intérieur.

II. Démarche méthodologique

Sur le plan méthodologique, des enquêtes systématiques ont été effectuées durant la période (2010 – 2020) dans quelques wilayate du pays (Alger, Djelfa, Tizi – Ouzou et Sétif) auprès des élevages ovins et bovins appartenant au secteur privé. L'environnement de ces élevages a également été pris en considération.

III. Quelles leçons à tirer ?

Cette partie a pour objet de présenter les principales contraintes auxquelles se heurte la filière viandes rouges en vue de proposer quelques possibilités d'amélioration futures par rapport aux enjeux actuelles caractérisés par la compétitivité des territoires, le changement climatique, la recherche de la sécurité alimentaire,...).

1- Contraintes

Nous résumons ces contraintes selon les segments de la filière :

3.1. Au niveau du segment de la production

Les points faibles du segment de la production sont liés au :

- mode de conduite extensif dominant du cheptel ;
- faible niveau technique des éleveurs dans la maîtrise de la reproduction, de l'élevage des jeunes, du rationnement alimentaire ;
- effectif modeste en femelles reproductrices performantes ;

- faible productivité annuelle en viande par femelle reproductrice ;
- insuffisance d'espaces agricoles intensifiables ;
- ressources modestes en alimentation et une forte dépendance en intrants d'aliments de bétail.

3.2. Au niveau de la transformation

Il est actuellement à un stade embryonnaire. La viande ovine est inadaptée à la transformation mise à part sa découpe, sa surgélation et son stockage sous froid.

La même chose pour la viande bovine produite par les races locales inadaptées par rapport au bovin d'importation du fait de son coût élevé ne permettant pas de toucher les couches moyennes de la population.

Malgré un marché porteur et protégé, les segments de la transformation et de la commercialisation des viandes se heurtent aux problèmes d'infrastructures vétustes et à la fixation des prix.

3.3. Le segment de la commercialisation

Les circuits intérieurs de distribution permettent d'acheminer le bétail des zones de production vers les centres urbains de consommation au nord.

Ils sont contrôlés par deux types d'opérateurs : publics (ALVIAR..) et privé (Cherfaoui, 2018).

L'évolution des prix à la consommation de la viande est intimement liée au :

- Mode de conduite des élevages sur les zones de production ;
- Aux circuits de commercialisation ;
- La disponibilité en ressources fourragères.

La spéculation est basée sur la gestion de l'offre d'animaux sur le marché.

Cette spéculation est visible surtout lors des grandes périodes de consommation comme le Ramadhan et l'Aïd .

2- Perspectives

La production de viandes rouges ovines et bovines, qui a bénéficié sur de longues périodes de l'aide de l'Etat, se trouve aujourd'hui au cœur du débat sur la satisfaction des besoins en protéines animales de la population vu les potentialités qu'elle présente. Les acteurs qui opèrent dans les secteurs de l'élevage sont appelés à renforcer leur engagement dans le programme du renouveau agricole, aujourd'hui plus que par le passé et ce, aux fins d'un accroissement significatif de la production nationale, d'une réduction des importations et, partant, contribuer à relever le défi de la sécurité alimentaire.

Pour ce faire, des mesures de restructuration de la filière des viandes rouges doivent être entreprises avec notamment :

- L'organisation des différents maillons (production, transformation et commercialisation) en établissement des relations contractuelles entre acteurs ;
- La mise à niveau de la filière dans une vision à long terme pour permettre une professionnalisation des activités.

Conclusion

En guise de conclusion, nous pouvons dire que la filière viandes rouges en Algérie est par essence une filière marchande où les fonctions d'ajustement et de tri l'emportent sur les fonctions industrielles (Boutonnet, 2015).

La production des viandes rouges en Algérie fournie à 60% par le cheptel ovin. La filière a une structure complexe ou une multitude d'agents interviennent de manière différente sur les circuits du vif et de la viande, cette structuration est surtout le fait de conditions de l'offre très aléatoire qui engendrent une forte spéculation et une atomisation de l'offre au niveau des marchés.

Les niveaux de prix et leur variation saisonnière et annuelle est conditionné par les variations saisonnières et interannuelles de ressources fourragères et des volumes d'importation de viandes et d'orge.

Les opérateurs intervenants le long de la filière sont de deux types : les opérateurs privés qui drainent plus de 95% de l'offre et les opérateurs publics qui n'interviennent de manière significative sur le marché que pendant les périodes de fortes demandes ayant très peu d'impact sur la régulation du marché de la viande rouge. Les plans de production en rapport avec le niveau de consommation sont très difficiles à établir à cause des abattages non contrôlés. Cette filière est dominée par le secteur privé (élevage, transactions commerciales, abattage, transformation et commercialisation).

Références bibliographiques

BOUTONNET J.P., 2015. Structure et logiques de fonctionnement des filières agro-alimentaires : Stratégies des acteurs, rôle de l'Etat, Statut de la qualité. Séminaire du 21 janvier 2015, ENSA El Harrach, Alger, 2015.

CHERFAOUI A., 2018. Contribution à l'étude du système de commercialisation du vif et de la viande rouge dans la wilaya d'Alger. Mémoire de Master, ENSA El Harrach, 2018. .

GREDAAL, 2002. Filières et marché des viandes rouges en Algérie. Observatoire de l'élevage. Synthèse du Gredaal. 2002. Gredaal.com

MADRP., 2019. Statistiques sur le secteur agricole. Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural et de la Pêche (MADRP). Alger, 2019.

NOUAD M. A., 2013. Moraliser la filière pour préserver la production. El Watan du Lundi 14 Octobre 2013.

SAHALI Nourredine, ANICHE Arezki et HAMDAD Toufik (UMMTO) : La création des entreprises de transformation laitière dans la wilaya de Tizi-Ouzou : la zone Sebaou comme exemple d'ancrage territorial

Résumé

La filière lait constitue l'une des filières les plus importantes au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou. Celle-ci a enregistré une avancée considérable ces dernières années, ce qui lui a permis de se classer au quatrième rang au niveau national en ce qui concerne la production et au deuxième rang pour la collecte (2017). Ces réalisations sont rendus possibles grâce aux efforts déployés dans le cadre de la politique laitière poursuivie depuis 2010.

Cette forte activité laitière a motivé l'implantation des entreprises de transformation laitière au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, notamment dans la zone de Sebaou qui constitue le bassin laitier de la wilaya puisque 2/3 de la production totale y localiser. L'émergence de ce tissu industriel a beaucoup aidé le développement de la filière lait à travers la participation à la mise en place d'un réseau de collecte performant, la contribution à l'instauration d'une agriculture contractuelle, l'accompagnement des agriculteurs, etc.

Par ailleurs, ces entreprises participent activement à la satisfaction de la demande locale et nationale en matière de lait et produits laitiers (camemberts, yaourts, fromages, etc). Aujourd'hui, la wilaya de Tizi-Ouzou est spécialisée dans les produits laitiers étant donné qu'elle est devenue leader au niveau national. Dans cette communication, nous allons revenir sur: l'importance de la filière lait au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, l'importance des soutiens publics dans son développement, les facteurs justifiant l'implantation de ces entreprises dans la zone de Sebaou et enfin le rayonnement des ces entreprises sur le territoire national.

CHAIB Baghdad (Université de Tlemcen): Les Industries Agro-alimentaires en Algérie : entre la confirmation de performance et la consolidation de la sécurité alimentaire

Résumé

Les industries agro-alimentaires s'inscrivent dans un processus international qui tente de s'établir comme un secteur qui permettra une relance de l'appareil productif, de l'appareil industriel et surtout la contribution dans le règlement des préoccupations pendantes pour toute économie, à l'instar de l'emploi, la nutrition, l'inflation, le commerce interne et externe, la balance commerciale et principalement le produit intérieur.

Certes, et depuis la découverte de la révolution industrielle au milieu des années 1700, la concentration s'est notamment installée au niveau des industries lourdes et légères, comme ce fut le cas avec les industries manufacturières, extractives, mécaniques, électroniques et autres, du moment que les opportunités et les occasions existantes ont donné des ailes aux producteurs et fabricants pour mieux s'insérer au niveau des marchés domestiques et internationaux.

En Algérie, et comme toute économie qui cherche une stratégie de développement économique, plus soutenable et soutenue, le secteur industriel et particulièrement celui des hydrocarbures tient une place prédominante et cruciale, à en juger à travers les tableaux des inputs et outputs et surtout ceux des indicateurs de l'économie nationale, par contre le secteur agro-alimentaire semble nettement appuyé et soutenu par les décideurs économiques, malgré la confirmation de son importance dans les questions alimentaires, nutritionnelles et commerciales pour le pays.

Cette communication tentera de faire une lumière sur ce secteur trop longtemps mis en veilleuse par les décideurs économiques (trop occupés par le secteur des hydrocarbures) et qui soudainement (par les effets de la baisse du prix du baril) se retrouve parmi les priorités économiques de l'Etat, afin d'analyser les réelles potentialités disponibles et répondre aux attentes de l'Etat et surtout des consommateurs et des marchés.

Mots-clés : Stratégies agroalimentaires, Marchés, Algérie, Sécurité alimentaire, Acteurs, Environnement, Entreprises.

1) Quelques approches littéraires et conceptuelles sur l'industrie agroalimentaire

Dans une contribution de J.MICHARD⁴¹, il est mentionné que « l'industrie agroalimentaire transforme des produits vivants élevés, des plantes et fruits cultivés en produits alimentaires finis, prêts à la consommation. Très hétérogène, ce secteur recouvre plusieurs familles d'activités, elles-mêmes subdivisées en de nombreux domaines », dévoilant, de ce fait, que ce type d'industrie est destiné à la fourniture d'une nutrition équilibrée et accessible pour une grande partie de la population mondiale, lui conférant, par conséquent, cette étiquette de pourvoyeur de denrées alimentaires qui ne soient pas justes disponibles et abondantes au niveau des marchés réciproques.

La conjoncture économique internationale conjugué au contexte social des consommateurs ont dévoilé une nouvelle trajectoire pour les industries agro-alimentaires, d'autant plus que les nouvelles exigences des consommateurs se sont avérées plus incitatives et stimulantes pour ce type d'industrie, multipliant, de ce fait, le nombre des entreprises impliquées et concernées par cette activité, preuve en est qu'une grande partie de ces firmes se retrouve parmi les plus puissantes et les plus performantes (en termes de gains et profits financiers).

Longtemps délaissée au profit d'autres types d'industrie, l'industrie agro-alimentaire se reprend et se relance grâce à une forte mobilisation de consommation observée et signalée au niveau mondial, une résurgence due à une transition nutritionnelle et alimentaire constatée au niveau des consommateurs, liée à une forte intensité salariale et une percée d'une nouvelle politique de revenus qui s'est accompagnée par un engouement sans pareil aux questions de nutrition et alimentation, avec en prime une nouvelle reconfiguration de la répartition nutritionnelle.

Plusieurs auteurs, chercheurs, experts, institutions internationales se sont penchés sur ce sujet, dans un souci de mieux préparer les arguments scientifiques et valorisés pour défendre l'idée sur la nécessité de remettre sur rail la croissance des entreprises agro-alimentaires, pour un double objectif :

- 1) Atteindre un niveau de profit acceptable et confortable pour les entreprises impliquées dans ce type d'activité.
- 2) Atteindre un niveau d'assurance d'une sécurité alimentaire pour les marchés internationaux de consommation.

Cela ne doit constituer une contradiction du moment que les producteurs et consommateurs jouent une bataille plus humaine et sociale, avec un appui de l'Etat et ses institutions.

2) Les industries agroalimentaires dans le cas algérien

Il faut savoir que la question de la satisfaction des besoins alimentaires de la population fut toujours au cœur des préoccupations des pouvoirs publics, nonobstant les changements et transformations opérées au cours du processus de développement, que ce soit pendant la période du système centralisé, la période de la transition ou celle qui coïncide avec la mise en place du système marchand et libéral

Le fait que ces entreprises (privées et publiques) ont bien saisi cette opportunité de la libéralisation des prix, et le soutien de l'Etat en termes de fiscalité, assurances, aides à l'importation et aussi pour les exportations, et surtout des facilités au niveau des banques et institutions financières et administratives, a fait que les entreprises agro-alimentaires ont tenté une certaine percée économique et commerciale pour prendre des parts du marché,

Les grands noms de l'industrie agro-alimentaire, entre-autres, Amor Benamar, Cévitel, Hamoud Boualem, Sim, Soummam, Seybouse, et autres, ont confirmé leurs présences et leurs aptitudes à offrir sur le marché national des produits et denrées qui répondent au mieux à la demande exprimée par les consommateurs, tout en tenant à la question des prix et la qualité, s'offrant même, au passage, certains privilèges pour les opérations de vente à l'étranger.

Dans le cas algérien, il semble que le système centralisé a laissé des traces et des séquelles dans la question du management des entreprises économiques, y compris celles versées dans l'industrie agro-alimentaire, excluant les compétences réelles des décideurs et responsables au niveau de ces entités et comptant, trop souvent et d'une manière exclusive, sur des décisions hiérarchisées et centralisées qui ne

⁴¹ J.MICHARD, Studyrama, 2017.

correspondaient pas aux réalités vécues sur le terrain et surtout des besoins alimentaires que ces entreprises pouvaient satisfaire et répondre.

Certes, il semble qu'une attention particulière est observée et soulevée auprès des entrepreneurs et autres porteurs de projet dans ce créneau (en consultant le nombre de TPE et PME), mais cela demeure plutôt quantitatif que qualitatif, et aussi un management inapproprié et inadéquat pour une telle activité, exception faite de grosses boîtes déjà implantées au niveau des marchés domestiques et qui lorgnent vers l'extérieur.

Une certitude existe, néanmoins, et relatif du fait que les entreprises agroalimentaires dans ce pays exercent dans un nouveau environnement économique, tant national qu'international, qui diffère totalement de l'ancien mode, plus rigide et rigoureux, ce qui présage d'une nouvelle dynamique qui peut être relancée et reconduite pour les producteurs, sachant que les institutions internationales accordent une importance particulière et précieuse à ces questions d'alimentation et sécurité alimentaire.

A notre avis, les entreprises agro-alimentaires en Algérie se retrouvent dans un contexte plus favorable, incitatif et intéressant pour conquérir les parts du marché, tant nationaux qu'internationaux, pourvu que les autres parties prenantes jouent le jeu, à l'instar de l'Etat et ses institutions, ainsi que les marchés de consommation, mais cela requiert aussi des stratégies et politiques appropriées et adaptées pour éviter les erreurs et lacunes des anciennes pratiques managériales et productives pratiquées.

3) La quête de la performance du secteur agroalimentaire en Algérie

Plusieurs auteurs se sont penchés sur cette question de performance qui explique les positions (fortes) des multinationales agroalimentaires dans le monde, entre-autres, F.CHERIET, J.L.RASTOIN, R.PEREZ et autres, et convergent vers l'idée que les entreprises locales sont obligées de recourir à des politiques assez déterminantes et percutantes, pour pouvoir s'assurer une place, au moins, à l'échelle régionale, considérant que le règlement de la problématique de sécurité alimentaire passe et transite par une nécessité de créer une atmosphère et environnement qui sied bien aux objectifs tracés, sans que cela ne puisse créer des ennuis et soucis financiers et économiques.

Les entreprises algériennes (privées ou publiques) se spécifient par des tailles de moindre envergure et de poids par rapport aux entreprises géantes dans ce type d'activité, malgré les efforts déployés et fournis par quelques entreprises qui cherchent à se hisser au niveau international, tout en portant une attention particulière à la question de la sécurité alimentaire dans le pays, tant en termes de l'abondance, qualité que les prix.

Notre focalisation sur les critères tels que la performance, l'efficacité, l'efficience, rendements, émane de notre profonde conviction que la question de la sécurité alimentaire ne se résume pas uniquement à une équation à multiples variables comme la disponibilité des produits, l'amélioration de la qualité, l'application des prix jugés raisonnables et abordables, les moyens d'accessibilité et autres, mais bien de mettre en place un environnement stimulateur aux entreprises locales et versées dans ce type d'industrie afin qu'elles s'occupent plus de leurs engagements en termes de résultats et valeur ajoutée.

4) Quel avenir pour les entreprises nationales agroalimentaires face à la cruciale question de la sécurité alimentaire ?

Pour le cas algérien, et malgré les bonnes intentions et la bonne volonté des décideurs économiques et politiques du pays pour la question de la sécurité alimentaire avec un clin d'œil pour les entreprises agroalimentaires, la situation d'un règlement définitif n'est pas encore résolue et réglée, poussant, de ce fait, le pouvoir en place à réfléchir sur deux fronts :

1) Malgré la contrainte financière, la mise en place d'une stratégie de consolidation de la fourniture et l'abondance des produits agroalimentaires pour la population, avec des prix étudiés et souples.

2) La réflexion sur les démarches et pratiques pour booster et encourager les entreprises concernées à mieux travailler dans la production et la distribution des denrées alimentaires, surtout en termes des prix affichés.

Dans un souci de préserver la sécurité alimentaire et comme bien cité⁴², le plan national d'appui aux industries agroalimentaires, élaboré par le ministère de l'industrie et celui de l'agriculture et du développement rural, et lancé en 2010, avait misé sur l'amélioration de la compétitivité des entreprises du secteur afin de créer plus de richesses et de l'emploi. Mais, également sur l'accroissement du chiffre

⁴² Revue Agroline, N°103, Avril-Juin 2017.

d'affaires de ces entreprises. Cette tendance à l'expansion et au développement fait de l'agroalimentaire un marché porteur.

Il est clair que le contexte actuel est plus favorable pour la relance des entreprises agroalimentaires, au vu de l'existence d'un marché, d'une relative production agricole, un environnement socio-économique plus adapté et surtout un engagement étatique plus prononcé et affiché des décideurs économiques, seulement le bémol existe au niveau de la question du financement des projets lancés par ces entreprises par la faute de la détérioration des revenus extérieurs par le fait d'une conjoncture financière assez défavorable pour le pays.

On considère que l'avenir du secteur agro-alimentaire est bien tributaire des éléments externes, entre-autres : Les marchés internationaux, le régime fiscal, le cadre réglementaire, la nature des appuis et soutiens de l'Etat, les revenus distribués et autres, ainsi qu'internes, comme : Une compétence managériale assez poussée et élevée, un savoir-faire acquis dans les chaînes d'approvisionnement et commercialisation, une fonction de recherche et développement plus orientée vers l'agro-alimentaire, une technicité performante dans la production et autres, tout cela bien évidemment dépendant des humeurs des marchés pétroliers internationaux qui s'invitent à chaque idée de relance d'un secteur économique en Algérie.

5) Industrie agroalimentaire versus sécurité alimentaire en Algérie

Il faut savoir que l'Etat a mis en place un programme de développement des industries agroalimentaires (PNDIA) à partir de 2010 pour précisément renforcer la place stratégique de cette filière au niveau de l'économie, et comme première priorité pour la nouvelle politique industrielle.

Il est certain que la question de la sécurité alimentaire est plus primordiale et prééminente pour certains Etats qui ressentent le besoin d'un règlement définitif (comme le cas de l'Algérie), mais on doit bien préciser que cela ne pourra se concrétiser et se produire sans que le secteur concerné ne soit apte et disponible pour une telle démarche, d'où la nécessité de promouvoir un développement conséquent et adéquat pour la production agroalimentaire, avec toutes les mesures nécessaires dans ce sens, à l'instar d'un management idéal, d'un financement à la hauteur des engagements, et surtout d'un environnement dévoué pour un tel dessein.

Discuter de la filière agroalimentaire en parallèle avec la question brûlante de la sécurité alimentaire en Algérie requiert quelques mesures, entre-autres :

- Une croissance soutenue et régulière de la production agricole à tous les niveaux (végétale, animale, intensive, extensive,...).
- Une structure organisationnelle parfaite et appropriée au niveau des entités agroalimentaires locales et nationales.
- Un cadre d'accompagnement parfaitement intégré et inséré dans le concept de la sécurité alimentaire, à l'image du cadre financier et bancaire, juridique, légal, institutionnel et autre.
- Une vision claire, nette et précise du rôle de l'Etat dans ce secteur, avec une clarification et précision des missions et fonctions qui lui sont dévolues.
- Un marché national capable d'absorber et acquérir les produits disponibles au niveau des marchés nationaux, évitant les éventuels et probables dysfonctionnements et dérèglements qui peuvent émerger.
- Une espérance que les aléas extérieurs (turbulences, perturbations, déséquilibres, crises partielles ou globales des marchés internationaux) ne puisse perturber ni altérer le bon déroulement des procédures au niveau de l'économie nationale.
- Un autre accompagnement souhaité et espéré des institutions internationales agroalimentaires (à l'exemple de la FAO, FIDA) pour bien soutenir les entreprises nationales dans la sécurité alimentaire pour la population et pourquoi pas une éventualité d'exportation vers les marchés internationaux.

Les enjeux et les perspectives des entreprises agroalimentaires en Algérie sont définis par des paramètres internes et externes, et il va falloir aux dirigeants et managers de choisir et tracer les politiques et stratégies les plus conformes, adaptées et convenables pour mener à bien les activités qui sont rattachées, tenant compte d'une forte probabilité que l'environnement interne et externe est devenu très

insaisissable et intenable, avec des sursauts et des humeurs qui peuvent compromettre les objectifs tracés et remettre en cause les stratégies initiales élaborées et mises en application.

Entamer un débat sur les entreprises agroalimentaires en Algérie en parallèle avec la question de la sécurité alimentaire nous amène à insister sur le fait que les deux éléments et variables sont intimement liés et rattachés par le fait que les activités de ces entreprises sont axées sur la nécessité de fournir les marchés de consommation avec des produits sains, sanitaires et hygiéniques et surtout accessibles, allusion faite à la sécurité alimentaire qui n'est pas juste un phénomène purement socio-économique.

A la lumière de ces points, on arrive à une certitude que les industries agro-alimentaires dans ce pays et la question de la sécurité alimentaire ne sont pas dissociables ni contradictoires, du moment que ces entreprises ont pour mission de produire des produits demandés par les marchés de consommation, ce qui peut alléger, en même temps cette lourde mission de l'Etat dans l'assurance d'une sécurité alimentaire pour la population, sans trop de préjudices ni pour l'un comme pour les autres.

Epilogue

Pour notre part et en guise de conclusion partielle et inachevée, on croit que les entreprises nationales se situent dans une phase de décollage et démarrage, certes un peu forcées, pour pouvoir se mesurer à des niveaux de concurrence et compétitivité assez élevés, ce qui laisse supposer des circonstances atténuantes, mais cela nécessite un certain temps pour que celles-ci réalisent des performances et des rendements économiques et financiers appréciables et confortables, facteurs clés pour la question de la sécurité alimentaire.

Il n'en demeure que le fardeau semble plus partagé entre l'Etat et ces entreprises pour cette question de sécurité alimentaire, partant du fait que la conjoncture économique internationale (la baisse du prix du baril qui commence à retrouver certaines couleurs et les effets de la pandémie Covid 19) n'est pas réellement au rendez-vous pour permettre une éclosion du secteur agro-alimentaire, accentuée avec une absence d'une économie diversifiée et compétitive, mais cela constitue, à nos yeux, une opportunité et une aubaine pour créer une synergie et une coordination entre les deux partenaires, du moment que les profits et les avantages sont plus convergents que divergents.

Références

- 1) C.Baghdad, K.Leila et C.Kamel, « LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE EN ALGERIE : ENTRE LA PRESERVATION D'UNE SECURITE ALIMENTAIRE ET LA PERENNITE DU SECTEUR », Journée d'étude sur les stratégies agro-industrielles en Algérie, Ecole Supérieure de Management, Tlemcen, Mars 2018.
- 2) D.BELAID, recueil intitulé « Le secteur agroalimentaire en Algérie », Tome 1, Collection Dossiers Agronomiques, Edition 2016.
- 3) J.MICHARD, Studyrama, 2017.
- 4) J.M.TOUZARD, « Sécurisation alimentaire et innovations dans l'agriculture et l'agroalimentaire : vers un nouvel agenda de recherche ? Une revue de la littérature », revue Cahiers Agricoles, Volume 21, N°5, Septembre-Octobre 2012.
- 5) Rapport intitulé : « Analyse de l'état de la Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle en Algérie », Revue stratégique de la sécurité alimentaire en Algérie, CREAD, Mars 2018.
- 6) Revue Agroline, N°103, Avril-Juin 2017.

Troisième séance plénière

Président: Pr. AMOKRANE Abdellaziz

Rapporteur: Dr. GHEDDACHE Lyes

AMIRI Dalila et AKNINE Rosa (UMMTO) : Agriculture territoriale et l'agroalimentaire entre défis et contraintes. Cas de la wilaya de Tizi-Ouzou

Résumé

Les potentialités agroalimentaires de l'Algérie sont considérables dans le cadre des réalités économiques et sociales. Elles participent fortement à l'alimentation de l'industrie du pays. Elles constituent aussi un défi pour les générations à venir. Au niveau territorial, l'ancrage de l'activité agricole est ancien et dépend du savoir-faire local et l'intervention des acteurs locaux. L'exemple de la wilaya de Tizi-Ouzou à travers les soixante-sept (67) communes est illustratif. Plusieurs projets agricoles ont été réalisés et d'autres restent à réaliser. On se pose la question quelles sont les potentialités agroalimentaires agricoles locales et les contraintes de développement de l'activité agricole.

Mots clés : Agriculture, agroalimentaire, territoire, potentialités, développement.

Introduction

Le développement de l'agroalimentaire est très important pour l'économie du pays dans le contexte de la mondialisation. En plus le territoire se rattache à travers l'intervention des différents acteurs et institutions

Les difficultés de ce secteur impliquent des investissements publics importants, une riche politique d'informations et des données statistiques considérables pour maîtriser la gestion de ce secteur au niveau national et local.

Notre contribution s'inscrit dans l'optique d'analyser les multiples caractéristiques de ce secteur, les contraintes rencontrées et les perspectives de développement à travers l'exemple de ma wilaya de Tizi-Ouzou.

1-Les différents programmes de développement économique

L'économie de l'Algérie a connu plusieurs mutations et réformes depuis l'indépendance afin d'assurer le développement économique et social.

1-1-L'économie planifiée du pays de l'année 1962 jusqu'à l'année 1978

La période de l'année 1962 jusqu'à l'année 1971, l'économie algérienne est caractérisée par la [nationalisation](#) des différents secteurs clés de l'économie nationale et la création d'entreprises publiques. Ainsi, un processus de [planification](#) centralisée est mis en place, la création d'une structure industrielle s'est effectuée et le parachèvement des institutions publiques s'est concrétisé. A travers l'année 1966 on assiste à la nationalisation des [mines](#) et des compagnies d'assurances étrangères et la signature d'accords de coopération avec la [France](#). Pour l'année 1971, il ya aussi à la [nationalisation](#) des [hydrocarbures](#) avec l'acquisition par l'État de 51 % des avoirs des sociétés pétrolières françaises présentes en [Algérie](#). Pour la période de novembre 1971, le gouvernement a lancé fortement la « révolution agraire » et la « gestion socialiste des entreprises »⁴³.

1-2-La crise et la restructuration de l'année 1979 jusqu'à l'année 1987

Durant les années 1980, l'économie du pays est fortement restructurée. La crise économique a commencé à partir du [choc pétrolier](#) dès l'année 1986. La chute du prix du brut caractérise ainsi le milieu de l'année 1985 et s'accélère durant l'année 1986. Le niveau des prix provoque des dysfonctionnements structurels de l'économie du pays. Les différents prix du [pétrole](#) réduits à raison de 40 % déstabilisent le potentiel industriel algérien. La dépendance d'un système construit sur la seule performance du secteur des [hydrocarbures](#)⁴⁴ est rendue fragilisée.

1-3-La crise et la privatisation de l'année 1988 jusqu'à l'année 1993

La baisse du prix des [hydrocarbures](#) de l'année 1985 jusqu'à l'année 1987 a provoqué des conséquences sur le plan social et économique du pays. La crise politique de l'année 1988, les résultats liés aux élections de l'année 1991 et leurs annulations ont engendré une période d'insécurité et de problèmes économiques pour le pays. Les aides financières octroyées par le [FMI](#) et les mesures d'accompagnements ont accéléré les réformes algériennes.

1-4-Le passage à l'économie de marché de l'année 1994 jusqu'à l'année 2020

Vers l'année 1994 on assiste fortement le passage d'une économie dirigée à une [économie de marché](#), à la [dévaluation](#) du dinar algérien, à la [libéralisation](#) du commerce extérieur, à la liberté des prix, et au rééchelonnement de la [dette extérieure](#). Avec l'économie de marché du pays, la classe moyenne, majoritairement structurées de fonctionnaires avant l'année 1994, s'est trouvée décimée en quelques années⁴⁵. Après 20 ans de passage à l'économie de marché, l'économie algérienne demeure très peu industrielle avec un secteur industriel pesant moins du taux de 5 % du PIB et est essentiellement constituée de petits services et de commerces (u taux de 83 % de la superficie économique). Elle est aussi caractérisée par les sureffectifs dans les différentes entreprises publiques ainsi que dans l'administration⁴⁶. Les ventes liées du secteur énergétique représentent encore plus de 95 % de ses recettes extérieures et de 60 % du budget de l'État.

2-La mise en œuvre des différents projets de développement publics

⁴³ [Algérie : chronologie historique](#), Par Olivier Pironet, [Le Monde diplomatique](#), le 05 juillet 2012.

⁴⁴ [Économie algérienne 1986 - 1998 : Les réseaux aux commandes de l'État](#), Par Omar Benderra, Extrait de La Méditerranée des réseaux, Marchands, entrepreneurs et migrants entre l'Europe et le Maghreb, sous la Direction de Jocelyne Cesari, Maisonneuve et Larose, octobre 2002, Algeria-watch.

⁴⁵ L'Algérie des réformes économiques : un goût d'inachevé, Par Kassim Bouhou, [politique étrangère](#), n° 02/2009.

⁴⁶ [Les six impacts de la baisse du cours du pétrole sur l'Algérie](#), Abderrahmane Mebtoul; lematindz.net, 18 août 2015.

Durant les [années 1980](#), l'[économie](#) algérienne a connu des difficultés. En effet, le [contre-choc pétrolier](#) de l'année 1986 a déstabilisé l'économie rentière, c'est la période des plans anti-pénurie et de stabilisation. Aux débuts des [années 1990](#), le pays a engagé des [réformes structurelles](#) concrétisant ainsi la transition vers le système de l'[économie de marché](#).

Le rapport de l'année [2017](#) réalisé par le cabinet de conseil et d'intelligence économique Oxford Business Group (OGB) sur l'[Algérie](#) indique les efforts consacrés par le pays pour renforcer et diversifier l'économie sur fond de chute des prix du pétrole. Il évoque la contribution du secteur privé dans le [PIB](#), en particulier du rôle des [petites et moyennes entreprises](#) (PME) soutenues par des mesures nouvelles; ainsi que le secteur des services financiers, qui a connu des changements positifs telle que notamment l'instauration du [paiement en ligne](#)⁴⁷.

3-La mise en œuvre des plans de développement

L'investissement public du pays a été développé par les différents revenus du pétrole et du gaz grâce aux prix élevés, bien que le volume de production a chuté. Des réformes politiques, économiques et sociales sont nécessaires pour améliorer les conditions de vie et mener à bien le processus engagé de démocratisation.

Le plan quinquennal d'investissement du pays relatif à la période 2010-2014 est évalué à 286 000 000 000 dollars américains, dont 40 % consacrés au développement humain.

Le plan quinquennal relatif à la période 2015-2020 du pays est lié à l'achèvement de l'ensemble des programmes de développement des infrastructures socio-économiques en cours de réalisation pour une valeur de 262 000 000 000 dollars américains.

4-L'Agroalimentaire dans le cas de l'économie de la wilaya de Tizi-Ouzou

La wilaya a une position géographique qui lui permet d'avoir une communication avec l'ensemble de la composante de sa région. Elle contient des fonctions urbaines ; son aire d'attraction représente un poids démographique considérable. Cependant, le développement économique, la répartition des commerces et services et de l'industrie⁴⁸. L'exode rural dans la région a permis la création des activités à partir des différentes stratégies économiques mises en œuvre par les populations. Elle a concerné notamment le développement d'activités commerciales modernes. Un développement de petites unités valorise la production arboricole locale, dont une dizaine d'unités : huileries, minoteries, conditionnement de figes sèches destinées à l'exportation⁴⁹. Cependant, la wilaya est caractérisée par la réputation de l'oléiculture en Algérie ; avec un total de 3,5 million d'Oliviers, la somme des productions d'huile de la wilaya de Tizi Ouzou dépasse toujours 50 % de la production algérienne en comptant avec celle de Béjaïa⁵⁰. La wilaya localise 16 zones d'activités et une zone industrielle au long de la vallée de Sebaou (il ya la zone industrielle de Aïssat Idir), offrant aux investisseurs des opportunités foncières d'investissement d'environ 353 hectares et pas moins de 1 245 lotissements⁵¹.

Conclusion

L'agroalimentaire est très important pour le pays et pour le territoire. Elle dépend des aléas du marché mondial. Les augmentations de prix ont des répercussions sur le développement des différentes filières à travers toutes les chaînes de distribution.

Les programmes publics à travers ce secteur s'inscrivent dans le processus de la mondialisation et de l'économie de marché. Mais avec la baisse des ressources en hydrocarbures, le pays encourage les autres ressources renouvelables pour s'inscrire dans le processus de développement durable au niveau national et local et assurer la sécurité énergétique et alimentaire du pays.

Les activités agroalimentaires peuvent être développées à travers l'intervention des institutions publiques, du mouvement associatif, des infrastructures publiques, la levée des barrières douanières et fiscales pour permettre la circulation légale des produits et services.

Bibliographie

⁴⁷L'économie algérienne, Wikipédia, Encyclopédie libre.

⁴⁸ Chahrazed Guerrouah, « *Croissance urbaine de la ville de Tizi-Ouzou versus transport public local : Implications sur le développement territorial* », Article, Université Mouloud Mammeri, 2016.

⁴⁹ M.-O. Oussalem, « *Kabylie : Economie contemporaine. (artisanat et industrie)* », *Encyclopédie berbère*, n° 26, 1^{er} mai 2004, p. 4042–4046.

⁵⁰ Jean-Pierre Laporte, Rachid Oulebsir, Tahar Hamadache (Ighil Oumset et Akbou), « *Olivier (La culture de l'olivier, de l'Antiquité à la Kabylie contemporaine)* », *Encyclopédie berbère*, n° 35, 1^{er} juin 2013, p. 5730–5749.

⁵¹ « *Zones d'activité à Tizi Ouzou : Plus de 43% de la superficie inexploités* / *El Watan* », sur www.elwatan.com

- 1-[Algérie : chronologie historique](#), Par Olivier Pironet, *Le Monde diplomatique*, le 05 juillet 2012.
- 2-[Économie algérienne 1986 - 1998 : Les réseaux aux commandes de l'État](#), Par Omar Benderra, Extrait de *La Méditerranée des réseaux, Marchands, entrepreneurs et migrants entre l'Europe et le Maghreb*, sous la Direction de Jocelyne Cesari, Maisonneuve et Larose, octobre 2002, Algeria-watch.
- 3-*L'Algérie des réformes économiques : un goût d'inachevé*, Par Kassim Bouhou, *politique étrangère*, n° 02/2009.

BERBOUCHA Sylia, IFOURAH Hocine et BOUDACHE Souad (Université Béjaia): La création et le développement des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia

Résumé

L'agriculture et l'industrie ont toujours été considérées comme deux secteurs radicalement distincts, qu'il s'agisse de leurs caractéristiques ou de leur rôle dans la croissance économique. L'agriculture était le précurseur du développement et celui-ci était jugé au degré d'industrialisation atteint par les pays. La croissance économique n'était autre chose que le passage plus ou moins graduel d'une économie agricole à une économie industrielle, financé par le produit de l'agriculture.

L'objet de cet article consiste principalement à étudier l'entrepreneuriat agricole et la création d'emploi dans l'industrie agroalimentaire. La présence des entreprises agricoles sur un territoire revêt une importance particulière pour la vitalité des milieux ruraux. Cependant le contexte économique actuel fait une sorte que le développement de l'entrepreneuriat représente un nouveau défi pour assurer la relève des entreprises agricoles existantes ou pour la création de nouvelles entreprises.

Mots clé : Industrie agroalimentaire, l'entrepreneuriat, entreprise agricole, zone rurale, Bejaia.

Introduction

L'entrepreneuriat est devenu aujourd'hui un moteur majeur de développement économique et social. L'ensemble des avantages qu'il génère justifie énormément l'intérêt croissant qu'il suscite. Par ailleurs, en plus de sa contribution dans la création d'emploi, dans l'innovation et le renouvellement du tissu économique, de compétitivité et de la richesse, l'entrepreneuriat présente une formidable machine de valorisation des connaissances et de transfert de technologie d'un pays.

Des lors, en Algérie comme dans tous les pays du monde, la création des entreprises est un phénomène vital par sa contribution au développement et à la valorisation du tissu économique, bien que l'importance qui lui est accordée est différente d'un pays à un autre voire même d'un contexte à un autre.

C'est dans cet ordre d'idée que l'objectif que nous poursuivrons est d'identifier et d'analyser les facteurs qui favorisent la création et le développement des entreprises agroalimentaires au niveau de la wilaya de Bejaia le sujet est vaste c'est pour cette raison nous intéresserons à un champ d'étude maîtrisable et un secteur important. La wilaya de Bejaia fait partie du premier lot en matière de création de PME, elle connaît une dynamique entrepreneuriale dans l'agroalimentaire à l'instar des autres wilayas du pays, la problématique de notre intervention s'articule autour de la question principale suivante : **Quels sont les facteurs qui favorisent la création et le développement des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia ?**

1-Contexte et dynamique de l'entrepreneuriat en Algérie

Le passage d'une économie dirigée à une économie de marché à partir de 1988, a conduit le pays à établir des relations avec les institutions internationales telles que le fond monétaire international(FMI) et la banque mondiale pour atténuer la crise de ses dettes et pour pouvoir appliquer un régime de politiques monétaires, financière et commerciales. Cette dépendance a induit un changement important dans l'économie algérienne basée sur la libération des marchés. Ces faits ont orienté le pays vers la privatisation de nombreuses entreprises publiques marquée par la restructuration de type compression des effectifs faisant entrainer le problème du chômage. Cette transition est influencée par la reconnaissance que le secteur public à lui seul ne peut répondre aux besoins économiques et sociaux grandissant du pays et par conséquent le recours au secteur privé est une nécessité absolue. Chose qui a contribué au lancement et au développement des PME en Algérie, notamment suite au nouveau code de la promotion de l'investissement promulgué le 05/10/1993 dans le souci du redressement économique, qui a connu des résultats satisfaisants (Firlas, 2012). Suite à la loi d'orientation sur les PME en 2001, le nombre de ces entreprises a nettement augmenté. Les statistiques disponibles indiquent que plus de la moitié des PME ont été créées entre 2001 et 2011.

L'industrie agroalimentaire est le secteur dont la tâche principale est de convertir les matières premières issues de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche en aliments finis et prêts à la consommation. Par

conséquent, le développement de cette l'industrie constitue un enjeu social et économique et financier. La force de ce secteur est liée à son hétérogénéité dans sa structure et dans l'espace géographique. En Algérie le secteur agroalimentaire est composé de plusieurs branches et filières tels : transformation des céréales, des oléagineux, des produits animaux boissons et dérivés ...etc.

2. Méthodologie de recherche.

Notre première tâche consiste à déterminer la population ciblée par l'enquête. Il s'agit, dans ce cas précis, l'ensemble de la population de petites et moyennes entreprises (PME) sises dans la région étudiée.

L'enquête menée a ciblé un ensemble d'entrepreneurs dans la wilaya de Bejaia. L'objectif est de recueillir le maximum d'informations nécessaires qui nous permettrons de répondre à notre questionnement.

L'objectif de la présente communication consiste principalement à étudier l'entrepreneuriat et la création d'emplois dans l'industrie agroalimentaire, cependant le contexte économique actuel fait une sorte que le développement de l'entrepreneuriat représente un nouveau défi pour assurer la relève des entreprises existantes ou pour la création de nouvelles entreprises, rappelons-le, nous cherchons à trouver des éléments de réponse à notre problématique sur les facteurs qui favorisent la création et le développement des entreprises agroalimentaires au niveau de la wilaya de Bejaia.

Tableau 1 : Taille et structure de l'échantillon visé et final

Secteur d'activité	Nombre de répondants
Agroalimentaire	23

Source : élaboré par nos soins à partir de l'investigation de terrain. Bejaia. 2021.

3. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête.

3-1 Identification et caractéristiques de l'entreprise

Dans ce premier axe, il s'agit de recueillir des données générales sur l'entreprise, à savoir, le milieu d'implantation, statut juridique, l'année de création, secteur d'activité. Enfin la taille de l'entreprise et le marché cible. L'objet de ce premier axe est l'identification de notre échantillon.

Les résultats nous permettent de dénoter que (47.83%) des entreprises sont implantées dans des zones industrielles. Suivis par un taux de 39.13% d'entreprises localisées dans des zones d'activité, 8.79% cas ont implanté leur unité sur un terrain privé. Une seule entreprise soit un taux de 4.34% est localisé dans une zone urbaine.

Nous constatons que les SARL constituent la part majoritaire soit pour 47.83% suivi par 30.43% des SPA.

Le statut SNC est représenté par un taux de 13.04%, quant au statut EURL nous retrouvons deux entreprises.

Les résultats obtenus montrent aussi que la production de boissons rafraîchissantes avec un taux de 36%, et la production laitière soit un taux de 32%, prennent tête, quant au secteur céréalier et oléicole s'articulent avec un taux 20%, 12%.

Les premières entreprises créées remontent au début des années 1999, soit près de 30.43%, 60.87% entreprises sont créées être 2000-2010 ce qui dénote de l'important investissement de l'Etat pour favoriser et faire épanouir l'acte entrepreneurial par les différents dispositifs d'aide engagés en la faveur de cet investissement.

La taille de l'entreprise est mesurée par le nombre des salariés, dans notre échantillon la PME avec ses différents types dominant nous retrouvons la micro entreprise avec un taux de 13.04% de cas, la petite entreprise avec un taux de 21.75% et la Moyenne entreprise avec un taux de 30.43%. La Grande entreprise est représentée par un taux de 34,78%.

3-2 Profil et trajectoire socioéconomique de l'entrepreneur

Le deuxième axe est une sorte de suite à son président, il va un peu dans les détails des antécédents de la personne enquêtée. Il comporte des questions relatives à son niveau d'étude, sa situation avant d'entreprendre son affaire, la situation professionnelle antérieure pour les entrepreneurs ayant fait un passage par la vie salariale. L'objectif à travers cet axe, comme d'ailleurs son nom l'indique, est de dégager un profil des personnes enquêtées et de tenter de faire un lien entre leurs antécédents (étudiant, commerçant, chef d'entreprise...) et leur nouvelle activité entrepreneuriale.

Les entrepreneurs de notre échantillon sont majoritairement âgés entre 36 et 50 ans cette tranche d'âge représente 69.56%, et 30.44% ont plus de 51 ans. Ceci dénote que ce sont des entrepreneurs dotés d'une certaine maturité.

Relativement au niveau d'instructions des entrepreneurs de notre échantillon, nous constatons que 56.54% ont suivi une formation professionnelle, 43.47% sont des diplômés universitaires. Ces résultats

témoignent de l'existence d'une corrélation positive entre le niveau d'instruction et la dynamique entrepreneuriale.

3-3 Le comportement de l'entrepreneur et son environnement social et culturel

Les facteurs de motivations sont diversifiés nous retrouvons :

- En première position, le motif de l'existence d'une opportunité d'affaire avec 56.52% de cas ayant répondu que la présence d'une opportunité d'affaire est à l'origine de la création d'entreprise, il s'agit dans ce cas de saisir l'occasion d'une conjoncture favorable à l'investissement, d'un marché vierge ou encore d'un secteur à forte demande.
- 56.52% des répondants ont cherché le besoin d'autonomie et d'indépendance ce qui reflète le désir d'être le patron de soi-même, mais aussi la capacité de prendre des décisions liées à leurs propre motivation intérêt. Ce motif est d'autant plus présent chez les entrepreneurs issus de la formation professionnelle ou encore les entrepreneurs diplômés d'universités mais qui estiment que leurs spécialités ne sont pas demandées sur le marché du travail.
- La continuité familiale est un des facteurs qui a motivé 43.47% des entrepreneurs à entreprendre ce qui s'explique qu'ils ont grandi dans un milieu d'entrepreneurs. En effet, la perpétuité de l'activité devient ainsi un facteur de motivation très important dans l'entrepreneuriat.
- Avoir un meilleur revenu est l'affaire de 26.08% des entrepreneurs qui déclarent que la vie salariale est synonyme de soumission où les efforts ne sont pas récompensés et que seule la tutelle en tire profit.
- Enfin, vivre de sa passion est un des facteurs qui a motivé 26.08% des entrepreneurs, a valorisé leurs acquis théoriques accumulés au cours de leur vie.

3-4 L'entreprise et le territoire local

Les résultats obtenus nous permettent de constater que près de la moitié des répondants soit 56.52% affirment que l'accessibilité à la matière première est un facteur important du choix de la localisation, vient en deuxième position la présence d'infrastructures de base et la disponibilité du foncier et des locaux pour 52.17% d'entrepreneurs. En effet, la wilaya est bien dotée d'infrastructure de base : aéroport, réseau routières, gaz, eau..., d'une infrastructure ferroviaire et d'un port pétrolier et commercial classé troisième en termes d'importance du trafic derrière celui de la capitale Alger et de la wilaya d'Oran. En autres la wilaya de Bejaia compte par ailleurs, trois zones industrielles dans les communes de Bejaia, d'El Kseur et d'Akbou.

En troisième position la proximité d'un nombre important d'entreprises du même secteur représente le taux de réponse de 43.47% des entrepreneurs, ceci explique la dynamique entrepreneuriale qui y règne dans la région de Bejaia.

La proximité du marché vient en quatrième position avec un taux de 30.34%. Ce constat permet d'avancer l'existence d'une corrélation positive entre la proximité géographique et le choix de la localisation des entreprises.

3-5 L'Accès aux financements

Dans ce dernier axe, nous verrons quels sont les différents modes d'accès aux ressources financières, les sources principales de capital investi. L'objectif recherché est de déterminer le degré de recours aux aides attribuées par les banques

Relativement à la nature des investissements engagés pour entreprendre leur activité, nous constatons que 56.52% des entrepreneurs ont engagé leur propre épargne, l'emprunt chez la famille et les amis.

Conclusion

L'industrie agroalimentaire apparait depuis peu comme un secteur porteur pour les petites et moyennes entreprises pour plusieurs raisons, notamment l'augmentation de la population et l'émergence de problèmes alimentaires, le développement rapide et l'évolution de la technologie moderne dans divers aspects de la vie. Cette industrie est la pierre angulaire de l'économie du pays après l'hydrocarbure, elle joue un rôle vital dans la réalisation des objectifs de croissance économique et dans la garantie de la sécurité alimentaire de pays.

Les résultats de cette enquête qui porte sur la création et le développement des entreprises agroalimentaire dans la wilaya de Bejaia nous permettent de souligner que la création des richesses dans une société est la conséquence du dynamisme et de la compétitivité de son tissu industriel.

Références bibliographiques

- Agefma. : « Industrie agroalimentaire, secteur des industries agroalimentaires ». Rapport 2009.
In:www.agmefma.org.

- AUDROING, Jean-François. (1995), « Les industries agro-alimentaires », édition Economic à Paris, P 49
- Ayad-malek.N, Djenane.A « création d'entreprises et choix des facteurs de localisation : étude empirique auprès d'un échantillon de PME de la wilaya de Bejaia », université de Bejaia, 2015.
- Berrah, K .Boukrif,M, M, M(2013) « la problématique de la création d'entreprises : une application sur les PME Algérienne »conférence internationale sur l'économie et la gestion des réseaux, Maroc, p5.
- Boukella M. : « les industries agro-alimentaires en Algérie : politique, structure et performance depuis l'indépendance », Centre National de Haute Etude Agronomiques Méditerranéennes (CIHEAM), cahiers options méditerranéennes, volume.19, Montpellier1996.

FERDJI Younes (CREAD) : Capacité d'innovation des entreprises agroalimentaires, entre ancrage territorial et proximité : Cas de la wilaya de Blida

Résumé

Dans cet article, nous tentons d'apporter des réponses à la question de l'ancrage territorial (Zimmermann, 1998) des entreprises, et particulièrement des PME agroalimentaire, en examinant les relations que tissent les entreprises agroalimentaires dans la région de la wilaya de Blida avec leur environnement dans le cadre de leur activité d'innovation. La logique dans laquelle nous nous situons est une logique de construction du territoire et de la firme, les performances des entreprises trouvant leurs fondements non seulement dans leurs caractéristiques propres mais également dans la qualité de leurs interactions avec l'ensemble des acteurs externes (entreprises, clients, centres techniques, scientifiques, centres de formation, etc.) Notre analyse est en fait centrée sur l'entreprise et sa capacité à tirer ou non profit des ressources technologiques et scientifiques présentes en région. En matière de réseaux, il existe en réalité une imbrication forte entre le type d'environnement externe de l'entreprise et l'organisation interne. Ce travail s'appuie sur les résultats d'une recherche menée par une enquête statistique menée auprès d'un échantillon de 110 entreprises agroalimentaires localisées dans la wilaya de Blida, nous a permis de spécifier l'ancrage territorial des entreprises dans une perspective en termes de proximité organisationnelle.

Mots-clés : Innovation, ancrage territorial, Proximité, entreprise, Blida.

Introduction

Nous proposons en fait dans cet article de répondre à la question principale suivante : quelles sont les conditions qui permettent aux entreprises agroalimentaires implantées dans la région de Blida d'absorber les ressources de leur environnement et de développer des innovations ? Ce travail s'appuie sur les résultats d'une recherche menée par une enquête statistique menée auprès d'un échantillon de 110 entreprises agroalimentaires localisées dans la wilaya de Blida, nous a permis de spécifier l'ancrage territorial des entreprises dans une perspective en termes de proximité organisationnelle. Après avoir développé dans une première partie l'analyse théorique sur laquelle nous nous appuyons pour mener ce travail, sur une approche conceptuelle de la notion de proximité et ces différentes dimensions à savoir la proximité géographique, organisationnelle et institutionnelle, nous tenterons ensuite de répondre à notre question sur la gestion de l'innovation dans les entreprises, en nous basant sur une analyse de données élaborée à partir d'enquêtes réalisées dans 110 entreprises agroalimentaires localisées à Blida.

1. Aspects théoriques et principales formes de proximité

1.1 Concept et dimensions de la proximité

Le concept de proximité est apparu dans les années 90 et couvre les domaines de l'économie, la sociologie et la géographie. L'importance de ce concept réside dans ce que Moles et Rohmer (1978) définissent dans leur livre « *La psychologie de l'espace* »⁵². D'après ces auteurs : « *fondamentalement, axiomatiquement, ce qui proche est, toutes choses égales par ailleurs plus important que ce qui est loin, qu'il s'agisse d'un événement, d'un objet, d'un phénomène ou d'un être* » (cité par Torrès, 2004)⁵³. Pecqueur et Zimmermann (2004) stipulent que « *La notion de la proximité, qui peut par conséquent se décliner sur un mode spatial aussi bien que non spatial, correspond à une capacité d'agents qui la partagent à se coordonner. Elle constitue la réalisation de conditions nécessaires à la coordination des agents. Pour autant elle ne constitue pas une condition suffisante de la coordination ; elle est à la fois*

⁵² Moles A., et Rohmer E., (1978), « Psychologie de l'espace », 2^{ème} édition, éditions Casterman.

⁵³ Torres O., (2004), « The proximity law of small business management: between closeness and closure », 49th International Council of Small Bisines (ICSB), Johannesburg, South Africa.

contrainte et potentiel de coordination »⁵⁴. En effet, la notion de la proximité ne se limite pas à la proximité strictement spatiale, géographique, mais comporte des dimensions construites et organisées.

1.2. Le croisement entre les différents types de proximité

Si la proximité géographique est bien au départ, une notion de nature géographique, la proximité organisée (organisationnelle et institutionnelle) n'est pas de nature géographique, mais relationnelle, et c'est la seconde forme « *canonique* »⁵⁵ du concept (Gilly et Torre 2000, Rallet 2002 ; Torre, 2000). La proximité organisée est liée aux potentialités qu'offre une organisation pour dynamiser et faire interagir ses agents, soit parce qu'il y a des normes et des croyances dans cette organisation, soit parce que les membres de l'organisation partagent les mêmes connaissances, savoirs et aussi les mêmes représentations⁵⁶. Dans tous les cas, cette proximité rend aussi les interactions plus rapides et faciles avec des entités situées en dehors de l'organisation. Ces deux dimensions sont pour quelques-uns complémentaires, pour d'autres substituables. Mais la seule proximité géographique ne suffit pas à faire provoquer l'interaction entre les agents économiques (Torre, 2000), il faut nécessairement l'effet de la proximité organisée.

1.3. L'ancrage territorial des entreprises

Le concept de « *l'ancrage territorial* » a connu sa légitimité grâce aux travaux de Lancaster (1966) en économie de la consommation, et qui a donné à la notion du territoire toute sa légitimité en économie (Djefflat, 2013)⁵⁷. La notion « *d'ancrage territorial* », consiste donc, à considérer la relation au territoire comme une caractéristique des actifs et des biens. Cette relation lui donne une spécificité en tant que ressource du territoire. La notion de caractéristique est proposée par Lancaster (1966) essentiellement par rapport à une approche du comportement du consommateur⁵⁸ : les caractéristiques sont les arguments de la fonction du consommateur, les biens achetés sur le marché n'étant que des inputs que le consommateur transforme par son activité de consommation en caractéristiques qui lui sont utiles. Après, la question de l'ancrage territorial a été appréhendée par les chercheurs du courant de la proximité (Gilly et Wallet, 2002 ; Perrat et Zimmerman, 2003 ; Colletis et Rychen, 2004). Ces chercheurs distinguent deux configurations polaires : la première celle de la « *localisation* » et la deuxième celle de la « *territorialisation* ». Dans le premier cas, « *les firmes dont l'avantage comparatif est fondé sur les prix recherchent les espaces d'implantation offrant les meilleures conditions de coût* » (Zimmermann, 1998). Le deuxième cas, est plus durable, ne signifie pas pour autant que la firme renonce à la mobilité. Celle-ci conserve, en effet, sa capacité à ré-exprimer un jour son nomadisme. La « *territorialisation* » ou l'ancrage territorial suggèrent néanmoins que la firme est apte et a intérêt à tisser des liens avec d'autres acteurs, liens marchands et non marchands. Liens de proximité dans un même espace, fondés sur une proximité organisationnelle et surtout institutionnelle (Zimmermann, 1998).

2. Présentation de l'échantillon de recherche

Dans cet article, en choisissant l'approche territoriale du développement économique. L'intention de choisir et d'examiner le territoire de la wilaya de Blida n'est pas fortuit, il répond parfaitement à nos préoccupations de recherche posées dans la problématique, autant qu'un territoire qui a été construit au fil des processus historiques jusqu'à ce qu'il ait pris sa forme et organisation actuelle. Elle compte 20036 PME qui emploient plus de 60969 personnes. Le tissu industriel de la wilaya est constitué de 5145 unités de productions employant plus de 42893 salariés dont près de 40810 exercent dans le secteur privé en 2017⁵⁹.

2.1. L'ancrage territorial des entreprises

Les entreprises enquêtées semblent avoir un fort ancrage territorial du fait de leur origine par rapport aux chefs d'entreprise. On remarque bien que 80% des entreprises ont été créées par des natifs de la région,

⁵⁴ Pecqueur B., Zimmermann J-B., (2004) « Économie de proximité ». Lavoisier, Paris, P 25.

⁵⁵ Gilly J.P et Torre A., (2000), « Dynamiques de proximité », l'Harmattan, Paris.

⁵⁶ Rallet A. et Torre A., (2004), « Proximité et localisation », *Economie rurale*, n° 280, Mars-avril, PP 25-41. In Rallet A. et Torre A., (2001), « Proximité géographique ou proximité organisationnelle ? Une analyse spatiale des coopérations technologiques dans les réseaux d'innovation », *Économie Appliquée*, livre 1. PP 147-171.

⁵⁷ Djefflat, A., (2013), « Stratégies d'acteurs dans le développement économique des territoires et le secteur des TIC », Rapport Scientifique, PNR, CREAD.

⁵⁸ Lancaster K., (1966), « A New Approach to Consumer Theory », *Journal of Political Economy*, Vol. 74, n°2, PP 132-157.

⁵⁹ Annuaire statistique, Direction de la Programmation et du Suivi Budgétaire (DPSB), 2016.

seulement 20% sont venus d'ailleurs. Le contexte régional est très présent dans la décision de s'installer dans le territoire de la wilaya de Blida quelle que soit la zone industrielle ou la zone d'activités.

2.2. L'origine de la création d'entreprise

Les résultats obtenus, montrent que la région de Blida est très favorable à la création d'entreprise, ils attirent très bien les porteurs de projet. Le nombre élevé d'entreprises installées sur les zones industrielles prouve que le territoire reste attractif et présent certain des avantages compétitifs dès le démarrage de l'activité.

2.3. Les raisons du choix des territoires

Globalement sur cette région (wilaya de Blida), la disponibilité de la matière première, la disponibilité des intrants, ainsi que, la disponibilité des assiettes foncières sont des facteurs de motivation les plus important dans le choix du territoire d'installation. La persistance du problème de disponibilité et l'accès au foncier peuvent entraver l'extension des entreprises existantes et l'arrivée de nouveaux investisseur dans le même secteur. Ceci, constitue un facteur très puissant pour le développement de ce territoire et devenir un pôle de compétitivité dans le domaine de l'agroalimentaire.

2.4. L'impact de la proximité géographique

La proximité géographique est basée essentiellement sur un voisinage dans l'espace physique. Elle est susceptible d'assimiler le rôle de facilitateur de la coordination entre les entreprises qui exercent dans un même territoire et elle peut simplifier le transfert d'une relation de coopération (Pecqueur et Zimmerman, 2004). D'après le tableau ci-dessous, on remarque bien que la majorité des entreprises enquêtées ayant une relation de coordination avec d'autres entreprises exercent sur le même territoire de la wilaya de Blida soit 68,2%. Cela explique par l'importance de la proximité géographique qui a été prise en considération par ces entreprises, afin de diminuer la distance et réduire les coûts de transport.

Tableau : Relation de coordination entre entreprises dans le même territoire (Blida)

<i>Avez-vous des relations avec d'autres entreprises dans la même région ?</i>	Fréquences	(%)
Oui	75	68,2
Non	35	31,8
Total	110	100,0

Source : Élaboré par nos soins, à partir du résultat de l'enquête.

2.5. Les moyens de communication utilisés par les entreprises locales

Selon notre sondage indiquent que 40% des entreprises qui ont répondu aux moyens de communication entretiennent des relations face à face dans leurs activités, soit 44 sur 110 des entreprises déclarent l'importance de ces relations. Donc la proximité géographique a un rôle important dans le territoire de localisation de ces entreprises. En effet, ce moyen de communication est considéré comme important pour consolider et renforcer la collaboration et la coordination entre l'ensemble des entreprises et des acteurs d'un même territoire (Djeflat 2013).

2.6. L'effet de la proximité organisationnelle : Les relations des entreprises avec les réseaux scientifiques

L'objectif est de mettre en exergue les formes de relations entre acteurs locaux et d'analyser leur impact sur le développement du territoire en question, afin de capté l'effet de la proximité organisationnelle. Pour ce faire, nous examinerons le type et la nature des relations entretenues des entreprises avec les différents acteurs du territoire (universités, laboratoires de recherche et centres de formation professionnel). En matière de recherche et développement (R&D), les connaissances sont reconnues comme un facteur moteur dans la coopération (Djeflat, 2010). Dans ce cas les universités figurent comme des acteurs majeurs de la production, de la diffusion, et du déploiement des connaissances. Ces dernières permettent à l'industrie d'avoir une avance technologique et scientifique. Les universités aujourd'hui collaborent autour de thèmes transdisciplinaires, qui nécessitent des investissements importants et des plateformes communes. La relation université-entreprise participe pleinement au développement du territoire sur lequel elles s'appuient.

2.7. Proximité institutionnelle

Dans le but d'examiner l'importance accordée aux relations du développement industriel et territorial en commun, nous nous sommes interrogés sur l'insertion des entreprises aux réseaux institutionnels (Collectivités locales, administration locale, Chambre de commerce).

2.8. Les facteurs influençant la démarche de l'innovation pour les PME

Pour mieux connaître les facteurs influençant la démarche de l'innovation au sein des entreprises de notre échantillon, les résultats indiqués montrent bien que cette démarche inscrite en premier rang dans l'amélioration de la qualité des produits destinée au marché local soit 88,7% du total des entreprises. Cela confirme notre résultat précédent qui stipule l'existence forte de la compétitivité au sein du territoire étudié. En deuxième rang, on trouve que la démarche de l'innovation est un facteur facilitant l'accès aux autres marchés (soit 79,2%), suivi par le facteur de l'adaptabilité des produits aux normes soit 68,9%. Et enfin on trouve même pour les grandes entreprises qui cherchent une amélioration de la qualité de leurs produits destinés à l'exportation avec seulement 20,2%.

3. Interprétation des résultats

L'étude de ce territoire a bien montré le facteur de la proximité géographique du choix de localisation des entreprises, dont la proximité du marché constitue une raison importante dans leur implantation à Blida facilitant la commercialisation de leurs produits. Par ailleurs, le choix de localisation est exprimé même par la présence des entreprises du même secteur. Ceci nous amène à penser que les entreprises de cette région interagissent entre elles et bénéficient des activités de sous-traitance. Concernant l'effet de la proximité géographique qui caractérise le processus de l'agglomération, on remarque bien que la majorité des entreprises enquêtées ayant une relation de coordination et de coopération avec d'autres entreprises du même secteur et exercent sur le même territoire soit 68,2%. Cependant, les résultats plus détaillés sur les marchés de l'entreprises en amont et en aval de l'entreprises montrent que les entreprises locales n'offrent pas la totalité des inputs nécessaires, et que les entreprises enquêtées s'approvisionnent dans d'autres régions du pays ou encore de l'étranger. Les résultats sur la provenance des matières premières qu'utilisent les entreprises de notre échantillon, reflètent que ces dernières s'approvisionnent en matière première de l'étranger ou du territoire national. Le territoire local acquiert une part moins importante dans l'origine des provenances des matières premières des entreprises enquêtées. Par contre, le marché en aval de l'entreprise est au niveau régional, dont la majorité de ces dernières commercialisent leur produit au niveau local. Pour cela, on peut dire que la proximité géographique est significative dans la fonction de commercialisation et non significatif dans la fonction d'approvisionnement.

Conclusion

À partir de l'analyse descriptive et exploratoire de notre enquête statistique, auprès d'un échantillon de 110 PME agroalimentaires localisées dans la région de Blida. Nous avons pu dégager certains constats quant à l'impact sur la capacité d'innovation des entreprises agroalimentaires, entre ancrage territorial et proximité. En effet, la majorité des entreprises enquêtées sont natifs de la région. Cela explique essentiellement par un ancrage territorial très fort au sein de ce territoire. Le choix du secteur est dû, essentiellement à l'existence historique d'un marché potentiel spécialisé en agroalimentaire dans la wilaya de Blida. Toutefois, les différentes motivations de localisation des entreprises à Blida et leur choix du secteur d'activité sont principalement liées aux facteurs présents sur le territoire d'accueil, à l'instar de la disponibilité foncière, la disponibilité des infrastructures le facteur de disponibilité de marché et de la clientèle... De même, les entreprises enquêtées ont aussi approuvé leur influence au facteur de la proximité de leur domicile familial. Nous avons encore retenu les raisons de l'échec de la coordination des acteurs locaux.

Références bibliographiques

Campagne. P, Pecqueur. B, (2014), « Le développement Territorial, une réponse émergente à la mondialisation », éditions, Charles Léopold Mayer, Paris.

Carlier F., (2006), « Réseaux d'entreprises et dynamiques territoriales : une analyse stratégique », Géographie, économie, société, Lavoisier, (Vol. 8), P 120.

Chabault D., (2006), « Les systèmes territoriaux de production : revue de littérature et approches théoriques d'un concept évolutif », CERMAT – IAE de Tours, Université de Tours.

Claude COURLET, « Territoire et développement », in « revue régionale et urbain », no3/1999, p. 540.

Colletis G. et Rychen F., (2005), « Entreprise et territoire : Proximité et développement local » Lavoisier, Paris, P : 219.

Courlet C., (2001), « Territoires et régions, les grands oubliés de développement économique », l'Harmattan, Paris.

Campagne P., Pecqueur B., (2014), « Le développement territorial, une réponse émergente à la mondialisation », édition Charles Léopold Mayer, Paris.

SALEMI Madjid (UMMTO) : L'industrie agroalimentaire et santé publique en Algérie : l'impératif d'un partage des responsabilités

Résumé

Issu d'un long processus de développement technologique et industriel, l'industrie agroalimentaire est, aujourd'hui, à la source de la quasi-totalité des produits d'alimentation de l'Homme. L'alimentation ou la nutrition, comme cela n'échappe à personne, est lourdement impliquée dans le développement des maladies chroniques telles les maladies cardio-vasculaires, le diabète, l'obésité...comme l'atteste d'ailleurs une large littérature scientifique. L'industrie agroalimentaire devient de fait un enjeu majeur de santé publique, mais aussi de coût alors que les traitements pour la prise en charge de ces pathologies lourdes s'élèvent chaque année à plusieurs milliards de centimes.

Les liens entre l'industrie agroalimentaire et santé publique sont donc étroits mais il est clair que ces derniers débordent cette seule relation qui en englobe d'autres qui s'entremêlent avec des considérations liées aux comportements du consommateur vis-à-vis de son alimentation et ou de ses habitudes culinaires ajouté à cela la régulation qui peut s'opérer par la puissance publique en tant que garant du maintien des équilibres macroéconomiques et de la préservation de la santé publique qui est, au premier rang, interpellée pour tous les aliments qu'ils soient d'origine végétale, animale ou ayant subi des transformations par l'industrie agroalimentaire dont se nourrit la population.

Aussi, c'est dans cette triple relation industrie agroalimentaire, puissance publique et consommateur qu'il y a lieu de mener des investigations pour resituer le rôle de chacun dans la contribution à une bonne alimentation et à la préservation de la santé publique et ce dans la perspective de l'impératif d'un partage des responsabilités.

Mots clefs : industrie agroalimentaire, le consommateur, puissance publique, santé publique

AMGHROUS Smail (UMMTO) : Les coopératives agricoles en Algérie, un trait d'union entre l'agriculture et les industries agroalimentaires

Résumé

L'objet de cet article est de mettre en évidence l'intérêt des coopératives agricoles dans le développement des industries agro-alimentaires en Algérie, et les freins qui entravent ces organisations dans cette tâche. Nous avons montré que la non définition des droits de propriété de ces coopératives, l'instabilité et l'incompréhension du rôle de l'Etat dans leur fonctionnement ont impacté négativement leur développement.

Mots clés : Coopératives agricoles, environnement institutionnel, droits de propriété, Algérie.

Introduction

Les coopératives agricoles en Algérie ont connu une évolution timide depuis l'indépendance à nos jours. En 2015, leur nombre ne dépassait pas les 1000 toutes filières confondues et celles opérationnelles avoisinaient les 300(D. Berdager, O. Bessaoud, 2019). De par le monde, leur importance ne cesse de croître et leurs parts de marché ne cessent d'augmenter (En 2014, d'après la revue d'économie rurale n° 344, les coopératives agricoles font 40% du chiffre d'affaire des filières agroalimentaires françaises). Les coopératives agricoles constituent en effet un trait d'union entre l'agriculture et les industries agroalimentaires, car, elles permettent d'approvisionner l'agriculture en intrants tels que les engrais, les semences, le matériel agricoles, les produits phytosanitaires...et, à des prix réduits. Mais également, de collecter les produits agricoles frais pour les transformés, ou les revendre à d'autres unités de transformation. Par conséquent, sans ces coopératives, l'agriculture manquerait d'intrants pour son bon fonctionnement, et, les industries agroalimentaires manqueraient de matières premières. Par ailleurs, selon la théorie des coûts de transactions, une coopérative est une forme d'intégration verticale des activités de l'amont à l'aval d'une filière. Elle permet donc, une réduction des coûts de transactions et augmenterait le volume des échanges entre les différents segments d'une filière.

De ce qui précède, la question qui nous interpelle est la suivante : pourquoi il y a un faible développement des coopératives agricoles en Algérie ?

Méthodologie : Pour répondre à cette question, nous rappellerons brièvement l'histoire et le contexte institutionnel dans lequel les coopératives agricoles ont évolué en Algérie. Nous nous appuyerons sur des enquêtes de terrain effectuées en 2012/2013 aux niveaux de trois wilayas (Mascara, Sétif et Tizi-Ouzou), mais également, sur la littérature économique consacrée aux coopératives agricoles.

Résultats attendus : Nous montrerons que l'instabilité institutionnelle (passage d'une économie dirigée à une économie de marché) avait fragilisé les coopératives agricoles. Nous montrerons également que la structure des droits de propriété des coopératives agricoles en Algérie avait beaucoup affecté leur fonctionnement.

1. Rôle des coopératives en faveur du développement agricole et l'approvisionnement des entreprises agro-alimentaires

Sur le plan théorique, la coopérative agricole est définie selon la théorie des coûts de transaction par une forme d'intégration verticale dans une filière agricole. Dans ce sens, Amghrou S, Rousselière D, (2019) soulignent que « l'adhérent dans une coopérative d'approvisionnement est un client qui y achète les intrants nécessaires à son exploitation. Il peut être aussi un fournisseur qui livre ses produits à la coopérative pour la commercialisation ou la transformation et que l'adhérent d'une coopérative est par définition son propriétaire ».

Sur le plan empirique, la copssel (Coopérative de services spécialisée en élevage laitier) en est l'exemple du travail de coordination que la coopérative effectue au sein de la filière lait au niveau de la wilaya de Sétif. En effet, cette coopérative constitue un débouché pour 1000 éleveurs bovins (Guezlane S, 2017). En aval de la filière lait, cette coopérative dispose selon (Guezlane S, 2017), d'une unité de transformation laitière d'une capacité de 5000 litres par heure. Sur un autre registre, le rôle des coopératives en faveur du développement agricole apparaît à travers une étude effectuée par (Bellil, K, Boukrif .M, 2017). Ces derniers ont comparé le coût de production d'un litre de lait de vache cru de deux groupes d'éleveurs. Le premier groupe est constitué de 08 éleveurs exerçant à titre individuel. Le deuxième groupe est constitué de 08 éleveurs-adhérents à la coopérative copssel. Les résultats de cette étude ont montré que le coût de production d'un litre de lait cru pour le premier groupe est de l'ordre de 43,94 DA contre 38,77 DA pour le deuxième groupe (éleveurs adhérents) . Par conséquent, selon cette étude, les éleveurs adhérents à la copssel réalisent un bénéfice de 8,23 DA/L contre 3,06 DA/L pour les éleveurs exerçant à titre individuel.

2. Aperçu sur le contexte institutionnel des coopératives agricoles en Algérie

L'Algérie a connu depuis son indépendance deux phases principales dans son système politico-économique. La première phase qui s'est étalée de 1962 à 1987, s'est caractérisée par un système socialiste, où, l'Etat avait la main mise sur la sphère économique. La deuxième phase, quant à elle, s'est étalée de 1988 à nos jours et s'est caractérisée par un système politique libérale⁶⁰, où, l'Etat s'est désengagé de la sphère économique. Par conséquent, le changement de l'environnement institutionnel pousserait les organisations soit à s'y adapter, soit de disparaître. Or, les lois régissant les coopératives agricoles en Algérie ont changé après 1988, mais les pratiques n'ont pas suivi. L'enquête⁶¹ que nous avons effectuée à la wilaya de Tizi-Ouzou en 2012/2013, nous a révélé combien la nature des coopératives agricoles reste méconnue par les acteurs. En effet, une coopérative à Tizi-Ouzou s'est retrouvée avec deux directeurs. Le premier tire sa légitimité de son ancienneté dans le poste et du fait qu'il a été désigné par l'administration. La deuxième tire sa légitimité selon ses dires, de l'assemblée générale. Le problème est soumis à la justice, et, entre temps, la coopérative est paralysée.

⁶⁰ Selon Bessaoud (2008), les réformes engagées à partir de 1988 allant dans le sens de la décentralisation, qui est un impératif économique essentiel, reste un processus inachevé. La même remarque a été formulée par Cherifi (2016) qui affirme qu'« il ne faut s'attendre à des transformations économiques et sociales rapides et profondes sans participation effective de la population, car, le système actuel de gouvernance ne fixe pas de cap clair dans ce sens, tout laisse à penser qu'il est à la croisée des chemins et qu'il ne sait pas encore quelle direction prendre, vers la gauche sociale ou vers la droite libérale. »

⁶¹ Enquête effectuée dans le cadre de la préparation de la thèse de doctorat

En effet, la restructuration des coopératives agricoles en Algérie, qui sont passées d'un statut d'organisations gérées par l'Etat à des organisations autonomes. (décrets N° 88/170 du 13/ 9 / 1988 et N° 96 / 459 du 18/ 12/ 1996) n'avait pas eu les effets escomptés, puisque selon (Amghrou S, Rousselière D, 2019), « les directeurs des coopératives ont pu avoir été nommés par le Ministère de l'Agriculture ou être issus de l'administration, et les terres appartenant à l'Etat ».

3. Evolution de la structure des droits de propriété des coopératives dans le monde et en Algérie

Les droits de propriété se définissent selon (Coriat et al, 1995.p83, Williamson 1985 p 27) à travers trois facteurs à savoir :

- Le droit d'utiliser un actif.
- Le droit d'en tirer un revenu ou de s'approprier des bénéfices de l'actif.
- Le droit de le céder de manière définitive à un tiers.

C'est donc la combinaison de ces trois facteurs qui détermine le niveau des incitations des agents économiques à créer, à innover et, qui fait qu'une entreprise soit plus efficiente qu'une autre. Or, ce qui est reproché à la coopérative, c'est son manque d'efficacité comparativement à une entreprise par actions en raison de ses « droits de propriété mal définis » (Cook , 1995) .

Certes, les concepteurs de la philosophie des coopératives (les pionniers de Rochdale)⁶² et l'ACI⁶³ avaient mis l'accent sur le caractère non lucratif des coopératives via les principes de « l'intérêt limité de la part sociale » et la « non distribution du profit » (Enjolras, 2009),

L'objectif visé par les pionniers de Rochdale et l'ACI via la limitation de l'intérêt sur le capital social souscrit, est de valoriser le travail et non le capital financier. Mais, ce qui est reproché aux coopératives, c'est leur manque d'efficacité comparativement aux entreprises par actions. La théorie des droits de propriété explique cela, par « le relâchement » des droits de propriété qui caractérisent les coopératives. (Cook .1995, Coriat B, et al 1995).

Pour contourner ces contraintes de la non valorisation du capital financier et de la « non distribution du profit » et pour faire face à la concurrence nationale et internationale, Les coopératives se sont restructurées au niveau des pays développés. Aux Etats-Unis d'Amérique, il y a eu une restructuration des droits de propriété au début des années 1990, ce qui avait permis l'émergence de nouvelles formes de coopératives (Cook et Chaddad, 2004). Ainsi, sur la base du droit résiduel de contrôle et du revenu résiduel⁶⁴ qu'une typologie de modèles de coopératives a été proposée par (Cook et Chaddad, 2004). Dans cette typologie, la coopérative traditionnelle et la société par actions (Investor oriented firm) occupent des positions polaires. Entre ces deux extrêmes, les auteurs ont identifié en fonction de la structure des droits de propriété, cinq modèles de coopératives non traditionnelles de formes hybrides, autrement dit, qui combinent les mécanismes de coopératives traditionnelles et ceux des entreprises par actions. Ainsi, ces nouvelles générations de coopératives permettent selon (Cook et Chaddad 2004, Iliopoulos, 2005) de passer d'une situation défensive (coopératives traditionnelles) à une situation offensive, dans le sens où, elle passe d'une situation où, elles commercialisent seulement les produits de ses membres à une situation où, elle crée de la valeur ajoutée avec leurs produits en investissant en amont et en aval de l'exploitation agricole.

L'analyse de la situation des coopératives étrangères, particulièrement françaises et américaines, nous montre que, ces dernières se sont éloignées de la logique de la confrontation (capitaliste/ acapitaliste),

⁶² Guy Tchami, (2004), « manuel sur les coopératives à l'usage des organisations de travailleurs « service de coopératives, bureau international du travail, Genève.

⁶³ Hagen Henry (2006) « Guide de législation coopérative, deuxième édition, revue et corrigée » Geneva, International Labour Office, 2006

⁶⁴ Plusieurs auteurs (Coriat et al .1995, Chaddad et al, 2004) définissent les revenus résiduels ou rendements résiduels (residual claims) comme étant « le droit à un revenu net généré par la firme (après avoir payé les employés et les débiteurs) » . Ils définissent également les droits résiduels de contrôle par « des droits de prendre n'importe quelle décision d'utiliser des capitaux qui ne sont pas explicitement atténués par une loi ou assignée aux autres parties par un contrat ». Par ailleurs, Selon Coriat et al. (1995) le niveau des incitations des agents économiques est le résultat du droit contrôle résiduel et du revenu résiduel.

mais avaient plutôt opté pour une voie de compromis entre les deux logiques (Mauget,2008). Mais, qu'en est-il des coopératives agricoles algériennes ?

Sur le plan de la structure des droits de propriété des coopératives algériennes, nous pouvons dire qu'elle n'est ni conforme aux valeurs et principes fondamentaux des coopératives, ni aux évolutions observées particulièrement en France et aux Etats –Unis d'Amérique.

Dans ce sens, le décret n°20-274 n'avait apporté aucun changement par rapport au décret n° 96-459. Ce dernier, dans son article 46, stipule que « la détention de parts sociales par un coopérateur ne donne droit au versement d'aucun dividende ou intérêt quelconque ».

Dans leur analyse du projet de décret n° 96-459, Bencharif et al. (1995), soulignent l'incompréhension de la nature financière du capital social des coopératives. Pour améliorer la situation financière des coopératives agricoles en Algérie, ces auteurs avaient recommandé d'aligner la rémunération du capital social sous forme d'intérêt et non sous forme de dividende sur les taux des marchés financiers des créances, faute de quoi, le risque d'une sous-capitalisation des coopératives devient grand.

Conclusion

La nature financière et les droits de propriété des coopératives agricoles en Algérie ne sont pas encore définis. Sur ce plan, les textes régissant ces organisations n'ont tenu compte ni des principes fondateurs des coopératives, ni des évolutions observées dans le monde, depuis les années 1990. Par ailleurs, la revue des textes réglementaires qui régissent ces coopératives depuis 1972, montre une instabilité et une incompréhension du rôle de l'Etat dans leur fonctionnement. Le faible développement des coopératives agricoles en Algérie pourrait donc être imputer en partie à ces deux facteurs. Partant du principe qu'il ne peut y avoir de coopératives sans coopérateurs, et pour que ces organisations puissent jouer véritablement leur rôle de médiation entre les segments d'une filière agroalimentaire.

Références bibliographiques

Amghrou S (2020), « analyse économique néo-institutionnelle du fonctionnement des coopératives agricoles de services en Algérie », thèse de doctorat, Ecole Nationale Supérieure d'Agronomie, El Harrach, Algérie.

Amghrou S, Roussélière D, (2019) “ L'implication des agriculteurs dans les coopératives dans un pays en transition vers une économie de marché : Une application aux coopératives agricoles de services algériennes », European journal of development research,724-749

Bellil. K, Boukrif. M, (2017), « Impact de l'organisation en coopératives sur la performance économique de l'élevage laitier en Algérie. Comparaison entre des éleveurs de la coopérative COOPSEL de Sétif et des éleveurs individuels de Bejaia. » Revue des études financière, comptable et administrative, n° 7, juin 2017.

Bencharif. H, Bedrani. S, Deshayes G (1995) « stratégie de développement des coopératives agricoles » rapport.

Berdaguer.D, Bessaoud.O (2019), « Feuille de route d'une nouvelle dynamique de la coopération agricole en Algérie ». hal-02146753

Atelier n°5

Président : Dr. GHEDDACHE Lyes

Rapporteur : Dr. CHENANE Arezki

BOUKELLAL Sabrina et SOUKI Hakima (UMMTO) : Innovation marketing : un levier stratégique de la performance marketing des entreprises agroalimentaires. Cas de l'entreprise Cevital

Résumé

L'objectif de cet article est d'analyser la relation entre la performance marketing et l'innovation dans la pratique du marketing en premier lieu, et de définir les pratiques d'innovations marketing essentielles à la performance marketing des entreprises agroalimentaires algériennes en deuxième lieu. Ces entreprises se trouvent confrontées aujourd'hui à relever de nouveaux défis à savoir la transformation digitale de l'économie, crise sanitaire causée par covid-19, la concurrence de plus en plus exacerbée, les exigences des clients, la réduction de la durée de vie des produits qui se comprendra inévitablement par l'échec pour certaines, succès/ou survie pour d'autres. Pour cela nous avons formulé la problématique suivante : quelles sont les innovations dans les pratiques marketing qui permettent l'amélioration de la performance marketing des entreprises agroalimentaires ? Pour répondre à cette question, nous nous

sommes basées sur le modèle de mesure de la chaîne de productivité marketing de Rust et al. (2004), qui relie les actions marketing à l'état global de l'entreprise. Cette chaîne est composée de deux volets : le premier comporte les actions marketing menées par l'entreprise qui influencent plusieurs composantes telles que le client, le marché, situation financière et la valeur de l'entreprise. Le deuxième volet regroupe les différentes composantes de l'entreprise (stratégique, tactique et opérationnelle). Ce modèle prouve l'existence d'une relation d'influence entre les différents niveaux des deux volets. Les actions marketing influencent donc non seulement la performance de l'entreprise, mais aussi toutes les fonctions de l'entreprise.

Mots clés : innovation, innovation marketing, performance des entreprises, performance marketing, entreprises agroalimentaires.

Introduction

Ces dernières années, la société a connu des évolutions dynamiques ; la technologie, la mondialisation et la responsabilité sociale, offrent de nouvelles opportunités et génèrent de nouveaux défis pour les entreprises.

Suivant ce contexte, les entreprises agroalimentaires doivent être plus compétitives par l'obligation de mettre en place des mesures de performance, en se basant sur des outils et des indicateurs adéquats avec ses objectifs, qui permettent de procurer un degré de précision et d'efficacité lors de l'évaluation de la performance des différentes activités de leurs chaînes de valeur. Pour cela, elles doivent élargir ses dispositifs qui visent à orienter les actions de toutes ses activités, finance, approvisionnement, gestion de ressources humaines, production, y compris le marketing vers l'efficacité.

Par ailleurs, la fonction marketing joue un rôle important dans la création de valeur pour l'entreprise, vu son intervention dans la réduction de l'incertitude et répondre aux attentes des clients au moment opportun, il est important de mettre en place des actions rigoureuses pour comprendre explicitement les attentes et désires des clients et comment attirer ses attentions, satisfaire ses besoins et les fidéliser. Pour atteindre ses objectifs, les responsables marketing doivent faire recours à l'innovation. Par conséquent, apporter de la créativité aux variables de mixte marketing requiert une grande valeur ajoutée pour la fonction marketing. Les résultats s'apercevaient dans l'augmentation des chiffres d'affaires, l'amélioration de la rentabilité et la protection du capital marque, dans le cas où l'entreprise arrive à assurer la satisfaction de ses clients et réussit à établir des relations durables dans le temps. Pour cela les responsables marketing se trouvent devant l'obligation de produire un certain nombre d'informations financières et qualitatives de l'activité marketing, servent d'un moyen de mesure de la performance marketing. Suivant son importance une attention portée à la mesure de la performance en marketing pour pouvoir évaluer la valeur ajoutée, ce qui a engendré l'apparition de plusieurs modèles de mesure de la performance de la fonction marketing. Par ailleurs, nous avons basé notre recherche sur le modèle chaîne de productivité marketing de Rust et al. (2004), qui relie entre les actions marketing à l'état global de l'entreprise.

1. Approche théorique et cadre conceptuel de la performance marketing

Dans un contexte économique difficile, la performance est au centre des attentes des parties prenantes de l'organisation. Il convient donc de la définir clairement afin de s'accorder sur l'objet de la réflexion.

1-1- La performance de l'entreprise : de quoi s'agit-elle ?

1-1-1- Définition

La performance est un concept complexe et difficile à définir. Elle s'appuie principalement sur les notions d'efficacité et d'efficience et elle est appréhendée plus par la dimension financière (A. Bourguignon, 1998). Mais actuellement à l'ère de la concurrence accélérée et la digitalisation de l'économie les risques se multiplient, la pérennité de l'entreprise ne se résume plus en termes d'augmentation du bénéfice ou du rendement sur capital investi.

De ce fait, nous pouvons définir la performance comme étant la capacité de l'entreprise de combiner entre les différentes ressources interne et externe, via des critères d'optimalité, afin de mener son activité à la rentabilité et la réalisation des objectifs fixés.

1-1-2- Les types de la performance d'entreprise

Pour mieux appréhender la complexité et la richesse du concept de performance, certains auteurs (Kalika, 1988 ; Kaplan et Norton, 1992, 1993 ; Morin et al., 1994) proposent une vision plus large de la notion de résultat, en proposant d'intégrer des indicateurs variés tels que la qualité du produit et du service, la mobilisation des employés, le climat de travail, la productivité, la satisfaction de la clientèle.

1-2- De la performance d'entreprise à la performance marketing

1-2-1- La performance marketing : Aspect théorique

L'analyse de la littérature marketing a montré la difficulté de conceptualiser la performance marketing Bonoma et Clark [1998], suite à la difficulté liée à la recherche de la satisfaction client [C. Bughin, 2006 ; P. Ngobo et A. Ramarosan, 2005 ; L. Sin et A. Tse, 2000].

Suivant l'approche d'Homburg [2007], la performance marketing est définie comme l'efficacité et l'efficience des activités de marketing d'une organisation par rapport à des objectifs liés à son marché, tels que les revenus, la croissance et la part de marché. Ambler [2000] a souligné également un manque de précision dans la terminologie utilisée pour décrire la performance marketing. Il propose l'adoption du mot « métrique » pour saisir une mesure de la performance marketing.

1-2-2- Les modèles de mesures de la performance marketing

La performance marketing est mesurée par deux critères, à savoir, des indicateurs quantitatifs tels que la part de marché, le profit, le chiffre d'affaires, ainsi des indicateurs qualitatifs tels que la capacité à innover pour le client, la satisfaction des consommateurs, leur fidélité, leur perception de la qualité et de la réputation de l'entreprise [O. Furrer et D. Sudharshan, 2003].

Bien que de nombreux travaux aient été consacrés à la recherche sur l'équation magique de la performance marketing, l'obtention d'une vision cohérente des mesures de performance du marketing est restée une tâche difficile et généralement peu rentable. [Bonoma et Clark 1988 ; Clark 1999]. En effet, plusieurs modèles ont été conçus pour mesurer la performance marketing.

2- La relation entre l'innovation marketing et la performance marketing

2-1- L'innovation marketing : de quoi s'agit-elle ?

L'innovation marketing correspond à la mise en œuvre des nouvelles méthodes dans les composantes du mixte marketing, conduisant à des changements significatifs de la conception ou du conditionnement, du placement, de la promotion ou de la tarification d'un produit (Manuel d'Oslo, 2005).

Faire recours à l'innovation marketing permet de satisfaire davantage les besoins des consommateurs, d'ouvrir de nouveaux marchés ou de repositionner un produit sur le marché.

L'objectif est d'augmenter le chiffre d'affaires d'une entreprise, améliorer les ventes et la part de marché de l'entreprise. Elle consiste aussi en la mise en place de nouveaux concepts ou de nouvelles stratégies de vente qui diffèrent significativement des méthodes de vente existantes (INSEE, 2010).

2-1-1- Le type d'innovation marketing

La satisfaction des clients est le but général de toute entreprise en vue de tirer des profits. Ainsi elle constitue le pilier de la pérennité financière. Pour atteindre cet objectif, le responsable marketing doit faire preuve de créativité et développement des nouvelles méthodes afin de différencier les offres de ses concurrents et améliorer la perception de valeur de ses produits.

Pour ce faire, il existe trois sources d'innovation marketing, à savoir : marché, concurrents, technologie.

2-1-2- Le processus d'innovation marketing

Le processus d'innovation marketing comporte trois (3) principales phases :

- *Phase d'initiation du projet* : elle consiste dans l'écoute du marché, des clients, des tendances consommateurs, déterminant les attentes et besoins non encore satisfaits.
- *Phase de mise en place d'hypothèses de travail* : s'agit des séances de brainstorming et de créativité exercer auprès des cibles bien déterminées, induites à la génération des nouvelles idées.
- *En fin, une phase de validation du potentiel avant la mise sur le marché* : après le test du concept sélectionné auprès de la cible visée, l'équipe marketing fait recours à l'analyse de l'innovation en matière de potentiel et rentabilité économique pour l'entreprise avant d'être lancée sur le marché.

Introduction des innovations aux variables de mixte marketing facilitent la mise en œuvre du processus d'innovation, prenant l'exemple de la digitalisation de la communication. D'où l'intégration des nouvelles technologies de l'information et la communication stratégie de communication (réseaux sociaux, e-mailing...), permettant à l'entreprise d'être à l'écoute permanente de ses clients. Ainsi des nouvelles stratégies de distribution, où l'entreprise est de plus en plus rapprochée de sa cible.

Les trois (3) indicateurs, chiffre d'affaires, rentabilité et capital marque constituant les principaux critères d'évaluation la performance marketing.

3. Le lien entre l'innovation marketing et la performance marketing des entreprises agroalimentaires : suivant le modèle de la chaîne de productivité marketing de Rust et al. (2004)

Pour séduire à nouveau un consommateur découragé qui a de plus en plus difficultés à se projeter dans le futur. Les entreprises agroalimentaires doivent mettre ses forces pour trouver des idées innovantes qui suscite la curiosité, incité les désirs consommateurs afin de provoquer l'envie d'achat. Toutefois, le consommateur, s'il reste avide de nouveautés, l'entreprise continue à perdre en matière de compétitivité.

Ce qui prouve l'importance des innovés en action marketing pour assurer la productivité marketing suivant le modèle de la chaîne de productivité marketing de Rust et al. (2004) (cité dans la première partie figure N° 3), qui justifier le rôle des actions marketing dans la création de valeurs clients et la performance marketing des entreprises.

L'innovation marketing consiste dans la mobilisation de connaissances nouvelles considérées comme étant processus créatif (G. Robles et al., 2005), constitue un facteur clé de succès pour les entreprises en quête de performance (H. Rakoto, 2005). Les entreprises agroalimentaires se distinguent des autres entreprises industrielles concernant l'importance des innovations incrémentales et marketing, renvoyant à un processus continu et progressif d'innovation. L'innovation marketing représente 35 % des innovations contre 23 % dans le reste de l'industrie. Sur le plan marketing, les industries alimentaires se distinguent fortement par la priorité donnée au design et à l'emballage des produits : 43 % des entreprises déclarent une telle innovation contre 21 % de l'industrie manufacturière.

Pour que cette performance marketing soit durable, les entreprises agroalimentaires doivent développer des relations de confiance avec les différentes parties prenantes (A. Cardoso 2003) à savoir ; (fournisseurs, distributeurs, clients, sous-traitants...) et la mise en place des moyens de qualités pour l'assurer par l'intégration des logiciels de gestion de relation client (CRM, E-CRM, E-mailing, SCM), et celle de la gestion de relation fournisseur et distributeurs. Ainsi, l'innovation est associée au service des produits tangibles constitue une source de valeur pour le consommateur par les conseils qui leur sont donnés (J. Bely et al., 2003 ; K. Appiah-Adu et S.Singh, 1999).

Prenant comme exemple : l'expérience de l'entreprise agroalimentaire Nestlé mettant la priorité sur les expériences de marketing interactif et en investissant dans la plateforme Qualifio, qui permet à l'entreprise d'interagir davantage avec ses consommateurs. Ainsi elle met à la disposition de ses clients des conseillers en nutrition alimentaire.

Parlant aussi de l'entreprise Nutella est une marque sur le marché français, qui n'a de cesse de renforcer le lien d'émotion qui l'unit à ses clients. Elle est considérée comme étant la seule marque qui possède une journée dédiée créée par ses fans — le « World Nutella Day ». Sa stratégie est développée autour de trois axes : « la diversification, via l'innovation ; la proximité et la transparence et la confiance ». Pour le développement de la marque sur de nouveaux segments — comme les biscuits avec la gamme Nutella Biscuits ou Nutella B ready — ou, encore, la création de la Nutella Academy, l'entreprise a organisé un concours de pâtisserie dont la deuxième édition réunit, en 2021, 12 centres de formation en pâtisserie.

Conclusion

La notion de performance marketing reste une notion complexe pour la littérature spécialisée en marketing suivant sa multidimension en matière de mesure (quantitative et qualitative). Pour la littérature marketing, la performance marketing consiste en toutes actions marketing et commerciales permettant aux entreprises agroalimentaires d'offrir de la valeur aux clients surtout dans un environnement à forte concurrence.

Pour cela, apporter de la créativité dans les variables de mixte marketing, crée de valeur client engendre de la valeur pour l'entreprise. Quelle est une innovation markète-pull ou push, l'entreprise réussit inciter le désir des consommateurs en apportant une réponse la plus précise possible aux attentes du client (A. Lejeune et al., 2001). Pour maximiser la valeur perçue pour les clients, qui induit à la performance marketing et devenir le meilleur de leur marché, M. Treacy et F. Wiersema (1999) proposent trois voies d'excellence aux entreprises : l'Excellence Opérationnelle, l'Excellence en Performance produite, l'Excellence en Relations.

Références

- Diderich, C., 2019. « Design Thinking for Strategy Innovation Towards Competitive Advantage », édition springer.
- Le Nzgard-Assayag, E., Manceu, D., Morin-Delerm, S., 2015. « le marketing de l'innovation : concevoir et lancer des nouveaux produits et services, 3^e édition », édition, DUNOD.
- Keller, K. L., Kotler, P., & Manceau, D. (2016). Marketing Management (15^e éd.). England: Pearson Éducation. Paris.
- Mouline, J., 2016. Livre blanc national collectif. Digitalisation de la fonction commerciale — quand commercial rime avec digitaux nouveaux enjeux, nouveaux métiers. Hal.archives-ouvertes.fr.

ZERKHEFAOUI Lyas (UMMTO) : La normalisation dans l'industrie agroalimentaire en Algérie : des enjeux majeurs pour un intérêt mineur

Résumé

Dans un contexte économique, marqué par la baisse des revenus pétroliers et aggravé par la crise de la covid 19. L'ALGERIE à l'instar des pays, dont l'économie est fortement dépendante de la rente pétrolière, a adopté des mesures visant la réduction de la facture alimentaire, via une politique de substitution aux importations et la diversification de l'économie, notamment grâce à l'exportation de certains produits issus de quelques filières alimentaires.

Dans ce sens, les entreprises intervenant dans l'industrie en question, se voient contraintes de garantir un niveau de qualité et d'assurance conformes aux standards internationaux. C'est ainsi que les notions de certification et de contrôle alimentaire, deviennent des moyens incontournables en vue de mettre en place des dispositifs permettant de développer l'industrie en question.

L'objet de la présente communication, est de présenter dans un premier temps les différentes normes internationales (ISO 22000, les normes Codex, IFS, BRC), qui régissent l'industrie agroalimentaire dans le monde. Dans un second temps et au travers d'une approche qualitative menée par une analyse documentaire, nous mettrons l'accent sur le faible intérêt qu'entretiennent les entreprises algériennes intervenant dans l'industrie agroalimentaire face au processus de normalisation/certification.

Mots clés : Industrie agroalimentaire, certification, normalisation, qualité alimentaire.

BEKOUR Farida, AMOKRANE Abdellaziz et MOULOUA Zahra (UMMTO) : Le Reporting des actions de RSE selon les lignes directrices du Global Reporting Initiative : Cas de la Direction des Services Agricoles (DSA) de la wilaya de Tizi-Ouzou

Résumé

L'introduction du Développement Durable (DD) et de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) dans le management des entreprises a amené les dirigeants à intégrer dans leurs discours la communication des politiques de l'entreprise quant à leurs impacts sociaux et environnementaux (Françoise Quairel, 2005). C'est dans ce cadre que se sont développés des outils d'information et de communication tels que le Reporting social ainsi que les lignes directrices du Global Reporting Initiative (GRI, 2000). De ce fait, les entreprises, en plus des rapports comptables et financiers diffusés annuellement sont, aujourd'hui, tenues de la diffusion des rapports portant des informations d'ordre, non seulement, économique mais aussi environnemental et social.

Le Reporting RSE constitue alors une forme de suivi de la contribution des entreprises dans le développement durable et une forme de partage des expériences et des pratiques RSE avec tous leurs partenaires. Cependant, ces concepts de DD et de RSE sont souvent, si ce n'est toujours, évoqués dans le cas des entreprises et des organismes du secteur industriel, à ce titre *notre objectif par cette communication* est d'une part, de présenter ces concepts de DD et de RSE en agriculture, d'autre part, de rapporter les actions de la Direction des Services Agricoles (DSA) de la wilaya de Tizi-Ouzou pour le développement d'une agriculture durable dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Pour cela, *notre méthodologie de recherche* est dans un premier temps, une recherche documentaire nous permettant de définir les concepts de DD, de RSE, de RSE dans le cas de l'agriculture et du Reporting suivant les lignes directrices du GRI. Dans un deuxième temps, en se basant sur ces lignes directrices proposées par le Global Reporting Initiative pour rendre compte des actions RSE engagées et réalisées, nous rapportons, suivant ces lignes directrices de rédaction du Rapport, les actions de la DSA de Tizi-Ouzou pour assurer une agriculture durable, qui répond aux besoins de la wilaya.

Les *résultats de cette recherche* sont restitués dans les quatre points suivants :

- I.** Les concepts de DD, de RSE et de Reporting RSE ;
- II.** Le concept de RSE dans les activités agricoles ;
- III.** Le Reporting RSE suivant les lignes directrices du GRI ;
- IV.** Le Reporting des actions de développement de l'agriculture : Cas de la Direction des Services Agricoles de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Mots clés : RSE, Développement Durable, Reporting, GRI, Agriculture

I. Les concepts de RSE et de reporting RSE

Nul ne peut contester que les notions de Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) et de Développement Durable (DD) suscitent depuis quelques années un intérêt sans cesse grandissant aussi

bien dans les discours des dirigeants politiques que dans les entreprises ou dans les universités et les centres de recherche. Parler de RSE c'est participer au développement durable.

Ainsi la notion de RSE implique l'intégration d'un modèle de *développement durable* qui est aussi qualifié de *développement soutenable*. Le passage des économies à ce modèle de développement s'est fait à la fin des trente glorieuses. La période dans laquelle la croissance économique a induit, non seulement, l'augmentation des salaires et par conséquent, la stabilité de l'emploi mais aussi des *conséquences écologiques et sociales*. C'est dans ce cadre qu'en 1987, on assiste à la publication du rapport Brundtland officiellement intitulé "notre avenir à tous". Dans ce rapport, le **développement durable** est défini comme est un développement qui répond aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. L'objectif du Développement durable est de protéger les besoins des générations futures.

Selon M. Capron et F. Quairel Lanoizelée (2004), les origines de la responsabilité sociale de l'entreprise se trouvent dans les percepts religieux et moralisateurs d'où ont émergé au XIXème siècle le *patronage* et le *paternalisme d'entreprise*. Les auteurs soulignent que les évolutions ont induit des différences entre l'approche anglo-saxonne et l'approche européenne.

Avec la globalisation et l'ouverture des économies, la définition d'une RSE commune est alors nécessaire. L'objectif est de réguler le comportement de toute entreprise et intégrer l'éthique comme élément commun pour répondre aux préoccupations de toutes les sociétés. C'est la réponse à ces préoccupations qui ont induit *l'institutionnalisation de la RSE* par la mise en place de normes, de labels, de codes de conduite et d'agences de notation.

Ceci fait qu'aujourd'hui, la définition de la RSE englobe les aspects volontaire et réglementaire et sa pratique ne cesse de se propager touchant à tous les pays et à tous types d'organisations qui sont alors contraints de suivre toutes les dimensions de l'évolution, sociale, sociétale, environnementale, économique et territoriale, que connaît l'humanité et où l'intérêt global prime sur l'intérêt individuel. Ainsi, la définition de la Responsabilité Sociale des Entreprises est qualifiée par certains auteurs d'*acte volontaire*, par d'autres qualifiée de *réglementaire* et par certains auteurs qualifiée de volontaire mais soutenue par la *force juridique* qui oblige le respect des règles de bonne conduite.

Dans le *tableau n°1*, ci-dessous, nous présentons les différentes définitions que nous avons recensées par nos différentes lectures. Ces définitions font ressortir les deux aspects, *volontaire* et *réglementaire*, qui définissent le concept de RSE.

Tableau n°01 : Définitions de la RSE.

Source de la définition	Aspects volontaire et réglementaire (légal) dans la définition de la RSE
H. Bowen (1978)	L'intégration volontaire nécessite une démarche officielle pour opérationnaliser la RSE
Livre Vert (2001)	La RSE est définie comme l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes.
Livre Vert de la Commission européenne (juillet 2001, p.5)	Le concept de responsabilité sociale des entreprises signifie essentiellement que celles-ci décident de leur propre initiative de contribuer à améliorer la société et rendre plus propre l'environnement.
Livre Vert de la Commission européenne (juillet 2001, p.8)	Une entreprise qui est socialement responsable signifie celle qui non seulement satisfait à toutes les obligations juridiques applicables, mais c'est d'investir encore plus dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes.
J. Pasquero (2005), cité par F. Lépineux et al. (2010, p. 105),	La RSE est « l'ensemble des obligations, légales ou volontaires, qu'une entreprise doit assumer afin de passer pour un modèle imitable de bonne citoyenneté dans un milieu donné ».
J.P. Gond et J. Igalens (2008, p. 12)	Les auteurs reprennent dans leur ouvrage la définition donnée par Howard R. Bowen selon laquelle : La RSE renvoie à l'obligation pour les hommes d'affaires de réaliser les politiques, de prendre les

	décisions et de suivre les lignes de conduite répondant aux objectifs et aux valeurs qui sont considérés comme désirables dans notre société.
<i>M. Doucin (2011, p.32)</i>	La RSE est définie comme : Une nouvelle forme de gestion qui intégrerait les intérêts de la société dans un dialogue entre les différents acteurs du monde social.
<i>C. Neau-Leduc (2011, p.117)</i>	La RSE n'est pas exactement une démarche volontaire. Elle l'est dans la décision prise par l'entreprise de s'engager ou non... Elle ne l'est guère dans sa réalisation car des impératifs juridiques vont s'imposer.

Source : Synthèse faite par nous-mêmes sur la base de nos différentes lectures.

De toutes ces définitions, que l'intégration de la RSE soit faite de manière volontaire ou réglementaire, l'entreprise a pris l'engagement de prendre en considération dans son activité les trois aspects *économique, social et environnemental*.

II. Le concept de RSE dans les activités agricoles

En s'inspirant de l'article de F. Zahm et Ch. Mouchet (2012), le secteur agricole, comme les autres secteurs de l'économie, connaît une évolution de son environnement global que ce soit économique, social et environnemental. En effet, le changement du comportement des consommateurs induits, entre autres, par l'ouverture des économies ayant induit de nouveaux concepts dans le développement économique a mis toutes les organisations face à ce modèle caractérisé par : l'introduction de la protection de l'environnement ; le changement du comportement des consommateurs ; la montée de la société civile ; la montée des ONG de protection de l'environnement et de protection des consommateurs et la rareté des ressources naturelles et l'intensification des actions de protection de ces ressources.

Ainsi les Etats agissent pour mettre en place une *agriculture durable* intégrant les enjeux de l'environnement (qualité de l'eau, qualité de l'air, la biodiversité, l'énergie), et c'est à ce niveau qu'apparaît la responsabilité sociétale des exploitations agricole. Une responsabilité qui est à la fois vis-à-vis de toutes les parties prenantes ayant des relations contractuelles ou quasi-contractuelles avec l'exploitation agricole. On trouve les créanciers, les salariés, les fournisseurs, les clients et régulateurs, et les êtres vivants y compris la faune et la flore, les institutions et les espaces naturels affectant ou affectés par l'activité agricole⁶⁵.

Selon L. Sauvée et Z.Z. Abdirahman (2013), le **reporting** (ou rapportage) doit être un outil qui permet de communiquer et diffuser les informations normées à toutes les parties prenantes. Le reporting est alors défini comme « la diffusion régulière *d'informations économiques, environnementales et sociales* produites par les entreprises à destination des tiers, simultanément ou indépendamment de la reddition financière »⁶⁶. Par ailleurs, en se référant à la théorie des parties prenantes développée par *R.E. Freeman (1984)*⁶⁷ et la théorie des biens communs développée par *G. J. Hardin (1968)*⁶⁸, une exploitation agricole a une responsabilité envers les parties prenantes représentées par : les salariés ; les actionnaires ; les institutions financières ; les fournisseurs ; l'Etat et ses administrations ; les collectivités locales ; les consommateurs.

III. Le Global Reporting Initiative (GRI)

Le GRI est une Organisation Non Gouvernementale (ONG) créée en 1997 par la Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES qui est une association pour des économies respectueuses de l'environnement) et le PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement). Les parties prenantes notamment les sociétés, les organismes, les associations provenant du monde entier font aussi partie de cette organisation.

L'objectif de sa création est de mettre en œuvre des indicateurs que peuvent utiliser les entreprises pour mesurer leurs programmes et leurs politiques de Développement Durable. Son objectif est aussi d'inciter

⁶⁵ Frédéric ZAHM et Christian MOUCHET (2012), De la responsabilité sociétale d'une exploitation agricole à la mesure de sa performance globale. Revue de la littérature et application avec la méthode IDEA. Economie et institutions, pp.1-2.

⁶⁶ Loïc SAUVÉE et Zam. Zam ABDIRAHMAN (septembre 2013), Agro-Alimentaire : la Responsabilité sociétale des entreprises AGRO-ALIMENTAIRE, p.38.

<https://www.researchgate.net/publication/262002229>

⁶⁷ R.E. FREEMAN (1984), Strategic management : A stakeholder approach. Pitman, Boston.

⁶⁸ Garrett James HARDIN (1968). The tragedy of the commons. *Science* 162(3859), 1243–1248.

et d'encourager les organisations à utiliser le reporting du développement durable et le référentiel pour élaborer les rapports RSE.

Dans ce cadre, le GRI met en place une *série de lignes directrices* relatifs aux *principes* et aux *indicateurs* qui permettant de mesurer la performance globale de l'entreprise que ce soit économique, sociale et environnementale et de rendre compte aux parties prenantes.

Les lignes directrices du GRI ont été publiées en 2000, révisées deux fois en 2002 et 2006 et une autre révision en mai 2013 donnant lieu à la nouvelle édition désignée par G4 touchant en général à *six (6)* domaines : l'économie ; l'environnement ; les Droits de l'Homme ; les relations sociales et les conditions de travail ; la responsabilité en termes des produits et la société.

Aussi, plusieurs supports ou outils ont été définis par GRI G4 pour la rédaction du rapport sur les actions RSE engagées, sa publication et sa communication comme :

- La matrice de matérialité ;
- *Le tableau de bord des indicateurs extra-financiers* ;
- La table de correspondance ;
- La précision et la clarté de la rédaction ;

IV. L'application du Reporting RSE GRI dans le cas de la Direction des Services Agricoles de la wilaya de Tizi-Ouzou

Dans le secteur agricole, le reporting RSE a pour objectif la transmission d'information et la communication sur les projets de développement agricole mis en œuvre et sur ceux qui sont à engager avec les parties prenantes notamment les agriculteurs ; les fournisseurs ; le citoyen ; les collectivités locales et les institutions financières chargées de l'octroi de crédits agricole ; les instituts de formation et de perfectionnement dans le domaine agricole.

Dans le cadre de cette communication, nous avons opté pour une étude de cas pratique à savoir la DSA (*Direction des Services Agricoles de la wilaya de Tizi-Ouzou*). A cet effet, nous avons pris contact avec l'organisme en *juin 2021* qui a donné son accord pour effectuer cette étude sur la base de l'étude des documents internes et de la distribution d'un questionnaire.

Cependant, en raison du problème de la situation sanitaire (Covid 19) que vit notre pays, et tous les autres pays d'ailleurs, en général, et de la non disponibilité de la personne, cadre dans cet organisme, chargée de nous recevoir en particulier, nous n'avons pas pu réaliser cette enquête en juin 2021. Après l'amélioration de la situation sanitaire du pays à partir de septembre 2021, nous avons alors contacté, pour une deuxième fois, l'organisme qui a donc donné son accord en *septembre 2021*.

A ce titre, nous avons élaboré un questionnaire que nous avons traité avec le cadre de la DSA, chargé de nous recevoir. Nous avons, à cet effet, utilisé la méthode de *questionnaire* et des *entretiens directs* pour répondre aux différentes questions fermées et ouvertes contenues dans le questionnaire. Pour l'élaboration de ce dernier, nous nous sommes basés sur **les éléments généraux** et **spécifiques du rapport établi suivant ses normes du GRI**.

Conclusion

Le Reporting RSE est une forme de suivi de la contribution de tous les acteurs économiques dans le développement durable et une forme de partage des expériences et des pratiques RSE avec toutes les parties prenantes internes et externes. La RSE est définie, dans Livre Vert (2001), comme l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et dans leurs relations avec leurs parties prenantes.

Dans ce cadre, le cas d'étude que nous avons intégré dans cette communication est un organisme d'Etat vu le rôle important qu'il a dans la gestion de toute l'activité agricole de la wilaya de Tizi-Ouzou, il s'agit de la DSA de Tizi-Ouzou.

La DSA (Direction des Services Agricoles) de Tizi-Ouzou est un organisme ayant un rôle intermédiaire entre le ministère de l'agriculture et les agriculteurs ou les exploitations agricoles. Elle est, à ce titre, chargée de l'application de toutes les instructions et de la mise en œuvre de tous les projets arrêtés par le ministère. Son rôle est aussi d'assister les agriculteurs dans toutes les actions de développement du secteur agricole.

Références bibliographiques

BADDACHE F. et LEBLAN S. (2015), Les fiches outils de la RSE, Groupe Eyrolles.

BALMISSE G. et MEINGNA D. (2015), Déployer un réseau social d'entreprise. Mettre en place et faire vivre une RSE, Dunod, Paris.

BARTHE N., PERETTI J-M. ET TERRAMORSI P. (2010), « La RSE à travers les rapports annuels des entreprises du CAC 40 » dans l'ouvrage Coordonné par Françoise DE BRY, Jacques IGALENS et Jean-Marie PERETTI, « Ethique et responsabilité sociale ». 78 experts témoignent. Mélanges en l'honneur de Michel Joras ». Questions de société, éditions ems.
BRUNEL S., (2004), Le développement durable. Que sais-je ?, Edition PUF, Paris.

SAHALI Nourredine, GUENDOUDI Brahim et SAHNOUNE Mohand; Evolution des indicateurs du secteur agricole et la question de la sécurité alimentaire en Algérie durant les années 2000.

Résumé

Le secteur agricole a enregistré ces dernières années une évolution remarquable dans toutes les filières de production. Cette évolution est soutenue par la mise en place de la politique agricole lancée depuis l'année 2000. Cette politique a évolué dans le temps, passant des soutiens élargis à des soutiens orientés particulièrement en faveur des filières stratégiques.

Les résultats enregistrés en matière de production ainsi que des rendements dans les filières stratégiques témoignent d'une progression positive. Pour les céréales la production est passée de 30 millions de quintaux en 2000 à une moyenne de 50 millions de Quintaux durant la dernière décennie. Cela est rendue possible grâce à l'amélioration des rendements passant de 10 Qx/ha à 20Qx/ha pour la même période d'analyse. De même pour la production laitière quia a triplé passant de 1,2 milliards litres en 2000 à 3,7 milliards en 2018.

Dans le même sillage, les produits de large consommation particulièrement la pomme de terre ont connu une nette amélioration. Les efforts déployés dans ce domaine ont permis une nette amélioration des performances. Pour la culture de la pomme de terre les rendements et la production ont quadruplé entre 2000 et 2019. Par conséquent, la superficie cultivée est devenue plus importante mais surtout plus diversifiée à l'échelle du territoire nationale. Dans ce cadre les wilayas du sud sont devenues de véritable pourvoyeur de ces produits ainsi que de tous les produits maraichers.

Par ailleurs, ces réalisations n'ont pas permis la couverture totale des besoins alimentaires. De ce fait, le recours à l'importation est systématique pendant toute la période d'analyse. Le volume des importations est devenu au fil des années un véritable fardeau pour le budget de l'Etat, passant de moins de 3 milliards de dollars au début de période à 10 milliards par année à partir de 2010.

Dans cette communication nous allons revenir, d'une part, sur l'analyse de l'évolution des indicateurs du secteur agricole en Algérie et d'autre part, sur l'évolution des importations alimentaires en Algérie. Toutefois, avant d'aborder ces éléments un éclairage théorique sur le concept de sécurité alimentaire sera abordé au même titre qu'un bref historique de la politique agricole récente appliquée en Algérie.

Mots clés : Sécurité alimentaire, produits agricoles, importations des produits alimentaires, politique agricole et performances économiques.

Atelier n°6

Présidente : Dr. RACHEDI Akila

Rapporteur : Dr. GUERCHOUH Mouloud

MEKACHER Amal (UMMTO) : L'entreprise agricole algérienne et sa place dans la chaîne de production agroalimentaire à l'ère de l'économie verte

Résumé

L'entreprise agricole en tant que premier maillon de la chaîne de valeur de la desserte du marché agroalimentaire, il paraît indispensable et particulièrement en ces temps de crises qui frappent le monde économique en général, de poser la problématique qui entoure les questions de son évolution, des difficultés liées au nouveau contexte mondial et national et enfin des opportunités qui s'offrent à elle dans la filière bio, ce afin de redéfinir quelle est sa véritable place par rapport au secteur agroalimentaire algérien et du rôle clé qu'elle peut jouer dans son développement durable?

En effet, il est vrai qu'aujourd'hui, de plus en plus d'études et d'expertises soulignent l'importance du rôle bienfaisant des exploitations agricoles et fermières dans la dynamisation d'une production agroalimentaire saine. Ceci nous amène à revoir ce secteur sous le nouveau prisme des nouvelles dispositions entreprises par notre gouvernement, durant ces dernières années, dans la promotion de cette filière charnière, avec une vision critique qui pose la problématique de la véritable place qu'occupe l'entrepreneur agricole algérien et de l'importance que revêtent ses initiatives dans l'adoption des

dernières tendances relatives aux exigences d'une économie de développement durable et d'une économie propre.

Mots clés : Agriculture biologique – Marché agroalimentaire – Economie durable

Introduction

L'entreprise agricole d'aujourd'hui, particulièrement dans des régions à forts potentiels climatique et naturel, se trouve au cœur des débats mondiaux sur le développement durable, se souciant d'une part, du rôle fondamental qu'elle joue dans la garantie d'une sécurité alimentaire qualitative, d'autre part, de sa responsabilité économique à réussir le défi d'une intégration maximale à l'éco-marché, dans des conditions favorables à la baisse des ressources financières injectées dans cette filière souvent très soutenue en subventions.

Dans un pays tel que l'Algérie où le marché du bio est encore à sa phase embryonnaire, il s'agit de définir le statut de l'agriculteur investit dans cette filière comme porteur d'un véritable potentiel d'une double valorisation à la fois du produit local mais également des zones rurales et ou enclavées.

Il conviendrait alors de redonner à la gestion de l'unité agricole sa vraie dimension avec une vraie palette d'outils comme dans les grandes entreprises, ayant toute sa place sur la scène économique en tant qu'investisseur et entrepreneur à part entière, d'où l'importance de dégager les véritables besoins « subventionables » et de repenser la structuration financière des exploitations agricoles, afin de rentabiliser le secteur agricole et de convertir sa position de charge budgétaire à ressource financière, le tout inscrit dans une stratégie de développement durable et écologique. Nous développerons à cet effet notre proposition d'étude autour de trois points : Revue de la politique du gouvernement algérien dans le développement de la filière agricole biologique, atouts et contraintes de l'intégration de l'entreprise agricole bio dans la chaîne agroalimentaire et enfin les perspectives de croissance économique de l'agroalimentaire via la filière agricole bio.

1- Revue de la politique du gouvernement algérien dans le développement de la filière agricole biologique

En Algérie, la filière agricole, en général et biologique en particulier, peut représenter pour l'économie du pays un véritable levier financier, mais à l'heure actuelle, elle souffre d'une sous exploitation et d'une faible intégration aux marchés extérieurs. Les politiques et plans de développement jusque-là mis en place, n'ont pu produire des résultats assez probants au regard des potentialités qu'offre le pays. Face à un certain nombre d'éléments factuels qui désigne l'agriculture biologique comme étant une alternative intéressante mais avec un processus de longue haleine, dans le monde économique en général et pour la valorisation des ressources locales et la lutte contre les crises alimentaires, l'agriculteur algérien devrait pouvoir profiter d'un contexte de plus en plus favorable avec une proximité des marchés de croissance en Europe, constituant des facteurs propices à son développement et à son épanouissement.

Néanmoins et même si ce n'est pas explicitement exprimé, ce qu'il faudra retenir pour l'agriculteur désireux d'investir dans la filière bio qui abonde complètement dans le sens du développement durable, c'est d'ores et déjà cette série de dispositions que prévoit le PNDA, parmi lesquelles certaines peuvent être considérées comme incitatives, telles que la mise en place d'un programme d'adaptation du système de culture aux différents milieux naturels (reconversion), ou encore la mise en valeur et la protection des zones rurales et de la steppe.

On retiendra que l'effort et la volonté de réglementer la filière agricole biologique en Algérie sont très peu perceptibles car ne sont pas soutenus par une structure de mise en application et de suivi. On peut d'ailleurs résumer cet effort en quatre grandes étapes :

- En 2004 : un avant-projet de loi sur l'agriculture biologique a été élaboré mais il a été rejeté par le SGG par manque d'ancrage juridique ;
- En 2004-2005 : cet avant-projet de loi s'est vu modifié par un avant-projet de décret englobant la labellisation des produits agricoles, la certification et l'agriculture biologique ;
- En 2008 : mise en œuvre de la loi d'orientation agricole 10 août 2008 (chapitre 01 Article 32 et 33 Pour la valorisation et la promotion des produits agricoles) ;
- Enfin, on termine avec le décret exécutif de l'année 2020 qui marque un intérêt très particulier concrétisant un grand pas vers l'organisation de la filière bio en Algérie, par la création de la Direction

de l'Agriculture Biologique, de la Labellisation et de la Promotion des Productions Agricoles, rattachée au Ministère de l'Agriculture, du Développement rural et de la Pêche.

2- Atouts et contraintes de l'intégration de l'entreprise agricole bio dans la chaîne agroalimentaire

Pour la plupart des études faites jusque-là, le constat est le même et conclu sur l'existence d'un marché quasi-vierge de l'agriculture bio et de ses dérivés en Algérie, un marché qui ne demande qu'à être investi. Cela se manifeste par l'absence d'une organisation structurée de la filière qui freine les volontés nombreuses d'une amplification et d'un développement de ce secteur via les circuits déjà existants. Pour pouvoir traiter de la question, il faudrait néanmoins scinder le secteur agricole en deux catégories, la première est celle des exploitations agricoles ou fermières déjà existants et la seconde est celle des entreprises en phase de création.

L'exploitation agricole en exploitation : Pour cette catégorie d'entreprises, une reconversion progressive de l'activité ne devrait pas poser de difficultés d'ordre technique, ceci est encore plus pertinent pour les agriculteurs situés en zones rurales, plus précisément en montagnes où le recours aux pratiques de chimisation et l'utilisation intensive d'intrants industriels reste à un degré très faible. D'ailleurs, certains produits peuvent ou font déjà objet de conversion à l'agriculture biologique tels que la datte, l'olive de table, l'huile d'olive, la figue, les agrumes, les légumes ou encore les plantes médicinales et aromatiques. D'autant plus que ces produits, dits du terroir, bénéficient déjà d'une notoriété de qualité internationale et d'un engouement grandissant de la part d'une tranche de consommateurs en plein expansion.

En Algérie, le poids de la demande en termes de qualité du produit agricole est mesuré, comme partout ailleurs, à l'aune des besoins exprimés par les industries agroalimentaires assurant leur transformation, ce qui nous renvoie à la prise en compte du facteur marketing de la filière en aval, censée à son tour répondre aux exigences du système de grande distribution. Sachant que le marché agroalimentaire algérien souffre de l'absence d'une codification de la branche labélisée bio, les agriculteurs n'ont pas d'autres alternatives que de prévoir dans leur mise en exploitation une stratégie de transformation et de commercialisation in place, et dans les meilleurs des cas, mettre sur pied une politique d'exportation vers les marchés de proximité. Cependant, on ne peut totalement ignorer l'existence de certains produits de consommation alimentaire fabriqués en Algérie et certifiés bio issus eux-mêmes de l'agriculture bio.

L'exploitation agricole en création : Comme déjà évoqué dans le premier point sur l'organisation réglementaire de la filière agricole biologique en Algérie, une toute nouvelle structure créée exclusivement pour sa promotion et son développement au niveau du Ministère de l'agriculture, permet de lui dégager un horizon plutôt favorable et même très encourageant.

Par ailleurs et tout comme les entreprises déjà en exploitation, une entreprise qui se lance dans l'écoproduit agricole doit parallèlement tenir compte, mais en sus des deux impératifs qui sont les amonts et les avals, d'un troisième qui n'est autre que le terrain. En théorie, une assiette foncière destinée à une exploitation agricole ou fermière classique peut être accordée dans le cadre d'une concession réservée à cet effet¹⁰. Par cette disposition, les autorités publiques règlent deux problèmes d'intérêt à la fois public et privé, premièrement, celui d'un réemploi approprié des ressources naturelles pour une rentabilisation optimale, deuxièmement, celui d'une mise à disposition de terres agricoles au bénéfice des investisseurs intéressés, pour une durée déterminée et renouvelable en fonction des termes du contrat de concession, ce qui donne à l'entreprise toute la latitude de mieux estimer ses capacités à développer son activité dans les meilleures conditions financières possibles.

3. Les perspectives de croissance économique de l'agroalimentaire via la filière agricole bio

Si l'on croit certains rapports établis par des experts, l'espace agricole de l'Algérie est de plus en plus limité par des conditions climatiques assez rudes et caractérisées par une pluviométrie déficitaire et irrégulièrement répartie, ce qui fait obstacle à l'adoption de pratiques intensives d'agriculture sans irrigation artificielle; par conséquent, nous pouvons en déduire qu'une agriculture intensive n'est plus à l'ordre du jour et qu'il est primordial de penser à de nouvelles méthodes où l'agriculture bio à toute sa place.

Par ailleurs, le secteur agro-alimentaire en Algérie, dominé par le secteur privé, participe à hauteur de plus de 50 % au PIB industriel hors hydrocarbures. Il est le premier employeur dans l'industrie (40 % de l'emploi) et connaît une progression soutenue. Sa dépendance vis-à-vis des approvisionnements extérieurs est forte car il importe l'essentiel des matières premières agricoles et des intrants.

Parallèlement et pour pallier à cette dépendance, l'Etat a d'une part, varié les sources et produits financiers destinés au soutien des secteurs agricole et agro-alimentaire, et d'autre part, accordé des avantages afin d'encourager les investisseurs privés (prêts bonifiés, fiscalité avantageuse, soutien aux intrants et matériels). Toutes ces initiatives de l'Etat ont permis au secteur agricole d'enregistrer de bonnes performances.

C'est donc dans une perspective d'abord et avant tout stratégique, que l'Etat doit agir pour réduire la vulnérabilité alimentaire du pays. En ce sens, le défi économique consiste en premier lieu à réussir la combinaison de développer les secteurs agricole et agro-alimentaire d'une part, et d'autre part, de baisser le coût à moyen terme de cette lourde facture. Le rendement d'une telle démarche tient sur au moins trois axes opérationnels majeurs qui se dégagent :

- 1- l'amélioration des capacités nationales à approvisionner le marché national en produits agricoles à des prix compatibles avec le pouvoir d'achat ;
- 2- aller vers le développement d'un marché agroalimentaire fourni majoritairement par un marché agricole local ;
- 3- l'encouragement et le soutien à l'exportation du produit agricole labélisé par l'exploitation intensive du potentiel important dont dispose le pays, ceci afin de constituer une autre source d'entrée en devises hors hydrocarbures.

Conclusion

Le secteur agricole est et restera toujours l'une des préoccupations majeures des pouvoirs publics en raison de son poids et de son apport sur la balance économique du pays. En effet, la production intérieure brute agricole (PIBA) est passée, en pourcentage du PIB, de 8,3 % en 2000 à 9,2 % en 2010 et à 11,2 % en 2014, une hausse affectée à un accroissement des productions maraichères et animales. Quant au produit intérieur brut du secteur agroalimentaire, il s'est stabilisé autour de 5,6 % du PIB national à la fin du dernier plan quinquennal. Au cours des années 2000, ce secteur a nettement amélioré sa place dans le PIB avec une tendance positive et progressive en comparaison avec les secteurs des industries hors hydrocarbures, du bâtiment et des travaux publics.

En ce sens, l'agriculture bio constitue pour un pays tel que l'Algérie, une véritable aubaine pour laquelle il faudra consacrer plus d'efforts et de moyens. Les organismes de formation et de vulgarisation doivent s'engager davantage sur ce thème, le législateur doit affirmer et faciliter la mise en application des textes promulgués à cet effet, quant aux exploitants agricoles investis dans la filière bio, ils sont appelés à faire preuve d'initiatives avec l'adoption d'une politique de pénétration des marchés, aussi bien local qu'étranger, plus audacieuse et mieux organisée. Pour cette dernière condition, une solidarité structurée des entreprises agricoles bio autour d'une organisation formelle et active est une nécessité absolue afin de permettre une meilleure reconnaissance du produit bio et de ses retombées positives directes sur le secteur agroalimentaire et sur l'économie du pays en général.

Références bibliographiques

- Abdellaoui H, (2012). « Développement récent et perspectives de l'agriculture biologique en Algérie », colloque international sur les produits de terroir, Université de Blida.
- Abdellaoui H., (2013) « Présentation de l'approche Algérienne en matière d'agriculture biologique : potentiel conditions de leur développement et perspectives pour la valorisation de la production Algérienne », Colloque international sur la valorisation des produits agricoles. Mostaganem : ministère de l'agriculture.

CHEURFA Sadika (Université de Bejaia) : L'environnement des entreprises du secteur agro-alimentaire en Algérie : cas des entreprises sises à la wilaya de Béjaia

Résumé

Le secteur agroalimentaire en Algérie avec un grand nombre d'entreprises, constitue un élément crucial du tissu industriel national, soit par la valeur ajoutée dégagée, soit par la contribution aux développements des exportations.

Toutefois, toute entreprise est impuissante face aux pressions externes qui la contraignent à s'adapter. Autrement dit, elle est considérée comme un système ouvert sur son environnement qui subit des pressions exogènes l'obligeant à s'adapter et à réagir sous peine de disparaître. Cet environnement peut revêtir différentes caractéristiques. Selon Mintzberg il peut être plus ou moins stable, plus ou moins simple, plus ou moins divers et plus ou moins hostile.

Dans cette étude, après avoir donné un aperçu sur le secteur agroalimentaire en Algérie à travers quelques données, nous tenterons de dévoiler les caractéristiques de l'environnement des entreprises agroalimentaires en Algérie. et ce à travers une étude de cas dans la Wilaya de Bejaia. A cet effet, nous avons entrepris une enquête auprès des entreprises agroalimentaires de la Wilaya de Bejaia tout en se focalisant principalement sur les dimensions de l'environnement telles qu'elles sont définies par Mintzberg. Le but est de qualifier l'environnement des entreprises agroalimentaires en Algérie.

Mots clés : entreprise, environnement, agroalimentaire, Algérie, Bejaia

Introduction

Face aux changements de l'environnement tels que l'ouverture des marchés à la mondialisation et à la globalisation, le développement technologique, l'intensité concurrentielle et la clientèle de plus en plus exigeante ; les entreprises de manière générale, et celles exerçant dans le secteur agro-alimentaire en particulier se trouvent dans l'obligation de s'adapter à cet environnement. Ce dernier représente différents domaines (concurrentiel, commercial, politique, social), et il met également en cause différents acteurs (concurrents, fournisseurs, clients, partenaires divers, cadre législatif, etc.).

C'est à la présentation de l'environnement des entreprises agroalimentaires en Algérie qu'est consacrée la présente communication. En fait, la problématique qui a constitué notre point de départ est la suivante : *comment peut-on qualifier l'environnement des entreprises agro-alimentaires en Algérie ?* Pour ce faire, une enquête de terrain auprès des responsables des entreprises agroalimentaires sises à la wilaya de Béjaia est réalisée.

I. L'environnement et ses différentes dimensions

Par environnement, on entend tous les éléments externes à l'entreprise susceptibles d'avoir une influence sur son action et qui affectent sa performance.

L'environnement peut revêtir différentes caractéristiques. Henry Mintzberg⁶⁹ distingue quatre dimensions de l'environnement ; il peut être plus ou moins stable, plus ou moins simple, plus ou moins homogène et plus ou moins hostile :

- **La stabilité et la dynamique :** la stabilité renvoie au caractère prévisible du travail à faire, à l'inverse, dans un environnement dynamique, les changements trop nombreux, fréquents et de forte intensité et par conséquent, il rend le travail de l'organisation incertain et imprévisible et pour lequel elle n'a pas de modèle préalable. A titre d'exemple : l'instabilité gouvernementale, événements économiques imprévisibles, changements inattendus de la demande des clients ou de la concurrence, changement rapide de la technologie ou dans la taille de l'organisation elle-même ; demande de créativité ou de nouveauté fréquente de la part des clients, les agences de publicité, etc.
- **La simplicité et la complexité :** comme soulignent Groff Arnaud et Bassetti Ann-Laure⁷⁰, est perçu complexe « *tout phénomène qui échappe à notre maîtrise et à notre compréhension* ». En effet, un environnement est complexe s'il exige de l'organisation la *possession d'un savoir difficile et étendu* sur les produits, sur les clients ou sur toutes autres choses. Il affecte donc la structure par l'entremise de la dimension intermédiaire qu'est l'intelligibilité du travail à faire et il nécessite ainsi une grande variété de compétence et d'expertise. A l'inverse, si le savoir requis peut être *rationnalisé et décomposé en élément compréhensible* (facile à comprendre) l'environnement devient plus simple.

⁶⁹ Mintzberg, H. (1982). *Structure et dynamique des organisations*. Ed. d'Organisation, pp.246-247

⁷⁰Bassetti, A.-L., & Groff, A. (2006). *8 clés pour une organisation performante*. AFNOR, p.02

- **La diversité des marchés** : une organisation peut avoir des marchés qui vont des plus intégrés aux plus diversifiés. Cette dimension renvoie à la différenciation des demandes susceptibles d'être adressées à l'organisation, elle peut provenir de la variété des clients, des produits et services ou de la diversité des régions où les produits sont vendus.
- **L'hostilité** : elle se réfère au caractère plus ou moins menaçant de l'environnement qui peut aller du plus accueillant au plus hostile. L'hostilité est en fonction de l'intensité concurrentielle, des relations de l'organisation avec les syndicats, les gouvernements, et d'autres groupes extérieurs à l'organisation, ainsi de la disponibilité des ressources qui lui sont nécessaires.

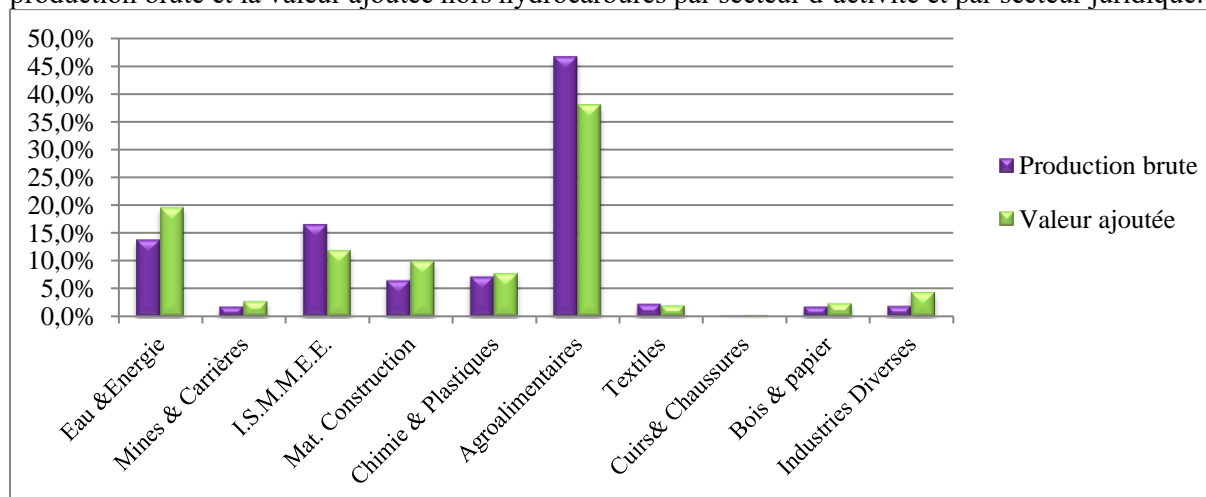
Avant d'aborder l'environnement des entreprises agro-alimentaires en Algérie, il est nécessaire de donner un aperçu général sur cette industrie en Algérie.

II. Un aperçu sur le secteur agro-alimentaire en Algérie

Les industries agroalimentaires regroupent l'ensemble d'entreprises de transformation des matières premières (mis à part celles des eaux minérales), d'origine végétale ou animale, en produits destinés à l'alimentation humaine ou animale.

1. Création de la valeur ajoutée

La valeur ajoutée industrielle (hors hydrocarbures) a été évaluée à 1 165,68 milliards de DA en 2019, dont 38,1% a été dégagée par le secteur agroalimentaire. La figure suivante résume la répartition de la production brute et la valeur ajoutée hors hydrocarbures par secteur d'activité et par secteur juridique.

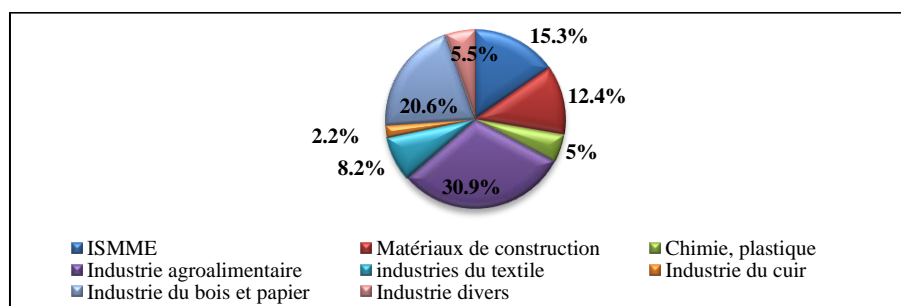


La figure ci-dessus montre que le secteur industriel hors hydrocarbures, en 2019, est nettement dominé par le secteur agroalimentaire. En effet, près de la moitié (46,7%) de la production brute industrielle est réalisée par le secteur agroalimentaire, dont la majorité soit 84,3% est réalisée par le secteur privé.

2. L'importance du secteur agroalimentaire en termes de nombre PME

Comme représente la figure ci-après, la branche agroalimentaire demeure dominante dans le tissu économique, avec 31997 PME, soit 30,9% de l'ensemble de l'industrie manufacturière en Algérie, suivie par les industries de bois et papiers (20,6%). Cette prédominance du secteur agroalimentaire se manifeste par une augmentation continue de la création de PME agroalimentaires privées. Ceci revient aux avantages procurés par l'état (prêts bonifiés, fiscalité avantageuse, soutien aux intrants et matériels) dans le but de rendre ce secteur plus attractif aux investisseurs privés.

Figure n°02 : répartition des PME industries manufacturières privées au 31/12/2019



Source : réalisée par nos soins suivant les données de Ministère de l'industrie et des mines (MDIPI), bulletin PME, N°36, Avril 2020.

III. La place du secteur agroalimentaire dans les industries de la wilaya de Bejaia

En ce qui concerne les entreprises industrielles, l'industrie agroalimentaire s'affirme comme le secteur dominant par un taux de 41,22%, comme représente le tableau suivant :

Tableau n°01 : répartition des entreprises industrielles de la wilaya de Bejaia par secteur d'activité au 31/12/2019

Secteur d'activité	Nombre	Pourcentage	Emploi	Pourcentage
Industrie Agroalimentaire	101	41,22%	13 339	57,42%
ISMME	54	22,04%	3 289	14,16%
Bois, Papier et liège	27	11,02%	975	4,20%
Chimie Plastique	24	9,80%	1 587	6,83%
Matériaux de Construction	24	9,80%	1 433	6,17%
Bonneterie, Textile	14	5,71%	2 333	10,04%
Cuir	1	0,41%	275	1,18%
TOTAL	245	100%	23 231	100%

Source : rapport statistique de la direction de l'industrie et de PME de la wilaya de Bejaia, 2019.

D'après le tableau ci-dessus, nous remarquons que les entreprises manufacturières de Bejaia sont principalement tournées vers le secteur agroalimentaire avec une part de 41.22%, suivies par les industries Sidérurgiques, Métalliques, Mécaniques et Electroniques (ISMME) avec un taux de 22.04%.

IV. Caractéristiques de l'environnement des entreprises agroalimentaires en Algérie

1. La diversité du produit et du marché

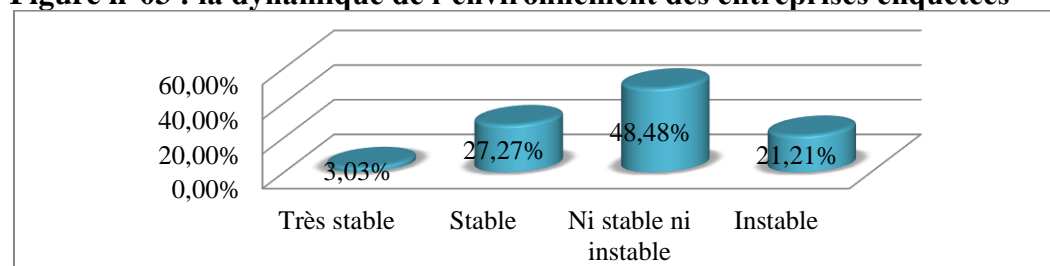
Dans la perspective de s'assurer de la diversification des produits au sein des entreprises enquêtées nous avons interrogé les responsables sur la largeur de leurs gammes et le nombre de marques de produits dont ils disposent. Par conséquent, les résultats stipulent que presque un tiers de ces entreprises dispose d'une gamme étroite de produits, un autre tiers dispose d'une gamme moyenne et enfin un tiers à une gamme plutôt large de produits.

Quant à la question de marque, la majorité des entreprises en question, soit 72.7 %, ont opté pour une seule et unique marque identifiant leurs produits.

2. La dynamique de l'environnement

Une échelle de 5 niveaux, allant du très stable au très instable, a été proposé aux responsables interrogés pour indiquer leur perception par rapport à l'environnement actuel dans lequel se situent leur entreprise.

Figure n°03 : la dynamique de l'environnement des entreprises enquêtées



Source : réalisée par nos soins suivant les résultats de notre enquête

D'après la figure précédente, environ la moitié des responsables interrogés, soit 48.48% juge que l'environnement n'est ni stable ni instable. Quant à 27.27% de ces derniers, estiment l'environnement stable. Enfin 21.21% de ces cadres déclarent que l'environnement est instable.

3. La complexité de l'environnement

D'après les résultats de notre enquête, la plupart des responsables interrogés affirment l'exigence de compétences et d'expertises dans la réalisation d'études de marché. Par contre, 39.39% de ces responsables sont d'accord et pour les 30.30% restant sont tout à fait d'accord. En outre, un taux similaire 15.15% des enquêtés entre ceux qui infirment l'énoncé et ceux qui sont neutres sur ce propos.

Conclusion

L'enquête réalisée auprès des entreprises agroalimentaires sises à la wilaya de Bejaia, nous a permis de qualifier leur environnement, dont les principaux résultats sont synthétisés comme suit :

- La contribution des entreprises agroalimentaires algériennes aux exportations internationales reste marginale. Pour ce faire, l'Etat doit mettre en place des mesures draconiennes, et un cadre réglementaire efficace en la matière permettant de promouvoir la production algérienne sur le marché international.
- L'environnement des entreprises enquêtées est jugé comme moyennement instable, ceci peut être expliqué par les changements et l'intensité moyenne relative ; à la demande des clients, aux concurrents, et au cadre réglementaire en la matière.
- Les entreprises étudiées prouvent des difficultés dans la compréhension des besoins de ses clients, et dans la réalisation des études de marché, ainsi que dans sa présence dans les foires et expositions. Par conséquent, nous pouvons qualifier l'environnement des entreprises agroalimentaire en Algérie d'assez complexe.

Références bibliographiques

Bassetti, A.-L., & Groff, A. (2006). 8 clés pour une organisation performante. AFNOR ;
 Josien, S., & Landrieux-Kartochian, S. (2008). Organisation et management de l'entreprise. Gualino ;
 Mintzberg, H. (1982). Structure et dynamique des organisations. Ed, d'organisation.

AKKOUL Jugurta, BIA Chabane et DJELLOUT Fatima (UMMTO)

Revisite du lien entre le commerce agricole et la croissance économique de l'Algérie : une nouvelle évidence empirique

Résumé

L'objectif de ce papier sera d'analyser la relation entre le commerce des produits agricoles et la croissance économique algérienne sur une période allant de 1985 à 2018. Pour atteindre cet objectif, une modélisation économétrique s'appuyant sur un ensemble de variables a été utilisée. Les variables composant notre modèle sont le produit intérieur brut, les exportations et les importations agricoles de l'Algérie. L'estimation de ce modèle a été faite à l'aide d'un modèle à correction d'erreur (VECM). Les résultats obtenus confirment l'existence de relations entre le commerce de l'agriculture et l'évolution de la croissance économique algérienne sur la période étudiée.

Mots clés : commerce agricole, croissance économique, Algérie.

Introduction

La relation entre le commerce et la croissance économique a été un sujet de recherche très discuté dans la littérature (voir par exemple : Vanek, 1971 ; Lewer et Van Der Berg, 2003 ; Kali et al., 2007 ; Sun, 2010 ; Kustepeli et al., 2012 ; Bojanic, 2012 ; Belloumi, 2014 ; Were, 2015 ; Fetahi-Vehapi et al., 2015 ; Zahonogo, 2017). De nombreux chercheurs ont eu à investiguer, durant ces dernières décennies le lien potentiel qu'avaient les exportations et les importations avec la croissance de l'économie, de la productivité ou de l'accumulation du capital dans plusieurs pays aux quatre coins du monde. Certains travaux, à l'instar de ceux menées par Brochart (1985), Fosu (1990), Tremblay (1990), Beko (2003), Abou-Stait (2005), Won et Hsiao (2008) et Sahoo et al., (2014), entre autres, ont démontré l'impact positif des exportations sur la croissance économique. Ce lien positif a également été observé entre les importations et la croissance économique (voir Marwah et Tavakoli, 2004 ; Ugur, 2008 ; Ghosh, 2009 ; Pistoresi et Rinaldi, 2011 ; Herrerias et Orts, 2011 ; Andrews, 2015 ; Sokolov-Mladenovic et al., 2016). Les résultats de ces études sont toutefois à considérer avec prudence, en raison notamment des multiples différences existant dans le traitement et l'analyse des données. Le contexte de chaque pays ainsi que les périodes prises en compte sont aussi des facteurs pouvant altérer certaines constatations.

L'objectif de cette recherche est d'examiner empiriquement le lien potentiel pouvant exister entre le commerce agricole et la croissance économique de l'Algérie. L'étude empirique à conduire fera appel à une modélisation économétrique. À cet effet, une série chronologique annuelle extraite de la base de compilation statistique de la Banque Mondiale a été utilisée. Celle-ci mesure un échantillon de 33 ans couvrant une période qui va de l'année 1985 à 2018.

Pour atteindre l'objectif décrit ci-dessus, ce travail sera structuré de la façon suivante : nous présentons dans la première section, une revue de littérature globale sur le lien entre le commerce et croissance économique. La deuxième section va se charger de justifier nos choix méthodologiques ainsi que la description des variables employées. Quant à la troisième section, celle-ci rapportera les résultats

empiriques obtenus ainsi leur analyse et discussion. Enfin, à la fin de cette étude, en plus des conclusions qui seront faites, quelques perspectives et implications seront apportées.

1. Revue de la littérature

Le lien entre le commerce et la croissance économique a fait l'objet d'un large débat au sein de la communauté scientifique. De nombreux chercheurs de tout horizon se sont prêtés au cours de ces dernières décennies, à l'investigation des effets des exportations et des importations sur le produit intérieur brut (voir par exemple Tyler, 1981 ; Ram, 1987 ; Marin, 1992 ; Serlitis, 1992 ; Oxley, 1993 ; Athanasenas et Katrakilidis, 2009 ; Rahman et Shahbaz, 2013 ; Khan et al., 2016 ; Rani et Kumar, 2018). Nous analyserons dans ce qui suit les résultats empiriques et les principales conclusions auxquelles certaines de ces études ont aboutis.

Tyler (1981) s'est penché sur la relation entre les exportations et la croissance économique dans une étude transnationale impliquant des données de séries chronologiques annuelles allant de 1960 à 1977. L'analyse a concerné les économies de 55 pays en développement. Pour élucider les liens persistants potentiels pouvant exister entre ces deux variables, l'auteur s'est servi d'une modélisation économétrique basée sur la fonction de production au sens de Cobb-Douglas. Les estimations montrent que la croissance économique est positivement reliée aux exportations dans les pays considérés. Les résultats ont ainsi mis en exergue l'association entre la performance des exportations et l'augmentation de l'indice relatif à la production des richesses (PNB). Par ailleurs, l'auteur a insisté sur le fait que pour ce type de pays, les politiques économiques prises à l'encontre des exportations jouent un rôle primordial sur l'amélioration des niveaux des exportations.

Rahman et Mustafa (1997) ont étudié l'impact des exportations réelles sur les croissances économiques réelles de 13 pays asiatiques. Les résultats obtenus révèlent l'existence de plusieurs causalités entre les variables considérées. Une causalité bidirectionnelle à court et à long terme pour la Chine, la Corée du Sud et la Malaisie. Une causalité bidirectionnelle à court terme et une causalité unidirectionnelle à long terme (des exportations vers le PIB réel) pour le Thaïlande, le Bangladesh et les Philippines. Une causalité bidirectionnelle à court terme et une causalité unidirectionnelle à long terme (du PIB réel vers les exportations) pour le Pakistan et le Népal. Une causalité unidirectionnelle à court et à long terme (du PIB réel vers les exportations) pour le Sri Lanka, l'Indonésie et l'Inde. Une causalité bidirectionnelle à court terme pour le Singapour. Et enfin, une causalité unidirectionnelle à court et à long terme (des exportations vers le PIB réel).

En servant d'une approche économétrique combinant diverses techniques, à savoir, la causalité au sens de Granger, un modèle vectoriel à correction d'erreur et un vecteur autorégressif, Richards (2001) a analysé au sein de l'économie paraguayenne, l'impact des exportations sur la croissance économique à l'aide d'une base de données chronologique annuelle évoluant sur la période 1966-1996. Les résultats trouvés ont rejeté la contribution des exportations à la croissance de l'économie du pays analysé. En effet, aucune preuve de causalité n'a été détectée.

2. Choix méthodologiques

Après avoir passé en revue quelques études empiriques relatives au lien entre les exportations, les importations agricoles et la croissance économique, nous allons nous pencher à présent sur la présentation des données, la description des variables et la procédure d'estimation économétrique adoptée dans ce travail en vue de d'appréhender cette relation dans le cas algérien.

2.1. Provenance des données

Ce travail vise à examiner les liens entre les exportations et les importations agricoles et la croissance économique. Nous essayerons par-là, d'analyser la contribution du commerce agricole au PIB de l'Algérie. Pour ce faire, une série chronologique annuelle de 33 ans et allant de 1985 à 2018 a été choisie. Les bases de données relatives aux variables clés à utiliser dans notre travail proviennent majoritairement de la base des indicateurs du développement dans le monde (World development indicators, 2019) publiée par la Banque Mondiale.

Tableau 01 : Description des données

Variables	Description	Source
GDP	Croissance du produit intérieur brut (%)	Banque Mondiale. 1985-2019

AEX	Valeur des exportations (produits agricoles)	Banque Mondiale. 1985-2019
AIM	Valeur des importations (produits agricoles)	Banque Mondiale. 1985-2019
INV	Investissements (formation brute de capital fixe exprimée en pourcentage du PIB)	Banque Mondiale. 1985-2019

Source : auteurs.

2.2. Spécification du modèle

Pour analyser la relation entre les exportations et les importations agricoles et la croissance économique de l'Algérie au cours de la période 1985-2018, un modèle économétrique s'appuyant sur trois variables a été défini, celui-ci est construit autour de trois principales variables. les exportations qui sont mesurées par le total des exportations des produits agricoles estimées en prix constants, les importations mesurées par le total des importations de produits agricoles exprimées en prix constants, et la croissance économique mesurée par l'indicateur relatif au produit intérieur brut réel exprimé en prix constant.

$$GDP_t = f(AEX_t, AIM_t, INV_t)$$

$$GDP_t = a_0 + a_1 AEX_t + a_2 AIM_t + a_3 INV_t + \varepsilon_t$$

GDP représente le taux de croissance du produit intérieur brut ; AEX représente la représente la valeur des exportations de produits agricoles ; AIM représente la valeur des importations de produits agricoles ; INV représente la formation brute de capital fixe exprimée en pourcentage du PIB ; a_0 représente un terme constant ; a_1, a_2 et a_3 représentent trois coefficients de régression ; ε_t correspond à un terme d'erreur.

$$\Delta LGDP_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^p \gamma_i \Delta LGDP_{t-1} + \sum_{i=1}^p \delta_i \Delta LAEX_{t-1} + \sum_{i=1}^p \theta_i \Delta LAIM_{t-1} + \sum_{i=1}^p \vartheta_i \Delta LINV_{t-1} + \mu_i ECT_{t-1} + \varepsilon_t$$

Δ correspond à un opérateur de différence ; β_0 est un terme constant ; $LGDP, LAEX, LAIM,$ et $LINV$ correspondent aux variables observées et exprimées en logarithme ; $\gamma_i, \delta_i, \theta_i,$ et ϑ_i et sont des coefficients à estimer ; μ_i représente la vitesse d'ajustement ; ECT_{t-1} représente un terme à correction d'erreur ; ε_t est un terme d'erreur.

3. Analyse des résultats

3.1. Vérification de la stationnarité du modèle

Tableau 02 : Racine unitaire

	Test de Dickey-Fuller Augmenté		Test de Phillips et Perron		
	Constante	Constante et tendance	Constante	Constante et tendance	
	Niveau		Niveau		
$LGDP$	-2,7244 (0,0835)*	-2,2219 (0,4587)	-3,2427 (0,0287)**	-3,0099 (0,1485)	
$LAEX$	-1,0632 (0,7188)	-2,7774 (0,2148)	-0,8757 (0,7837)	-2,7472 (0,2254)	
$LAIM$	-1,1128 (0,6994)	-4,1834 (0,0118)**	-0,7766 (0,8130)	-4,1253 (0,0136)**	
$LINV$	-1,0581 (0,7207)	-2,0166 (0,5717)	-1,1682 (0,6766)	-1,8768 (0,6444)	
		Première différence		Première différence	
$D(LGDP)$	-8,4681 (0,0000)***	-8,4781 (0,0000)***	-8,5018 (0,0000)***	-9,1259 (0,0000)***	
$D(LAEX)$	-7,6893 (0,0000)***	-7,8462 (0,0000)***	-7,7097 (0,0000)***	-9,1794 (0,0000)***	
$D(LAEM)$	-6,5563 (0,0000)***	-5,7329 (0,0003)***	-16,4757 (0,0000)***	-16,6556 (0,0000)***	
$D(LINV)$	-5,1100 (0,0002)***	-5,3069 (0,0008)***	-4,5637 (0,0009)***	-5,1245 (0,0012)***	

Note : *** p<0,01 ; ** p<0,05 et *p<0,1.

Source : Auteurs.

La stationnarité de nos variables peut être appréhendée à travers les tests de racine unitaire. Ces tests sont nombreux et de tout type. La littérature économétrique permet d'en recenser certains de ces tests.

Dans notre étude, nous tacherons d'appliquer les tests proposés par Dickey & Fuller (1981) et Phillips & Perron (1988).

Ces résultats montrent que nos cinq séries ne sont pas stationnaires en niveau (tableau 2) mais stationnaires en différence première (tableau 3). En effet, nous remarquons que les racines unitaires estimées à l'aide du test ADF et du test PP font état de l'intégration de toutes les variables en I(1).

3.2.Sélection du nombre de retards

Si nous nous basons sur le critère d'information AIC pour choisir l'ordre de décalage correspondant au modèle VAR, nous obtenons deux retards. La majorité des tests nous le confirment aussi.

Tableau 03 : Nombre de retards

Retard	FPE	AIC	SC	HQ
1	2.01e-05	0.520088	1.309997*	0.718748
2	1.72e-05*	0.261050*	1.840868	0.658369*

Source : auteurs.

Conclusion

L'objectif de cette communication a été d'analyser empiriquement la relation entre le commerce des produits agricoles et la croissance économique de l'Algérie sur une période allant de 1985 à 2019. Pour atteindre cet objectif, nous avons fait appel à une modélisation économétrique.

Les résultats de l'analyse mettent en évidence un certain nombre de liens significatifs entre les importations, les exportations et les investissements de produits agricoles et la croissance économique. Nos observations montrent que la croissance économique est négativement corrélée à la valeur des exportations de produits agricoles et des investissements, tandis que les importations de produits agricoles ont une influence marginalement favorable sur la croissance économique.

Références bibliographiques

- Aktas, C. (2009). Türkiye'nin İhracat, İthalat Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik Analizi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18 (2009), 35-47.
- Asari, F.A.H., Miseman, M.R., Narazidah, N.H., Mohamad, Z. et Kamaruzaman (2011) A Study on the Short Run and long Run Determinants of Purchasing Power Parity in Malaysia. World Applied Science Journal, 12, 14-21
- Bhattacharya, M. & Bhattacharya S.N. (2016). International Trade and Economic Growth: Evidences From The Brics. Journal of Applied Economics and Business Research, 6(2), 150-160.
- Ee, C.Y. (2015). Export-Led Growth Hypothesis: Empirical Evidence from Selected Sub-Saharan African Countries. 7th International Economics & Business Management Conference, 5th & 6th October 2015.

OUAMAR Sabrya, SI MANSOUR Farida et SI SALAH Karima (UMMTO) : L'agriculture « bio » comme source d'innovation pour la promotion d'une industrie agroalimentaire en Algérie

Résumé

Le développement de l'industrie agroalimentaire présente un enjeu majeur pour l'économie algérienne car il s'agit d'une ressource stratégique après celle de l'énergie visant à assurer la sécurité alimentaire et à constituer un vecteur de revitalisation du secteur industriel national.

Néanmoins, le secteur agroalimentaire occupe actuellement une place modeste dans l'économie algérienne, en termes de production et d'emploi. Il n'emploie que 16% de la population active.

En effet, malgré un développement relatif de l'industrie agroalimentaire, ces dernières années et sa position importante dans la stratégie de développement du commerce extérieur notamment avec le lancement du plan national de développement des industries agroalimentaires où quatre technopoles de 500 industries agroalimentaires ont été créés, un fort potentiel et des opportunités restent cependant à concrétiser. Fortement importatrice, l'Algérie occupe le troisième rang mondial en matière d'importation de lait et produits laitiers. Elle est le premier importateur de denrées agroalimentaires du continent africain. De même, les exportations restent marginales car elles souffrent d'une indisponibilité de produits exportables mais aussi du fait que l'Algérie ne possède pas d'avantages compétitifs dans les productions agricole et alimentaire.

Mots clés : Agriculture bio, innovation, industrie agroalimentaire, avantage compétitif.

Introduction

Si le pétrole est actuellement la principale source de revenus, il est aussi la matière première de nombreux produits chimiques, ses réserves limitées et son impact écologique nous incitent à rechercher des technologies propres et durables. Dans cette logique, l'agriculture « bio » se montre comme une orientation de choix pour atteindre d'une part cet objectif mais aussi pour renforcer et promouvoir le niveau de l'industrie agroalimentaire algérienne vu que notre pays possède des atouts non négligeables dans ce domaine.

Dans un contexte de concurrence mondialisée, l'innovation apparaît plus que jamais un facteur majeur de compétitivité, permettant de réduire les coûts, d'améliorer la productivité ou encore de créer de nouveaux produits de qualité. Elle est stratégique dans les domaines de l'agriculture et de l'agroalimentaire. En Algérie, la fragilité alimentaire pose avec acuité les questions de la place de l'agriculture bio et celle de l'innovation dans cette dernière qui pourrait contribuer à promouvoir ainsi l'industrie agroalimentaire algérienne et lui permettre de détenir des avantages compétitifs ainsi que d'être à l'origine même de gains de productivité notamment dans ce nouveau contexte.

Cette communication a pour ambition d'analyser l'expérience de l'agriculture bio en Algérie afin d'identifier les éléments qui peuvent constituer une innovation pouvant booster l'industrie agroalimentaire. Notre article est organisé comme suit : tout d'abord nous présenterons le cadre théorique de notre étude puis nous présenterons notre méthodologie avant d'exposer les principales conclusions de notre analyse et nous proposerons, enfin, quelques pistes de réflexion.

I- Innovation et agriculture

I-1- Innovation : éléments de définition

D'une manière générale, évoquer l'innovation, c'est sans doute faire appel aux travaux pionniers de Shumpeter qui ont inscrit l'innovation dans un espace économique concurrentiel. En effet, face à l'évolution de l'environnement devenu de plus en plus compétitif et face à l'amplification de la complexité de l'environnement induisant de profonds changements ; la course vers l'innovation devient un enjeu majeur.

Selon Shumpeter, l'innovation est toute tentative de faire les choses différemment, permettant aux entreprises de générer des profits et de se développer en surfant sur les vagues du changement qui se succèdent de plus en plus rapidement, depuis la vague de l'énergie hydraulique au XIXe siècle jusqu'à la vague d'aujourd'hui celle des réseaux connectés, des énergies renouvelables et de la biotechnologie. Par ailleurs, deux grands types d'innovation peuvent être distingués : la première est dite incrémentale, concerne généralement des améliorations modestes apportées par les différents services, la seconde, est relative à une modification substantielle dans les processus ou les produits et services, qualifiée de « destruction créatrice », elle est en mesure d'entraîner des ruptures avec le passé au niveau des entreprises qu'au niveau des sociétés. L'innovation majeure : est caractérisée par un impact sur les habitudes et les comportements des consommateurs mais ne remet pas en cause les compétences des acteurs établis.

I-2- L'innovation au service de l'agriculture

La montée en puissance des biotechnologies s'est affirmée au cours des années 90, en particulier avec la création et la commercialisation des semences génétiquement modifiées ; force est de constater l'impact de ces nouvelles connaissances en génétique et en biologie qui sont en amont de multiples innovations agricoles mais aussi agroalimentaires.

En effet la biotechnologie en l'occurrence la biotechnologie orientée sur l'agriculture en tant que domaine d'intervention ou les applications biotechnologiques vertes comprennent la création de nouvelles variétés végétales dans l'intérêt du développement de l'agriculture, la production de biofertilisants et de bio-pesticides, en utilisant des cultures in vitro et des plantes de clonage. La production de variétés végétales modifiées est basée presque exclusivement sur la transgénèse, ou l'introduction de gènes d'une autre variété dans la plante. Force est de constater que cette technologie a pour objectif d'obtenir des variétés de plantes résistantes aux ravageurs et aux maladies (résistances aux herbicides), par exemple, des variétés de maïs actuellement utilisées et commercialisées résistant aux

ravageurs comme la pyrale de la tige de maïs. Également, l'utilisation de plantes transgéniques vise à développer des variétés ayant des propriétés nutritionnelles améliorées (par exemple, une teneur plus élevée en vitamines). Enfin, la transgénèse dans les plantes a comme objectif de développer des variétés végétales pouvant servir de bio-usines et produire des substances d'intérêt industriel en quantités. Aujourd'hui, dans le monde un hectare sur dix est cultivé à partir de semences génétiquement modifiées.

II- L'agriculture bio comme levier de promotion de l'industrie agroalimentaire

L'innovation agroalimentaire apparaît bien distincte du fait qu'elle met en jeu les rapports des individus avec leur santé, la nature aussi que leur culture. Ainsi la plupart des nouveaux produits dans l'agroalimentaire sont issus des biotechnologies (de nouveaux produits avec de nouveaux goûts, avec un nouvel conditionnement...) mais aussi des produits issus de l'agriculture bio-connaissant une demande croissante dans les pays développés- transformés par des méthodes artisanales ou nécessitant des innovations techniques.

Force est de constater que l'agriculture bio ne garantit pas forcément une agriculture durable, ainsi une agriculture bio sans pesticides existe à l'image de la région d'Almería au sud de l'Espagne qui exploite les seuls facteurs environnementaux sans chercher à être créatrice d'emplois ni même à défendre le revenu des producteurs.

Il y a le lieu de constater que les surfaces agricoles cultivées en bio et le nombre de fermes bio ont augmenté à des rythmes plus ou moins rapides dans le monde. Les taux de croissance les plus élevés ont été observés en Asie et en Afrique, zones où le développement a réellement démarré à partir des années 2000. Entre 2000 et 2017, les surfaces bio océaniques ont été presque multipliées par cinq. La part relative de chaque continent dans l'agriculture bio mondiale a fortement évolué de 2000 à 2017.

L'agriculture bio occupe une place très variable d'un continent à un autre et d'un pays à un autre. En Algérie, le marché bio est encore assez peu développé, malgré la recherche d'une alimentation saine. D'après les données du classement de 186 pays quant à l'intérêt porté pour l'agriculture bio dans le monde et dans les pays du Maghreb, la Tunisie est considérée comme l'un des pays où le soutien gouvernemental à l'agriculture bio est le plus important où elle est logée à la 42ème place en termes de surface agricole utilisée en bio en 2017, comparativement à l'Algérie classée à la 161ème place.

Le marché bio algérien est encore assez peu développé, mais le nombre de produits disponibles progresse pour répondre à la demande des consommateurs à la recherche d'une alimentation saine.

L'industrie agroalimentaire algérienne souffre d'absence d'une vision claire, dans ce sens, l'agriculture bio pourrait constituer une des alternatives à proposer pour promouvoir et enrichir les produits agroalimentaires, nous proposons à cet effet l'exemple des produits dérivés de la filière de la phoeniculture où il a été enregistré plus de 1 millions de tonnes de la production non valorisée (Benzouche, 2018). En effet, L'Algérie étant un pays phoenicole par excellence, avec un patrimoine phoenicole qui avoisine les 18 millions palmiers et plus de 952 cultivars répartie sur 17 wilayas ; dont 9 sont des régions de production des dattes d'excellence à l'instar de la région des Ziban avec des dattes de renommée mondiale à l'image de Deglet Nour, Ghars et Mech Degla (Benzouche et Cheriet, 2012).

Conclusion

L'objectif de ce travail est de tenter d'apporter dans un premier temps l'apport de l'innovation dans le secteur agricole et alimentaire et dans un second temps, de mettre l'accent sur la particularité de l'agriculture bio à promouvoir le secteur agroalimentaire algérien à travers l'analyse du potentiel que recèle l'agriculture bio. Ainsi face à une demande mondiale des produits alimentaires bio en progression, il serait opportun d'élaborer les axes majeurs de l'agriculture bio à développer et de redéfinir la position de certaines activités, en l'occurrence l'activité oléicole et l'activité phoenicole et, avec elles, les déterminants des avantages concurrentiels qu'elles procurent pour une industrie agroalimentaire prometteuse.

Cependant, le manque et l'absence des données sur l'agriculture bio nous imposent d'approfondir la recherche et les résultats sont à considérer avec la prudence qui s'impose.

Bibliographie :

- Chaix Pierre, Innovation et Entrepreneuriat, Ed Etheque, 2015
- Coudel Emilie, Apprendre à innover dans un monde incertain, Ed Quae, 2013
- Daniel Lierena, Dominique Rieu, Innovation, connaissances et société, Ed l'Harmattan, 2011
- Guy Faure, Frederic Goulet, Innovation et développement dans les systèmes agricoles, Ed Quae, 2018
- Herver Le jeune, retour sur la terre, Ed France Agricole, 2015
- J.P. Chauveau, Eric Mollard, l'innovation en agriculture : questions et méthodes, Ed. IRD, 2018.

Table des matières

Programme du Séminaire.....	2
Appel à communication	6
contenu des communications.....	8
Première séance plénière.....	8

AGHARMIOU Naima et HAMMOUTENE Ourdia (UMMTO): L'économie algérienne face aux défis de la sécurité alimentaire.....	8
OUNAS Farid (Université de Sétif): Problématique de l'Industrie Agroalimentaire en Algérie et sa contribution dans le développement.....	14
Atelier n°1.....	18
GUENDOUIZI Mohammed (UMMTO): Les industries agroalimentaires : déterminants et handicaps d'une branche en croissance.	18
HAMDAD Anis et GHEDDACHE Lyes (UMMTO): Analyse de la stratégie de diversification de Cevital agro-industrie.	26
AIT ATMANE Foudil (Université Béjaia): La pratique d'innovation dans les entreprises agroalimentaires de Bejaia.	29
BEKKIS Soumeya (ENSA Alger): Construction d'un modèle de prévision des quantités triturées des blés utilisées par l'industrie de la transformation des grains en Algérie.	34
Atelier n°2.....	37
BELKACEMI Lydia et AMNACHE Sabrina (UMMTO): Le rôle des banques dans le financement de l'industrie agroalimentaire en Algérie.	37
ABOUBAKAR Mahamat Zene (UMMTO): Apports du contrôle de gestion à l'industrie agroalimentaire en Algérie.	40
KABENE Ahmed et CHENANE Arezki (UMMTO): L'événementiel comme levier de valorisation des activités agroalimentaires : Illustration par la fête du lait d'Imaloussen.	44
GRAICHE Lynda (UMMTO): L'impact de la Covid-19 sur l'industrie agroalimentaire en Algérie. Cas de la wilaya T-O.	47
Atelier n°3.....	51
BOUDI Melkhir et ABBAD Malika (UMMTO) : La filière huile d'olive en Algérie : enjeux et perspectives.	51
ZAIDI Hachemi, MERADI Ouari et BOUZNIT Mohammed (Bejaia) : Le développement de la filière oléicole à Bejaia : entre réalités et ambitions.....	56
CHOUKACHE Kahina et AKNINE Rosa (UMMTO) : L'oléiculture de la wilaya de Tizi-Ouzou comme alternative de développement local, expérience de la coopérative d'Ath Ghovri.....	60
SLAIMI Fayrouz (Université Annaba): Conditions et modalités de mise en œuvre du système d'analyse des dangers et des points critiques pour leur maîtrise HACCP, Etude de cas de la Laiterie Edough-Annaba.....	63
SI MANSOUR Farida, OUAMAR Sabrya et SI SALAH Karima (UMMTO): La valorisation des produits agricoles comme levier de compétitivité internationale de l'industrie agroalimentaire algérienne.....	66
Atelier n°4.....	67
MEZIANE KACI Z., BOUMEDIENE N., KACI A. et MEGATLI S. (Université de Blida 1): Quel avenir pour les entreprises algériennes de boissons ? Etude empirique de l'entreprise d'Aqua Sim (Mouzaia) (Wilaya de Blida).	67
SEGUENI Fadhila et LARBES Melha (UMMTO): L'entrepreneuriat féminin dans l'industrie agroalimentaire : défis et contraintes. Cas de la fromagerie « Maâchera ».....	70
RAHMOUNI Djamila et AKNINE Rosa (UMMTO) : Activité culinaire traditionnelle et dynamique locale : Cas des producteurs des gâteaux traditionnels.....	72
DJELLOUT Fatima, LALAOUI Amor et AKKOUL Jugurta (UMMTO) : Le déploiement de la stratégie de sécurité alimentaire de la Chine : des décisions locales aux répercussions globales.....	76
CHENANE Arezki et KABENE Ahmed (UMMTO) : L'entrepreneuriat agroalimentaire au niveau de la Wilaya de Tizi-Ouzou : spécificités et défis. Cas des fromageries industrielles.....	80
Deuxième séance plénière (le 28/10/2021)	80
MESLOUB Slimane et MOUSSAOUI Abdelhakim (UMMTO) : Politique de restriction des importations des produits alimentaires en Algérie : stratégie et conséquences	80
BELLAHCENE - BELKHEMSA Ouerdia (UMMTO) : L'opportunité entrepreneuriale au cœur de la dynamique de la filière de blé en Algérie	84
KACI Ahcène (ENSA Alger) : Filière viandes rouges en Algérie : Bilan d'une décennie	88

SAHALI Nourredine, ANICHE Arezki et HAMDAD Toufik (UMMTO) : La création des entreprises de transformation laitière dans la wilaya de Tizi-Ouzou : la zone Sebaou comme exemple d'ancrage territorial	92
CHAIB Baghdad (Université de Tlemcen): Les Industries Agro-alimentaires en Algérie : entre la confirmation de performance et la consolidation de la sécurité alimentaire	93
Troisième séance plénière.....	97
AMIRI Dalila et AKNINE Rosa (UMMTO) : Agriculture territoriale et l'agroalimentaire entre défis et contraintes. Cas de la wilaya de Tizi-Ouzou	97
BERBOUCHA Sylia, IFOURAH Hocine et BOUDACHE Souad (Université Béjaïa): La création et le développement des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia	99
FERDJI Younes (CREAD) : Capacité d'innovation des entreprises agroalimentaires, entre ancrage territorial et proximité : Cas de la wilaya de Blida	103
SALEMI Madjid (UMMTO) : L'industrie agroalimentaire et santé publique en Algérie : l'impératif d'un partage des responsabilités	107
AMGHROUS Smail (UMMTO) : Les coopératives agricoles en Algérie, un trait d'union entre l'agriculture et les industries agroalimentaires	107
Atelier n°5	110
BOUKELLAL Sabrina et SOUKI Hakima (UMMTO) : Innovation marketing : un levier stratégique de la performance marketing des entreprises agroalimentaires. Cas de l'entreprise Cevital	110
ZERKHEFAOUI Lyas (UMMTO) : La normalisation dans l'industrie agroalimentaire en Algérie : des enjeux majeurs pour un intérêt mineur	114
BEKOUR Farida, AMOKRANE Abdellaziz et MOULOUA Zahra (UMMTO) : Le Reporting des actions de RSE selon les lignes directrices du Global Reporting Initiative : Cas de la Direction des Services Agricoles (DSA) de la wilaya de Tizi-Ouzou	114
SAHALI Nourredine, GUENDOUDI Brahim et SAHNOUNE Mohand ; Evolution des indicateurs du secteur agricole et la question de la sécurité alimentaire en Algérie durant les années 2000	118
MEKACHER Amal (UMMTO) : L'entreprise agricole algérienne et sa place dans la chaîne de production agroalimentaire à l'ère de l'économie verte	118
CHEURFA Sadika (Université de Bejaïa) : L'environnement des entreprises du secteur agro-alimentaire en Algérie : cas des entreprises sises à la wilaya de Béjaïa	122
AKKOUL Jugurta, BIA Chabane et DJELLOUT Fatima (UMMTO) Revisite du lien entre le commerce agricole et la croissance économique de l'Algérie : une nouvelle évidence empirique	125
OUAMAR Sabrya, SI MANSOUR Farida et SI SALAH Karima (UMMTO) : L'agriculture « bio » comme source d'innovation pour la promotion d'une industrie agroalimentaire en Algérie	128