



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



Cofinancé par l'Union Européenne



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



PÔLE
SOUMMAM

Analyse des entretiens – personnes ressources

Etude et stratégie de développement des marchés
domestique et à l'export de l'huile d'olive de Kabylie

Juin 2021



Sommaire

Introduction et méthodologie	3
Introduction	4
Méthodologie	4
Analyse & Résultats	5
I. Représentation de l'huile d'olive de Kabylie - Image	6
I.1. Image et perception de l'huile d'olive : Qu'est-ce que le mot « huile d'olive kabyle » évoque pour vous ?	6
I.2. Comment s'est formé le goût de l'huile d'olive de la Kabylie ? Un goût formé par une dynamique historique et institutionnelle.	9
I.3. Les facteurs de choix de l'huile d'olive de Kabylie	12
I.4. Critères de choix de l'huile d'olive du consommateur versus un expert d'huile d'olive	14
I.5. L'attachement des consommateurs à l'huile d'olive traditionnelle	15
I.6. Evolution des habitudes de consommation de l'huile d'olive : l'influence des huiles végétales	16
I.7. Les atouts de l'huile d'olive de Kabylie	16
I.8. Qu'est ce qui permet de garantir l'achat d'une bonne huile d'olive ?	19
I.9. Les usages de l'huile d'olive de Kabylie : chefs cuisiniers versus consommateur « grand public »	20
II. La vision du marché	23
II.1. L'huile d'olive de Kabylie : un marché domestique	23
II.2. Enjeux des acteurs de la filière :	24
II.3. Les dérives du marché :	29
II.4. Les menaces qui pèsent sur le marché de l'huile d'olive de Kabylie	30
II.5. Quels sont aujourd'hui les enjeux des entreprises kabyles du secteur oléicole ?	32
III. Les leviers de développement	35
III.1. Les leviers de développement sur le marché national	37
III.2. Les leviers de développement sur le marché de l'export	41



Introduction et méthodologie

Introduction

Dans le cadre de l'étude de marché de l'huile d'olive de Kabylie, des entretiens de personnes ressources ont été menés par PwC, de même que le traitement et l'analyse des résultats obtenus. L'objectif étant de confirmer ou infirmer certains éléments de réflexion et de trouver des voies de développement pour la filière oléicole en Algérie.

Ces personnes ressources ont été soigneusement sélectionnées pour leur expertise et/ou leur connaissance des habitudes de consommation de la population algérienne. Nous soulignons cependant, que l'analyse faite sur la base des avis et points de vue de ces personnalités n'a pas vocation à être statistiquement représentative.

Dans ce rapport, nous mettons en évidence la complémentarité des deux démarches menées auprès de deux populations distinctes : l'enquête terrain grand public et acteurs de la production de l'huile d'olive (oléifacteurs et oléiculteurs) et enquête qualitative menée auprès de personnes ressources.

Nous exposons dans ce document les principaux insights introduits par les personnes interrogées venant compléter les résultats des enquêtes terrain, tout en mettant en lumière leurs points de divergences et les enjeux identifiés.

Méthodologie

Le « *Programme d'Appui au Secteur de l'Agriculture (PASA)* » est mis en œuvre par Expertise France (EF) et l'Institut National de la Recherche Agronomique d'Algérie (INRAA). Il vise à accompagner la filière oléicole dans les wilayas de Bejaïa, Bouira et Tizi-Ouzou.

Dans le cadre de l'étude de marché confiée par Expertise France à PwC, des experts de la filière oléicole ainsi que des personnes influentes ont été interviewées, afin de confronter leurs opinions d'experts avec les résultats des enquêtes terrain réalisées auprès de 1737 consommateurs en Algérie, 300 consommateurs de la Diaspora, 160 moulins et 30 oléiculteurs.

Ainsi, pour identifier les convergences et les divergences de leurs visions, les informations ont été collectées par le biais d'entretiens individuels semi-directifs et le contenu de ces derniers a fait l'objet d'une analyse thématique.

Analyse & Résultats



I. Représentation de l'huile d'olive de Kabylie - Image

L'oléiculture est pratiquée par une grande majorité des familles de la région. Cette activité marque fortement leur vie sociale, économique et culturelle.

Le verger oléicole de Kabylie est généralement localisé en zone montagneuse où l'agriculture a depuis très longtemps, contribué à la sécurité alimentaire des ménages de ces régions tout en leur assurant jusqu'à aujourd'hui un revenu complémentaire.

Cette filière se caractérise par un fonctionnement familial, précisent nos personnes ressources, « ... *l'agriculture reste toujours un métier familial, c'est un métier que l'on faisait depuis la nuit des temps... on est devenu des transformateurs, on a essayé de valoriser tout ce que l'on a comme produits autour de l'olivier...* » selon les dires d'un producteur d'huile d'olive - chef d'entreprise

Les techniques de production restent traditionnelles avec une mécanisation légère voire absente. Le relief accidenté ne permet pas une intensification de cette culture dans son milieu naturel, limitant ainsi le potentiel de développement en volume.

L'oléiculture, bien qu'importante, ne représente pas la seule activité, ni la principale dans certains cas, des oléiculteurs Kabyles. Elle reste néanmoins une activité complémentaire, génératrice de revenu pour beaucoup de personnes de la Kabylie. Les ménages résidant dans notre zone d'étude, comme souvent dans les zones rurales dans les PVD, exercent plusieurs activités dans le cadre de leur stratégie de survie.

La Kabylie « *depuis la haute vallée de la Soummam, à partir de la sortie de la ville d'Akbou, et ce, jusque vers Boumerdes comprenant toute la vallée de la région de Bouira* » telle que décrite par un expert de la filière produit une huile jugée « *la meilleure* » selon les résultats de l'étude de consommation, appelée d'ailleurs, par certains, « *zit kbayel* » ou aussi « *zit ouzemmour* ». Les pratiques ancestrales y sont pour beaucoup dans cette renommée sur laquelle repose tout le système de production.

I.1. Image et perception de l'huile d'olive : Qu'est-ce que le mot « huile d'olive kabyle » évoque pour vous ?

La valeur perçue est un concept central dans notre étude de marché. Elle justifie et explique la valeur d'achat qui se forme avant l'acquisition du produit. L'analyse de cette valeur perçue est assez difficile car elle présente une multidimensionnelle complexe dans le cas d'un produit alimentaire complètement lié à son terroir. L'étude terrain de la consommation « grand public » a révélé un attachement total et sans restriction à l'origine, à l'identité et au terroir de l'huile d'olive sans mise en cause de la qualité de l'huile d'olive qualifié d'excellente par ailleurs. Contrairement aux personnes ressources qui montrent une faible sensibilité à l'origine de l'huile d'olive ou à son identité territoriale. Les résultats dégagés montrent une importante objectivité quant au choix de son huile d'olive basée essentiellement sur sa composition chimique et ses attributs positifs. Par ailleurs, les résultats des deux études révèlent des écarts entre la qualité objective, basée sur des indicateurs mesurables et conformes au standard du COI, et la qualité subjective basée sur l'affect et le lien à l'identité culturelle/territoriale.



« C'est la plus ancienne et la plus traditionnelle, sinon, l'huile est la même partout d'un point de vue physico-chimique, d'un point de vue organoleptique, c'est la même huile, qu'elle soit à Oran, à Tlemcen, à Bel Abbes, à Tébessa ou à Batna »

« C'est l'image de l'histoire, c'est la conservation d'un patrimoine qui devait partir en javelle avec toutes les invasions. Mais sinon il n'y a aucun référent spécifique en Kabylie par rapport aux autres huiles »

Expert de la filière oléicole



« ... quand on met le nom de l'huile d'olive de Kabylie, je ne suis pas tellement d'accord, parce que l'huile d'olive c'est méditerranéen, et on ne peut pas lier à une petite région... l'huile d'olive c'est à Jijel, c'est à Bejaia, à Tlemcen, c'est partout, c'est l'Espagne, la méditerranée.. c'est tout le régime méditerranéen ! donc l'huile d'olive, je ne peux pas la lier à un point, même si la Kabylie c'est grand et c'est cher à mon cœur, mais on ne peut pas la lier géographiquement à un point très réduit que la Kabylie. »

Cheffe cuisinière, ingénieur agronome

D'un autre côté, l'ensemble des experts se rejoignent sur la force du patrimoine et de l'ancrage territorial et historique intimement liés à l'huile d'olive de la Kabylie. Un lien fort avec un lieu basé sur l'histoire et la culture spécifique de la région. Une histoire qui a permis d'acquérir un savoir-faire et une réputation depuis plusieurs années



« Et d'ailleurs comme ils font bien les choses, quand ils font la trituration des olives, ils les triturent avec les feuilles, ce qui donne de l'amertume à l'huile pourquoi ? parce que les feuilles contiennent des anti-oxydants qui empêchent l'oxydation de l'huile... »

Personnalité de la filière oléicole

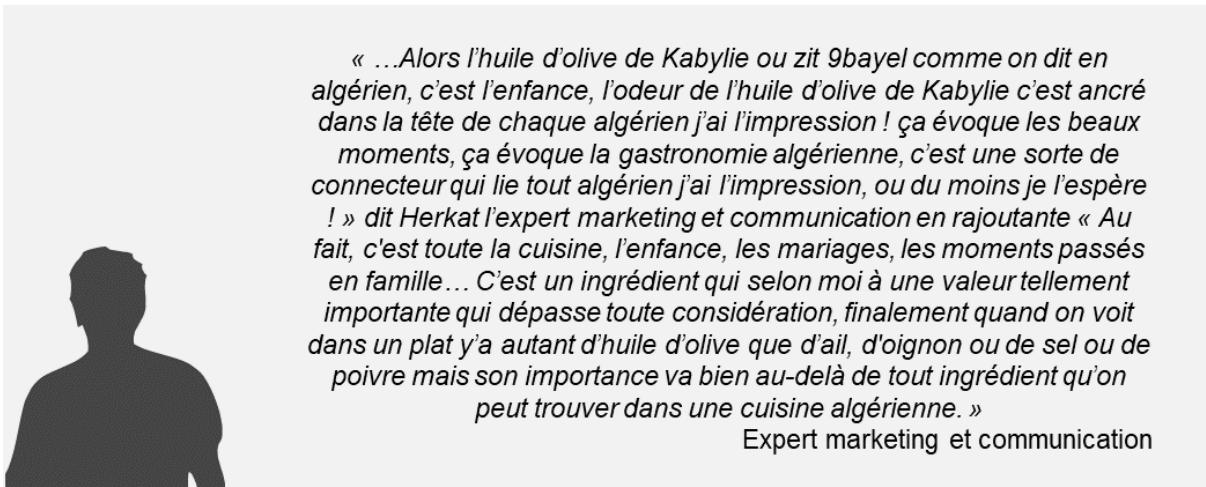
Nous sommes bien, d'une manière incontestable, dans l'univers du produit du terroir issu de matières premières locales selon un procédé local et des recettes locales.



« ...aujourd'hui vous savez mieux que moi qu'il n'y a pas uniquement le produit !... le produit, sa culture, son histoire, il y a tout, c'est un background. Dans le produit aussi, on vend un peu d'exotisme, on vend beaucoup de chose avec ces produits, et il y a des zones en Algérie où cette histoire de l'olivier est très chargée mais pas comme en Kabylie...»

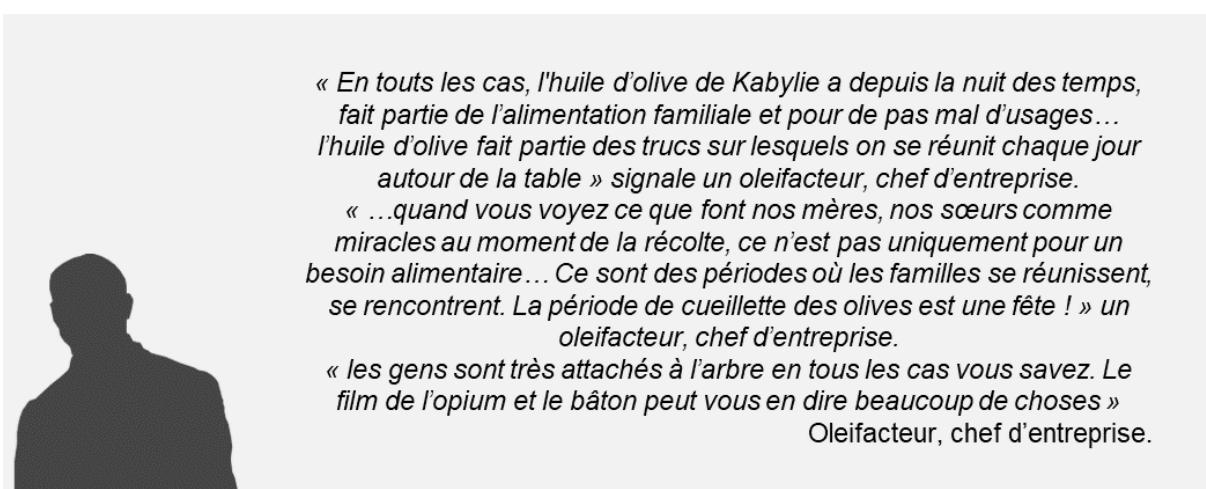
Haut fonctionnaire d'une structure oléicole

Ce qui attire le consommateur plus que le produit c'est leur foisonnement mythique, complexe à appréhender parfois.



« ...Alors l'huile d'olive de Kabylie ou zit 9bayel comme on dit en algérien, c'est l'enfance, l'odeur de l'huile d'olive de Kabylie c'est ancré dans la tête de chaque algérien j'ai l'impression ! ça évoque les beaux moments, ça évoque la gastronomie algérienne, c'est une sorte de connecteur qui lie tout algérien j'ai l'impression, ou du moins je l'espère ! » dit Herkat l'expert marketing et communication en rajoutante « Au fait, c'est toute la cuisine, l'enfance, les mariages, les moments passés en famille... C'est un ingrédient qui selon moi à une valeur tellement importante qui dépasse toute considération, finalement quand on voit dans un plat y'a autant d'huile d'olive que d'ail, d'oignon ou de sel ou de poivre mais son importance va bien au-delà de tout ingrédient qu'on peut trouver dans une cuisine algérienne. »

Expert marketing et communication

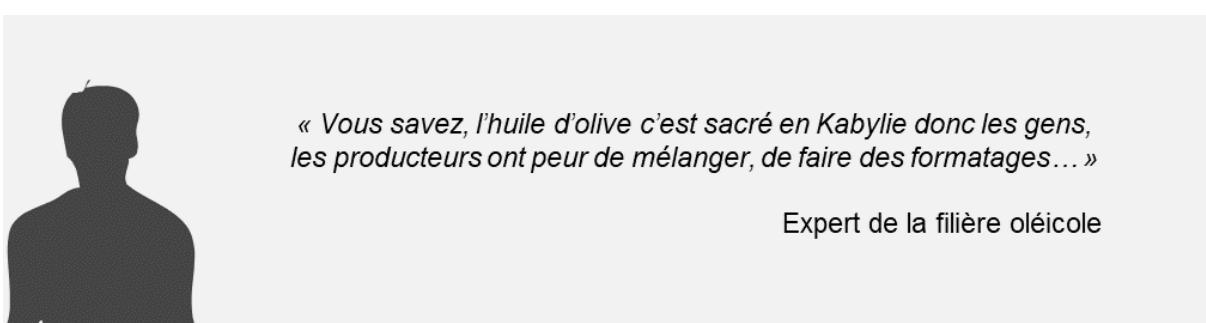


« En tous les cas, l'huile d'olive de Kabylie a depuis la nuit des temps, fait partie de l'alimentation familiale et pour de pas mal d'usages... l'huile d'olive fait partie des trucs sur lesquels on se réunit chaque jour autour de la table » signale un oleifacteur, chef d'entreprise.

« ...quand vous voyez ce que font nos mères, nos sœurs comme miracles au moment de la récolte, ce n'est pas uniquement pour un besoin alimentaire... Ce sont des périodes où les familles se réunissent, se rencontrent. La période de cueillette des olives est une fête ! » un oleifacteur, chef d'entreprise.

« les gens sont très attachés à l'arbre en tous les cas vous savez. Le film de l'opium et le bâton peut vous en dire beaucoup de choses »

Oleifacteur, chef d'entreprise.

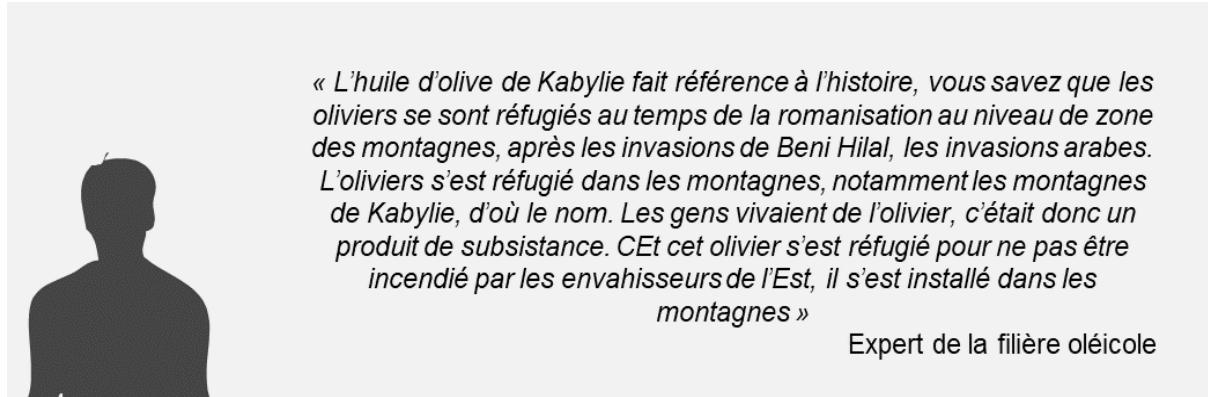


« Vous savez, l'huile d'olive c'est sacré en Kabylie donc les gens, les producteurs ont peur de mélanger, de faire des fromages... »

Expert de la filière oléicole

I.2. Comment s'est formé le goût de l'huile d'olive de la Kabylie ? Un goût formé par une dynamique historique et institutionnelle.

L'analyse du corpus a mis en évidence le poids de l'histoire dans la genèse et l'évolution des systèmes oléicoles en Algérie d'une manière générale et en Kabylie en particulier. L'histoire a façonné le goût d'aujourd'hui.



Le système oléicole que nous avons décrit dans notre livrable « Etude de marché opérationnelle (Production) » résulte d'un processus lent datant du temps des romains, et peut-être même avant. Les oliveraies actuelles sont bien souvent l'héritage de plantations anciennes, pluriséculaires, qui matérialisent la place et l'importance de l'olivier dans la vie de la région.

Cet arbre a incontestablement trouvé en le climat méditerranéen des conditions naturelles, auxquelles il s'est parfaitement adapté. Dès 3000 avant J-C, l'olivier est cultivé dans le Croissant fertile, aire englobant l'Egypte, la Syrie, la Palestine et la Phénicie. A partir du VIème siècle avant J-C, sa culture s'est étendue à tout le bassin méditerranéen en passant par la Libye, la Tunisie, la Sicile puis en Italie. Les Romains, lors de leurs conquêtes, poursuivent la propagation de l'olivier dans tous les pays côtiers de la Méditerranée. Avec l'implantation par les Grecs de comptoirs commerciaux sur le Rhône, l'huile d'olive avec le blé et le vin, constitue un des éléments majeurs des échanges avec la Gaule. Les Grecs initient les peuples de Provence, de Corse, d'Italie et du nord-africain à l'exploitation agricole de l'olivier, de l'entretien des sols jusqu'à la récolte et au système d'extraction de l'huile. Au IIème siècle, à Rome, l'huile d'olive est la première source de lipides dans l'alimentation. Le nord-africain constitue alors un vivier de cette ressource devenu indispensable dans le quotidien de l'empire. L'islam renforce la place de l'olivier et sa symbolique. Grâce à cet arbre béni, l'humanité dispose de la lumière que fait naître la lampe à huile, cette lueur divine qui rapproche les hommes d'Allah. On y retrouve cette évocation dans la 24ème sourate du Coran, verset 35 : « Allah est la lumière des cieux et de la terre. Sa lumière est semblable à celle d'une lampe allumée grâce à un arbre béni, un olivier dont l'huile éclairerait même si nul feu ne le touchait »



« Deux préférences de goût d'huile d'olive se distingue dans notre région d'étude. Les consommateurs, de la haute Kabylie, celle de la montagne, sont habitués à consommer une huile d'olive forte en odeur et en goutgoût. Une huile obtenue avec des pratiques bien particulières qui donnent ce goût. Laisser les olives chômeraient au maximum, notamment. Contrairement à la basse Kabylie et la haute vallée de Bouira, où les gens ont tendance à consommer les huiles douces selon un expert et connaisseur de l'oléiculture en Algérie. »

Haut fonctionnaire de la structure oléicole

Dans l'esprit collectif, la référence de la bonne huile correspond à une huile forte, intense avec un goût prononcé.



« ...C'est l'huile d'olive corsée que les algériens adorent, et qui n'est pas très aimée à l'étranger... »

Cheffe cuisinière et ingénieur agronome

Les consommateurs recherchent naturellement l'huile de forte odeur, piquante au niveau du palet engendrant une dégustation particulière, notamment le chômé qui résulte d'une fermentation excessive des olives, ainsi que l'acre qui est irritant et piquant au goût et à l'odorat. Une huile issue de procédés traditionnels typiques à la région. Cette huile est, d'un point de vue chimique, qualifiée de mauvaise qualité par les professionnels du secteur. Alors pourquoi aime-t-on cette huile ?



« ... nos ancêtres obligeaient leurs enfants à consommer des huiles d'olive de mauvaise qualité en prétextant que c'était un médicament... »

Haut fonctionnaire de la structure oléicole



« ... Donc on les conserve 2, 3 ans et même d'avantage.... Quand l'huile est ancienne, les gens aiment, ils demandent l'huile ancienne. Ça c'est le goût qui été forgé au niveau de la Kabylie anciennement »

Expert de la filière oléicole



« ... la Kabylie utilise de l'huile lampante, c'est-à-dire qu'il y a une acidité supérieure à 3,3 degrés, ce qu'on utilise est interdit ailleurs, donc les consommateurs sont habitués à ce goût, à cet acide de l'huile, et c'est ça qui prédomine actuellement..... Ça vient d'un héritage, parce qu'on nous a toujours dit, même nos grand-mères nous disent que plus l'huile est ancienne, plus elle constitue un remède. Elle constitue un remède effectivement, mais quand elle est ancienne, c'est absolument faux... »

Haut fonctionnaire de la structure oléicole

Depuis la nuit des temps, les familles cherchaient des revenus complémentaires à leur revenu agricole principal. Ainsi, on vendait les produits de bonne qualité et gardait ceux de moins bonne qualité pour l'autoconsommation.

La région de Kabylie a développé une fonction de commerce d'huile d'olive au temps de la France coloniale, on exportait les bonnes huiles d'olives qui étaient extraites dans de meilleures conditions pour l'Europe, et on laissait celles qui n'étaient pas aux normes du marché européen pour la population locale, ce qui est confirmé un producteur d'huile d'olive et chef d'entreprise :



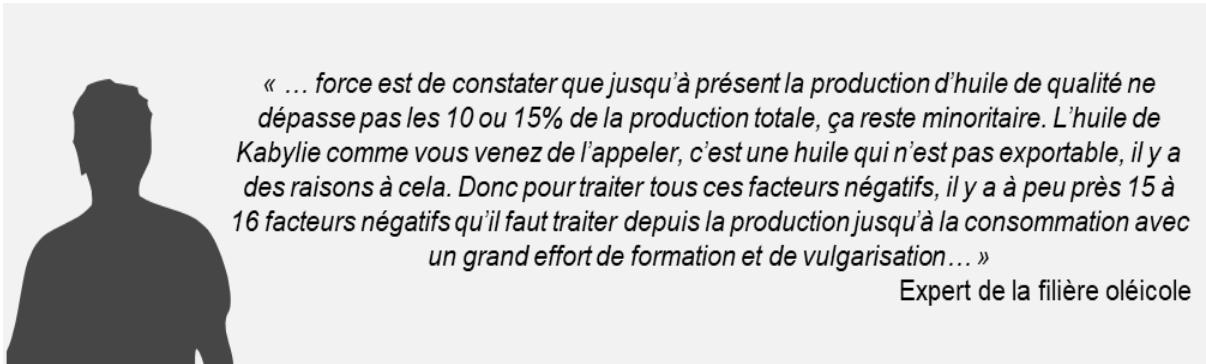
... « ... j'ai pas mal de documents qui concernent les exportations de l'époque des années 57. Vous allez voir ce qui a été exporté au moment des années 50 on parlait déjà de la supra, de l'extra, de la standard ! »

« On connaît même le nombre de fruits par kilogramme, c'était des normes très strictes, par contre actuellement bof ! ... Actuellement on ne connaît pas tout ça, on a tout perdu par rapport à tout ça, par rapport aux normes qui existaient avant... Ces normes n'ont pas été destiné pour le marché local c'est pour ça qu'on n'a rien gardé parce que si ces normes étaient appliquées au niveau du marché local, les gens auraient pu garder un petit peu de ces normes, mais ces normes étaient complètement destinées au marché européen... »

Producteur, chef d'entreprise

Durant la période post-coloniale, l'oléiculture de Kabylie semble, contrairement à d'autres filières comme la viticulture, la céréaliculture et la culture des agrumes, échappaient à la prolétarisation entamée dès la période coloniale. Cependant, suite à la migration rurale qu'a connu cette époque a fortement « dégarni » le secteur de sa main d'œuvre. En effet, avec l'arrivée des colons, l'intensification de l'agriculture (hors oléiculture) a réduit l'intensité d'exploitation des champs d'oliviers. Seules les femmes s'occupaient de la cueillette en créant des ambiances festives qui perdurent jusqu'à aujourd'hui sous forme de *Touisa*.

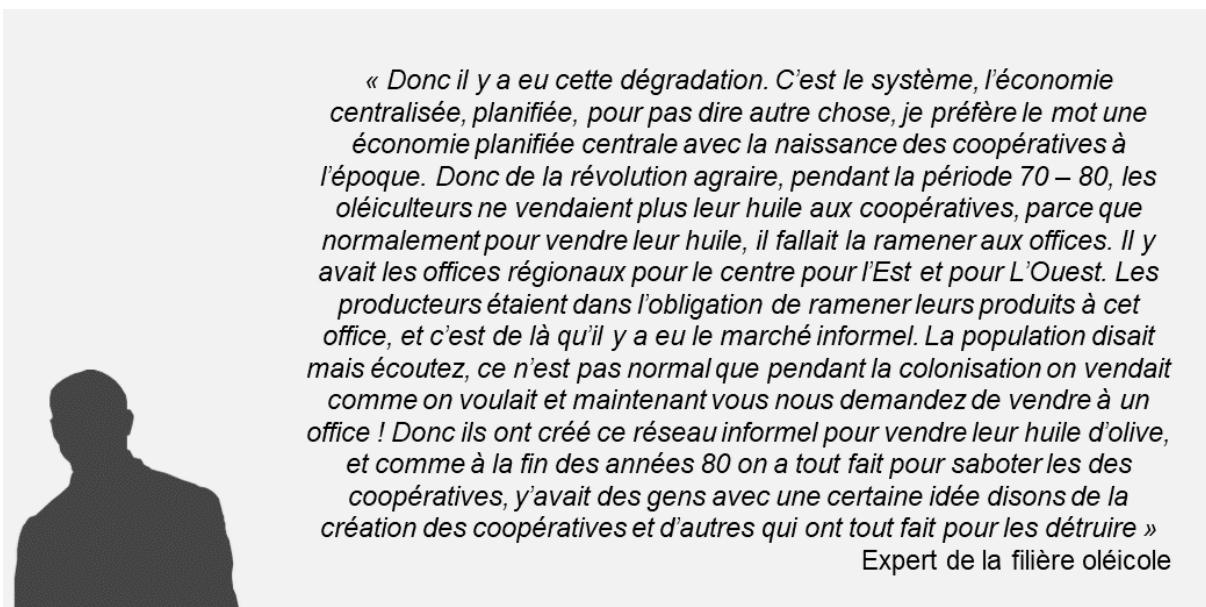
La généralisation des rapports marchands après l'indépendance, induis par le développement accéléré que connaît le pays, basé essentiellement sur l'industrie a entraîné la marginalisation de l'activité agricole à dominante oléicole au profit d'autres activités extra-agricoles plus rémunératrices (Maraichage, Viticulture). Accentuée encore une fois par une deuxième vague d'immigration de la main d'œuvre vers l'Europe, l'oléiculture a connu un abandon social et économique.



« ... force est de constater que jusqu'à présent la production d'huile de qualité ne dépasse pas les 10 ou 15% de la production totale, ça reste minoritaire. L'huile de Kabylie comme vous venez de l'appeler, c'est une huile qui n'est pas exportable, il y a des raisons à cela. Donc pour traiter tous ces facteurs négatifs, il y a à peu près 15 à 16 facteurs négatifs qu'il faut traiter depuis la production jusqu'à la consommation avec un grand effort de formation et de vulgarisation... »

Expert de la filière oléicole

Les interviews ont mis en exergue l'impact des politiques agricoles qui ont changé la structure du marché existant et accéléré la mise en place des circuits informels.



« Donc il y a eu cette dégradation. C'est le système, l'économie centralisée, planifiée, pour pas dire autre chose, je préfère le mot une économie planifiée centrale avec la naissance des coopératives à l'époque. Donc de la révolution agraire, pendant la période 70 – 80, les oléiculteurs ne vendaient plus leur huile aux coopératives, parce que normalement pour vendre leur huile, il fallait la ramener aux offices. Il y avait les offices régionaux pour le centre pour l'Est et pour l'Ouest. Les producteurs étaient dans l'obligation de ramener leurs produits à cet office, et c'est de là qu'il y a eu le marché informel. La population disait mais écoutez, ce n'est pas normal que pendant la colonisation on vendait comme on voulait et maintenant vous nous demandez de vendre à un office ! Donc ils ont créé ce réseau informel pour vendre leur huile d'olive, et comme à la fin des années 80 on a tout fait pour saboter les des coopératives, y'avait des gens avec une certaine idée disons de la création des coopératives et d'autres qui ont tout fait pour les détruire »

Expert de la filière oléicole

I.3. Les facteurs de choix de l'huile d'olive de Kabylie

Les résultats issus de l'enquête des consommateurs « grand public » et ceux des personnes ressources sont convergents à quelques détails près sur les indicateurs intrinsèques (couleur, odeur, typologie) de l'huile d'olive. L'odeur, le goût et la texture sont des indicateurs de choix importants, quoique le lien de confiance n'apparaît que dans le discours des consommateurs « grand-public », où ils accordent « aveuglément » à l'origine géographique et territoriale de l'huile d'olive.



«Le consommateur, ce qui l'intéresse au niveau de l'achat, il y a d'abord le prix ! ensuite la qualité ! enfin, ce n'est pas la qualité en elle-même qui est recherchée directement, c'est surtout la traçabilité du produit... »

Expert de la filière oléicole

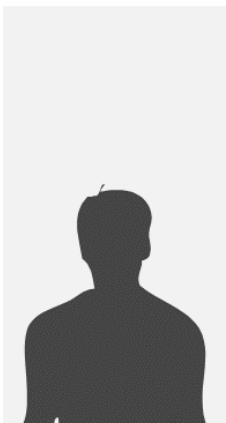
Cette donnée est très importante et constitue un levier marketing à actionner. Le marketing moderne s'intéresse de plus en plus à l'individu et à sa relation avec son origine et mobilise

des concepts et des leviers en rapport. Le choix de l'huile d'olive pour ces personnes ressource se base essentiellement sur la qualité de l'huile d'olive, et accorde moyennement voire peu d'importance à l'origine géographique.



« Non non ! je pense que ce n'est pas l'origine qui fait la bonne qualité de l'huile d'olive, c'est quelque chose de sentimentale, l'huile de la Kabylie, l'huile de Collo, l'huile de Tazlmet... l'huile c'est l'huile ! en matière biologique, c'est la même, il y'a les mêmes vitamines, la même composition d'acides gras, il n'y a absolument aucun problème... »

Expert de la filière oléicole



« ...L'origine territoriale pour moi ça ne compte pas beaucoup, il m'arrive de consommer qui vient de la Mitidja, là j'ai eu une presse récente qui vient de Bejaia, l'année dernière j'ai consommé de l'huile d'olive qui venait de Ain Ouessara et au même temps une huile d'olive qui venait de Beni Ourtan en Kabylie, et puis vous savez très bien que l'huile d'olive de Sig dans l'Ouest est très connue, la Sigoise d'ailleurs est une variété d'olive qui est très prisée et qui a beaucoup de succès.

Donc pour moi, ça ne compte pas, bien au contraire j'aimerais découvrir, à chaque fois que l'occasion se présente, une nouvelle huile qui est bonne... »

Professeur en sociologie

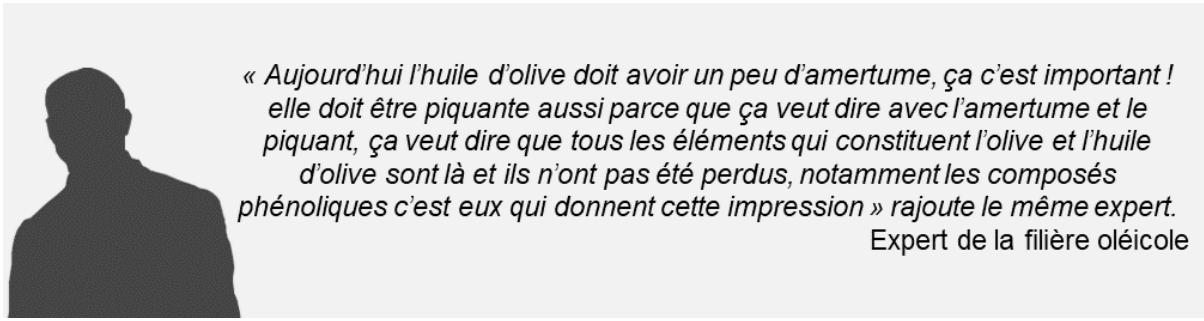
A la question « l'origine de l'huile d'olive est-elle importante dans votre choix ? » Une personnalité de la diaspora a également confirmé le résultat recueilli lors de l'enquête de consommation terrain réalisée avec la diaspora « **Oui, un peu par affection et nostalgie, en sachant qu'il y'a d'excellentes huiles en France, Italie, Grèce, ...** » dixit un expert industrie digitale.

La conception du goût chez nos experts est une notion objective. Ainsi les critères organoleptiques sont importants mais pas suffisants selon ces derniers. Les critères physico-chimiques qui confèrent au produit ses attributs santé dominent leur choix.



« ... ce n'est pas le goût tel qu'il est conçu, celui qui était connu auparavant selon la tradition. Aujourd'hui c'est plus un goût qui est analysé et c'est important parce que ce n'est pas uniquement pour l'huile d'olive d'ailleurs ... »

Expert de la filière oléicole



I.4. Critères de choix de l'huile d'olive du consommateur versus un expert d'huile d'olive

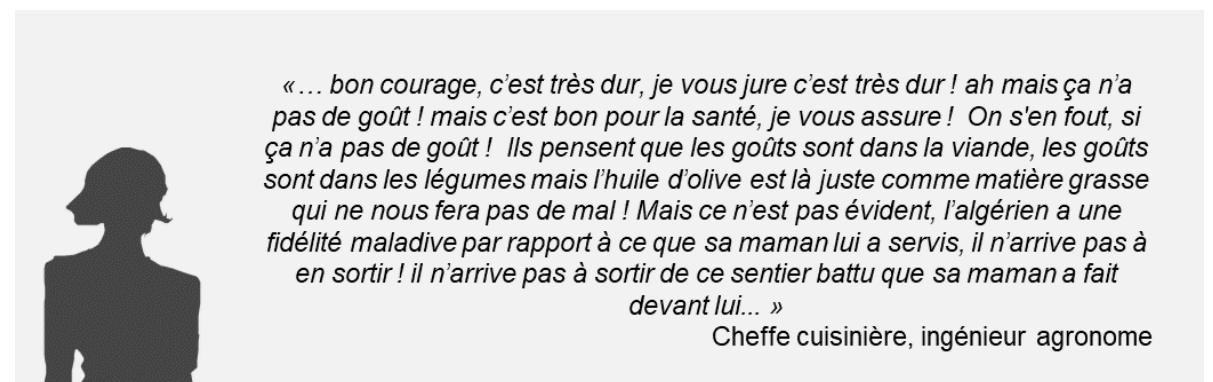
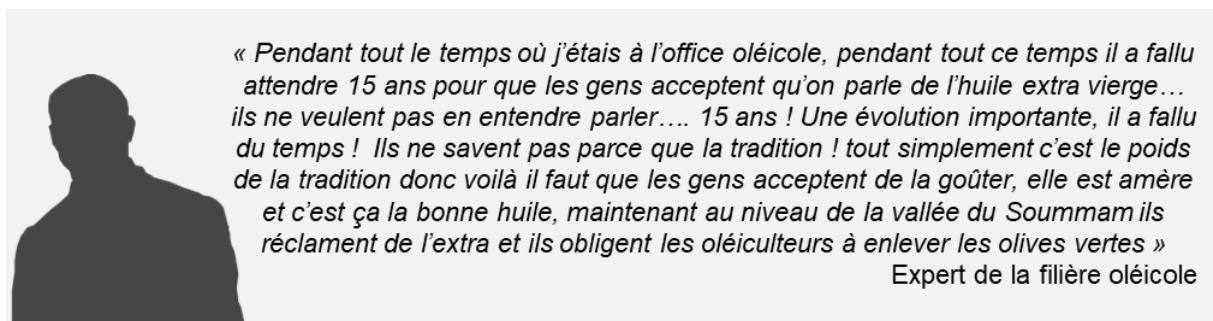
Les enjeux, qui sont différents entre les acteurs, creusent davantage l'écart des approches de la qualité de l'huile d'olive.

Consommateurs (résultat de l'enquête terrain)	<p>Consommer de l'huile d'olive naturelle et traditionnelle</p> <p>Goût et odeur parfumés et intenses (huile traditionnelle)</p> <p>Profiter des bienfaits de l'huile d'olive</p> <p>Achat de confiance !</p>	<p>« hora , naturel »</p> <p>« zit Zeitoun signifie la pureté et tous ce qui est naturel »</p> <p>« 3andha ahamia mofida li seha ma dabiy nkolha ghir hiya »</p> <p>« c'est bio c'est naturel mliha bazef la saha »</p> <p>« ta3 kbayel fiha l'odeur w mliha la peau, nhab le gout w la couleur ta3ha »</p>
Producteurs	<p>Maintenir l'activité de la production d'huile d'olive</p> <p>Assurer un revenu avec des coûts réduits.</p> <p>Vendre la production de l'huile d'olive avec des marges confortables</p>	<p>« ...y a peut-être certaines personnes, certains ... je ne sais pas ... qui ont compliqué un petit peu la notion de qualité de l'huile d'olive et pourtant c'est simple, l'huile d'olive c'est un jus de fruit, c'est ça madame, quand il s'agit d'un jus de fruit, qui a besoin d'un bon fruit, d'une bonne machine, vous allez le presser vous allez le prendre tout simplement. Le fruit doit être bien, la machine doit être propre et vous allez le presser suivant les méthodes. Ne pas utiliser beaucoup de chaleur pour ne pas éliminer ses composés mineurs etc etc ne pas brusquer soi-disant ce travail et vous allez produire un bon jus ... c'est tout simplement ça ! » - Un oléfacteur de la région de Kabylie</p>

Experts de la filière et de la qualité de l'huile d'olive	<p>Améliorer un standard de qualité aux normes internationales</p> <p>Valoriser les atouts de la filière en la structurant</p> <p>Reconnaissance professionnelle</p>	<p><i>« Ce sont les 17 critères du COI dont je vous ai parlé tout à l'heure : la couleur doit être jaune dorée. La saveur, est-ce qu'elle a une saveur acide ou amère ? Donc il y'a des notations qui sont faites, après le reste c'est la perception du goût »</i> - Expert de la filière oléicole</p> <p><i>« ... Donc le critère de choix c'est le goût pour le consommateur mais sur le plan commercial, c'est l'application des normes commerciales internationales, édités par le COI, il y'a 17 critères je peux vous donner la liste si vous voulez ! ... »</i> - Expert de la filière oléicole</p>
---	--	---

I.5. L'attachement des consommateurs à l'huile d'olive traditionnelle

La question qu'on peut se poser, ouvertement ou implicitement : « l'attachement du consommateur à l'huile d'olive traditionnelle, qualifiée de mauvaise qualité, est-il une cause qui peut bloquer le développement de cette filière ? ».

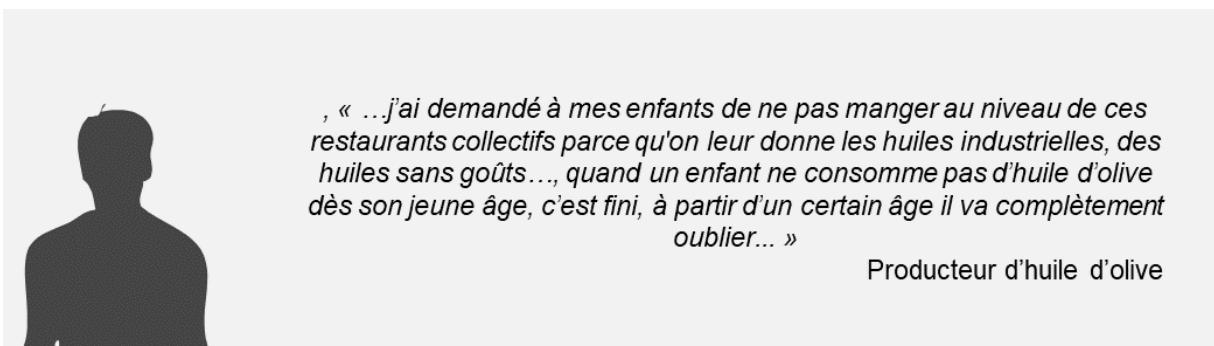


Actuellement, la production d'huile d'olive est consommée dans sa totalité, au niveau des zones de production et sur un rayonnement des grandes zones urbaines allant jusqu'à Oran. La consommation par habitant n'est pas négligeable et avoisine les 4 litres/an/foyer à l'exception de la Kabylie qui est sur des standards plus importants (11 litres/foyer/an). Selon les économistes de la filière et ses experts, la production de l'huile d'olive de Kabylie est plutôt insuffisante et ne répond pas complètement à la demande. Selon eux, le prix de l'huile d'olive reste cher alors qu'il n'y a pas de coûts annexes (logistique, marketing, commercial...). Contrairement aux avis des experts qui connaissent la chaîne de valeur, l'enquête terrain de

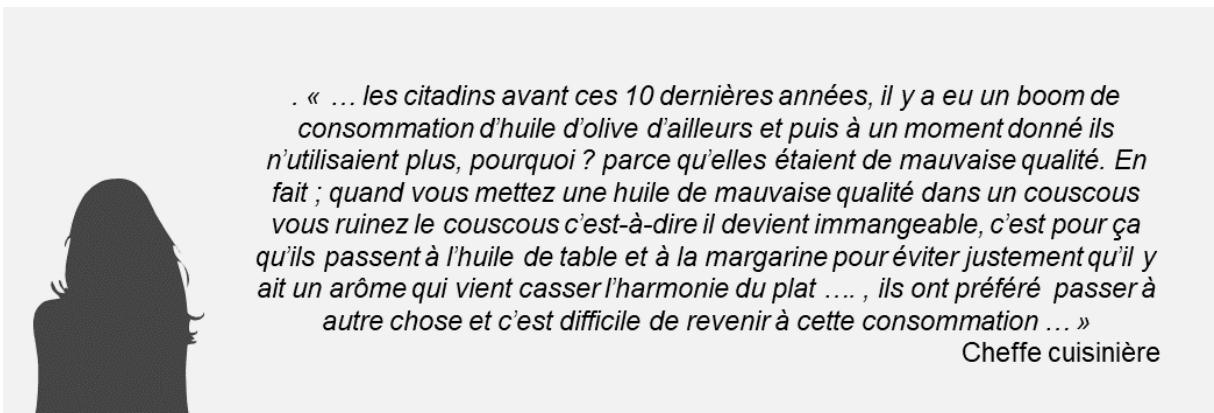
la consommation n'a pas démontré une élasticité avec les prix. La marge d'évolution de la demande est, donc, intéressante. Aussi l'analyse de notre corpus d'interviews a fait ressortir que cette filière n'était pas destinée à produire de la qualité. La faiblesse de la production, l'inexistence d'un circuit de commercialisation structuré et « formel » qui participe fortement à l'éclatement de la filière constituent aujourd'hui la plus importante entrave au développement de la filière.

I.6. Evolution des habitudes de consommation de l'huile d'olive : l'influence des huiles végétales

Les bas prix pratiqués grâce aux subventions de l'état algérien pour soutenir le pouvoir d'achat et améliorer le panier alimentaire, ont bouleversé les habitudes de consommation de l'huile d'olive. Un producteur d'huile d'olive de la région critique sévèrement la compétition déloyale et l'introduction des huiles végétales dans les cantines collectives par exemple.



D'un autre côté, l'irrégularité en matière de qualité et de quantité de l'huile d'olive sur le marché, notamment en dehors de la région de production, a aussi participé à détourner les algériens de cette huile.



I.7. Les atouts de l'huile d'olive de Kabylie

Dans cette partie, nous citerons les atouts de l'huile d'olive de Kabylie évoqués par les experts interviewés de façon non-exhaustive.

- **Bienfaits Santé**

Les discours recueillis et les résultats de l'enquête terrain s'entendent sur les bienfaits incontestables de l'huile d'olive. Les caractéristiques de cette dernière sont issues de sa composition chimique complexe en acides gras monoinsaturés d'une part, et en composants

mineurs (stérols, hydrocarbures, tocophérols, composés phénoliques) d'autre part. La consommation de l'huile d'olive contribue incontestablement dans la prévention de diverses pathologies telles que les maladies cardiovasculaires, certains cancers, les pathologies digestives, les maladies neurologiques et dégénératives.



« L'huile d'olive c'est une matière grasse végétale, une matière grasse qui est cyclique. Elle a des vertus, d'abord c'est une huile qui a de la vitamine E, elle est antioxydante mais le plus important ce sont ces acides gras monoinsaturés....Il y'a plusieurs raisons pour consommer de l'huile d'olive, parmi ces raisons c'est qu'elle réduit le taux de cholestérol dans le sang et donc elle nous protège des maladies cardiovasculaires, en plus d'être antioxydante, elle est source de beaucoup de minéraux, de vitamines et surtout la vitamine E ! »

Cheffe cuisinière et ingénieur agronome



« ... elle doit être utilisée à des doses homéopathiques., je sais qu'elle a des propriétés médicinales,, je sais que les kabyles se soignaient beaucoup avec l'huile d'olive, s'en servaient comme aliment de base, mais aussi en tant que produit de soin, produit médicinal qu'on utilisait dans le traitement de plusieurs pathologies, les pathologies rhumatismales par exemple, certaines malformations osseuses. Elle est utilisée aussi pour les problèmes dermatologiques, etc. Donc il y a dans cette question d'huile d'olive kabyle qui revêt une profondeur assez particulière puisqu'elle renvoie non seulement à la consommation mais aussi à la thérapie... »

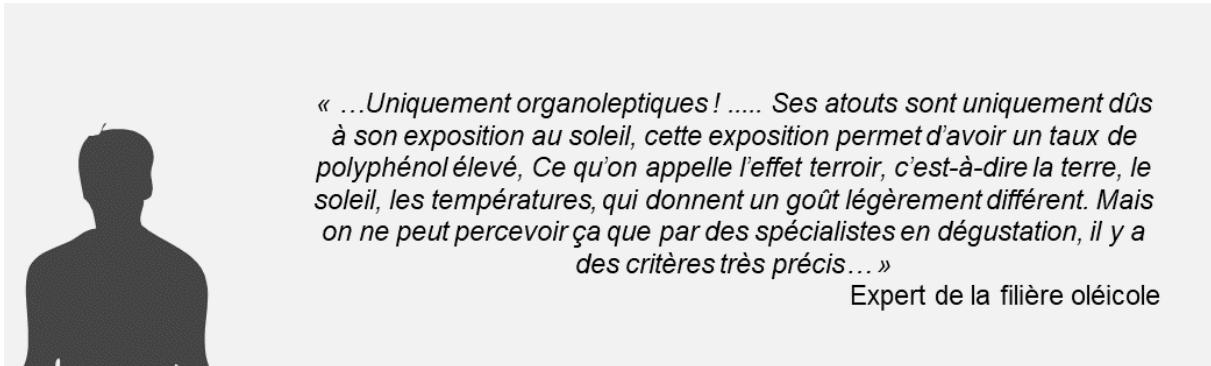
« Liée à l'hygiène de vie, c'est-à-dire que ça contribue à la santé, ou du moins dans l'imaginaire collectif même si les analyses diverses démontrent que c'est une huile qui peut ne pas être aussi bonne pour la santé qu'on le dit, mais l'image qu'on se fait est qu'elle est bonne pour la santé et que sa consommation nous rend solide»

Professeur en sociologie

- **Ancrage identitaire et une excellente image chez le consommateur algérien**

Malgré leurs réserves vis-à-vis de la qualité physico-chimique, les experts interviewés reconnaissent que l'huile d'olive de Kabylie jouit d'une excellente réputation auprès de ses consommateurs.

Ils lui reconnaissent, pour la majorité d'entre eux, le statut d'un produit du terroir. L'huile est fabriquée sur la base de variétés d'olives spécifiques qui lui confère un goût particulier. On lui reconnaît également des caractéristiques gustatives et visuelles uniques intimement liées à des facteurs pédoclimatiques spécifiques à cette région. Un expert de la filière répond à la question quels sont les atouts de l'huile d'olive de Kabylie comme suit :

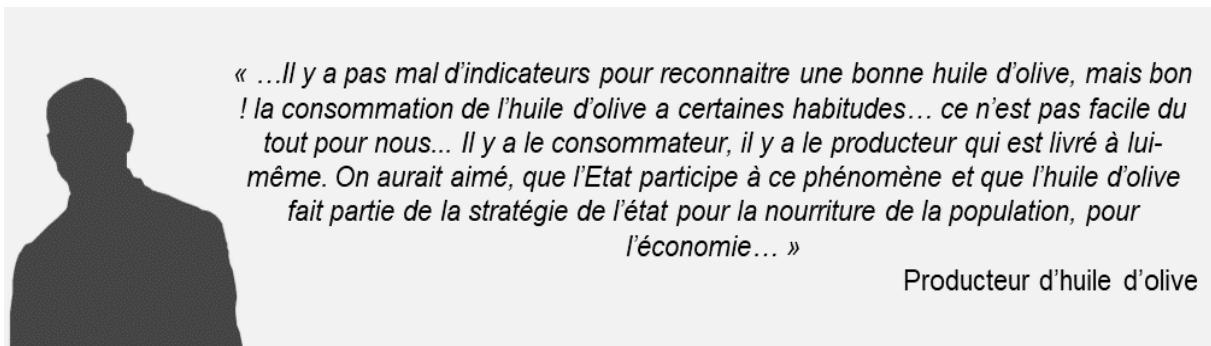


« ...Uniquement organoleptiques ! Ses atouts sont uniquement dûs à son exposition au soleil, cette exposition permet d'avoir un taux de polyphénol élevé, Ce qu'on appelle l'effet terroir, c'est-à-dire la terre, le soleil, les températures, qui donnent un goût légèrement différent. Mais on ne peut percevoir ça que par des spécialistes en dégustation, il y a des critères très précis... »

Expert de la filière oléicole

L'huile d'olive de Kabylie jouit d'un goût typique, difficilement reproductible dans d'autres régions selon certains. Une odeur aigre et intense constitue, souvent, « LE » critère recherché par les consommateurs au moment de l'achat. Il s'agit d'une culture enracinée et vieille de plusieurs générations.

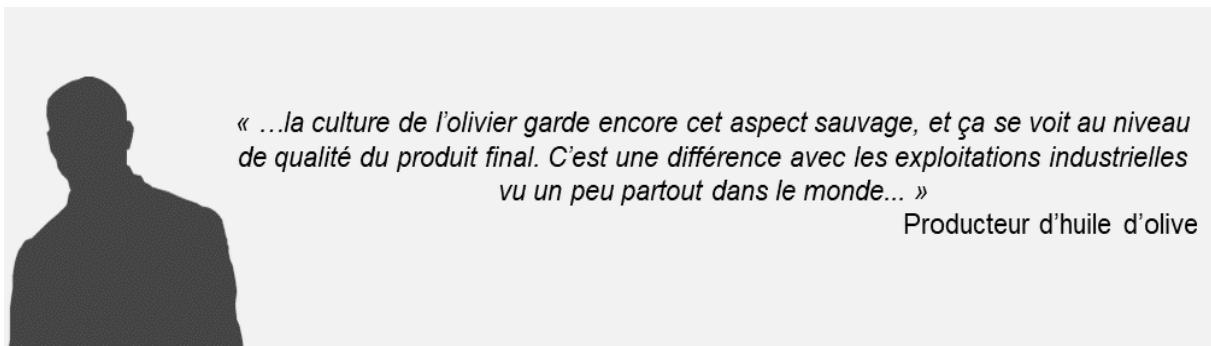
Les oléifacteurs, d'un autre côté, sont conscients pour certains d'entre eux de cette « dévalorisation technologique de l'huile d'olive ». Pris au piège par une demande d'un consommateur « prisonnier » du goût hérité d'un contexte historique difficile dans lequel nos parents et nos aïeux étaient obligés de s'adapter.



« ...Il y a pas mal d'indicateurs pour reconnaître une bonne huile d'olive, mais bon ! la consommation de l'huile d'olive a certaines habitudes... ce n'est pas facile du tout pour nous... Il y a le consommateur, il y a le producteur qui est livré à lui-même. On aurait aimé, que l'Etat participe à ce phénomène et que l'huile d'olive fait partie de la stratégie de l'état pour la nourriture de la population, pour l'économie... »

Producteur d'huile d'olive

- **Aspect ancien et traditionnel**



« ...la culture de l'olivier garde encore cet aspect sauvage, et ça se voit au niveau de qualité du produit final. C'est une différence avec les exploitations industrielles vu un peu partout dans le monde... »

Producteur d'huile d'olive

▪ Goût particulier et marqué



« Il n'y a pas que l'huile d'olive de Kabylie. Il y a le goût taeha qui est bon (elle a bon goût). Par exemple l'huile d'olive de Jijel quand on la prend on a l'impression de prendre des olives, elle est fruitée. Par contre celle de Kabylie, elle est différente, elle est forte. Je pense que c'est les régions où l'arbre a poussé... Enfin c'est ce qu'on me raconte des fois on dit que la région où il y a des pierres l'arbre pousse entre eux et ça donne un certain goût, je ne sais pas, je n'ai pas beaucoup de renseignements sur cela ! »

Cheffe cuisinière

I.8. Qu'est ce qui permet de garantir l'achat d'une bonne huile d'olive ?

En dehors des experts de la filière oléicole ayant des connaissances scientifiques sur les qualités physico-chimiques et de l'expérience avec différents types d'huiles d'olive, le grand public et les personnalités influentes, prescriptrices de notre groupe de personnes ressources (journaliste, chefs cuisiniers, sociologue, etc.) se rejoignent sur leurs critères de choix de l'huile d'olive. La confiance et les critères organoleptiques restent les deux grandes constantes qui interviennent dans le choix de l'huile d'olive comme en témoignent les résultats de l'analyse du verbatim des interviews réalisés.



« ...dans un magasin, vous allez normalement avoir affaire à une étiquette qui va vous communiquer pas mal de choses... »



« C'est-à-dire moi quand je goûte à l'huile je sais que c'est une bonne huile ou pas, pourtant je n'ai pas grandi avec l'huile d'olive, mais je sais faire la différence entre une bonne huile et une moins bonne. Jini bnina (je la trouve bonne) j'aime la saveur du fruit ! il y a celles qui sont fortes juste à l'odeur taeha (la sienne). Je ne sais pas comment t'expliquer cela »

Cheffe cuisinière

Les pratiques d'achat du grand public et des personnes ressources, y compris les experts oléicoles, sont identiques. Ils s'approvisionnent exclusivement dans les circuits informels de « confiance ».

I.9. Les usages de l'huile d'olive de Kabylie : chefs cuisiniers versus consommateur « grand public »

Les usages de l'huile d'olive varient, d'un usage alimentaire, à d'autres, comme : L'éclairage, les produits cosmétiques et l'industrie traditionnelle locale. Matière première de choix, l'huile d'olive trouve ainsi en Algérie de nombreuses utilisations.

Nous n'avons pas noté des divergences particulières entre les personnes ressources et le grand public. Cependant, nous nous sommes intéressés aux discours des chefs cuisiniers qui ramènent plus d'informations sur les différents usages alimentaires et ouvrent des perspectives de développement du marché sur le registre de l'usage de l'huile d'olive en fonction de la qualité.



« ...Alors on ne peut pas utiliser de l'huile d'olive n'importe comment en cuisine, parce qu'il y'a plusieurs types d'huile d'olive, et ces types sont déterminés selon le mode d'extraction de cette huile d'olive..... L'huile d'olive extra vierge et vierge sont chers. On ne va pas les utiliser tout le temps et pour tout. On va les utiliser en vinaigrettes, on va les utiliser pour assaisonner les plats en fin de cuisson ou dans les plats. En tout cas moi, c'est ce que je fais ! Par contre, l'huile banale / normale, celle-là, on peut l'utiliser pour la friture. Il y'a beaucoup de monde qui vous disent non ! non ! l'huile d'olive il ne faut pas l'utiliser pour la friture ! C'est une huile stable l'huile d'olive, donc on peut l'utiliser pour la friture mais il ne faut pas la mener en température jusqu'à ce qu'elle fume (180°C huile EV, / 216°C huile Vierge et 220°C pour l'huile courante).Par contre dans les ragoûts, il faut les cuisiner avec de l'huile d'olive seulement à une température basse, c'est à dire à feu doux ; ça se cuisine et l'huile garde ses bienfaits »

Cheffe cuisinière

L'huile d'olive offre selon nos chefs un large spectre de possibilités pour la cuisine salée comme sucrée qui méritent d'être exploiter afin de valoriser l'huile d'olive dans la cuisine algérienne.

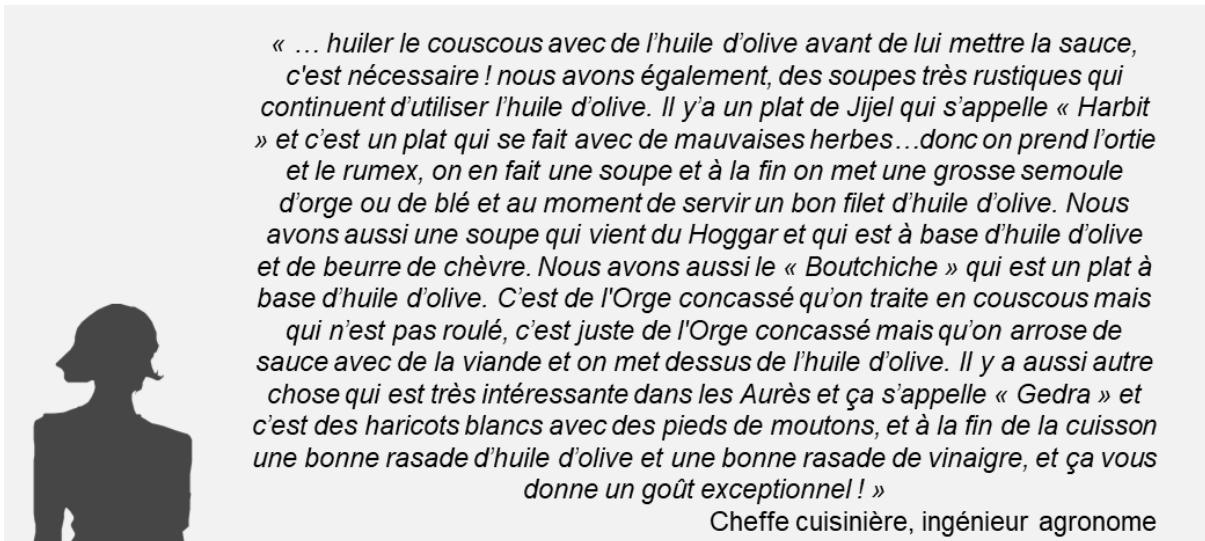


« ... et bah toute ma cuisine est à base d'huile d'olive, les plats raffinés comme les plats traditionnels sucrés algériens (chbah essafr ou lham lahlou) je les fait avec de l'huile d'olive, seulement moi j'ai une technique de cuisson, c'est toujours à 60 degrés... Vous allez peut-être vous moquer de moi, mais je fais de la ghribiya avec de l'huile extra vierge, je vous jure que c'est excellent ! »

Cheffe cuisinière

Le patrimoine culinaire algérien regorge de plats traditionnels à base d'huile d'olive, toujours est-il que le couscous reste le plat traditionnel algérien où l'usage de cette huile est le plus courant, avec des différences de dosages. Par exemple, on a une quantité plus ou moins précise pour huiler le grain de couscous en fin de cuisson, nécessaire à piéger l'eau et assurer le moelleux du grain.

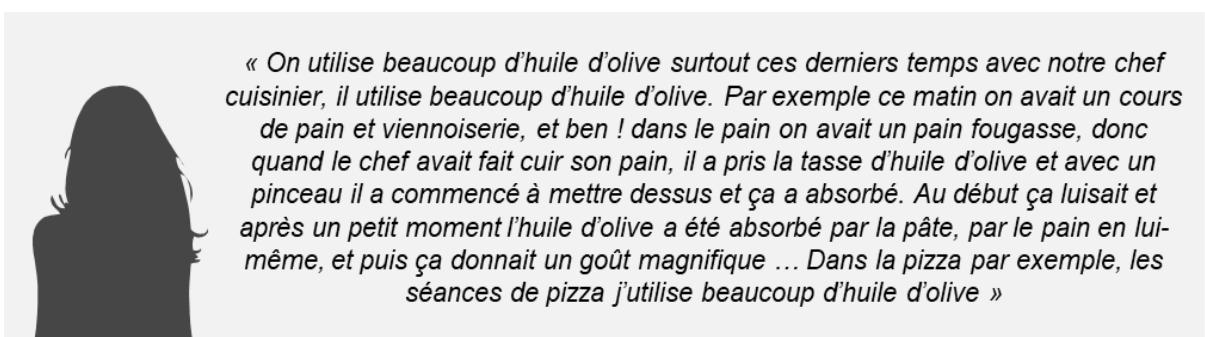
Une cheffe cuisinière expose une multitude de plats rustiques à base d'huile d'olive dans son témoignage :



« ... huiler le couscous avec de l'huile d'olive avant de lui mettre la sauce, c'est nécessaire ! nous avons également, des soupes très rustiques qui continuent d'utiliser l'huile d'olive. Il y'a un plat de Jijel qui s'appelle « Harbit » et c'est un plat qui se fait avec de mauvaises herbes... donc on prend l'ortie et le rumex, on en fait une soupe et à la fin on met une grosse semoule d'orge ou de blé et au moment de servir un bon filet d'huile d'olive. Nous avons aussi une soupe qui vient du Hoggar et qui est à base d'huile d'olive et de beurre de chèvre. Nous avons aussi le « Bourtchiche » qui est un plat à base d'huile d'olive. C'est de l'Orge concassé qu'on traite en couscous mais qui n'est pas roulé, c'est juste de l'Orge concassé mais qu'on arrose de sauce avec de la viande et on met dessus de l'huile d'olive. Il y a aussi autre chose qui est très intéressante dans les Aurès et ça s'appelle « Gedra » et c'est des haricots blancs avec des pieds de moutons, et à la fin de la cuisson une bonne rasade d'huile d'olive et une bonne rasade de vinaigre, et ça vous donne un goût exceptionnel ! »

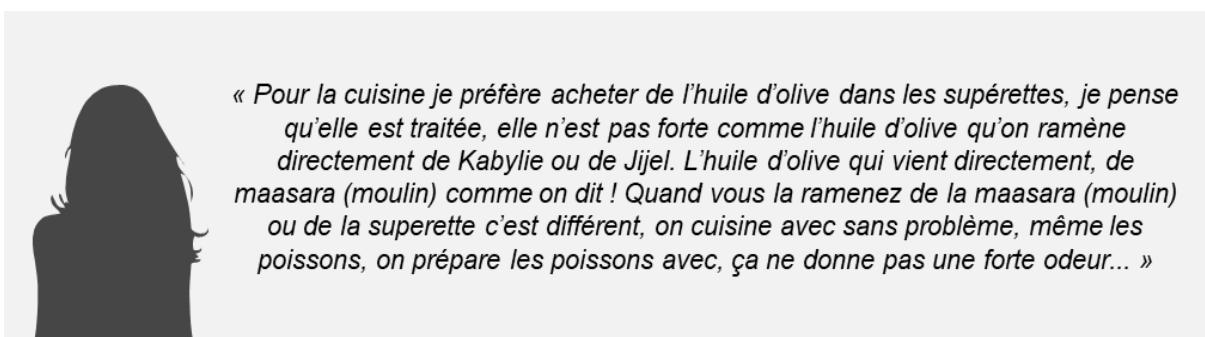
Cheffe cuisinière, ingénieur agronome

L'usage de l'huile d'olive se retrouve également dans la cuisine moderne mondialisée.



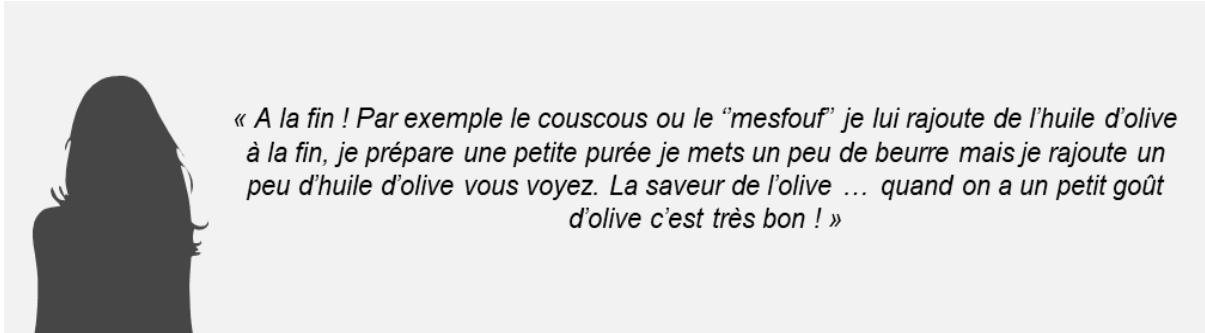
« On utilise beaucoup d'huile d'olive surtout ces derniers temps avec notre chef cuisinier, il utilise beaucoup d'huile d'olive. Par exemple ce matin on avait un cours de pain et viennoiserie, et ben ! dans le pain on avait un pain fougasse, donc quand le chef avait fait cuire son pain, il a pris la tasse d'huile d'olive et avec un pinceau il a commencé à mettre dessus et ça a absorbé. Au début ça luisait et après un petit moment l'huile d'olive a été absorbé par la pâte, par le pain en lui-même, et puis ça donnait un goût magnifique ... Dans la pizza par exemple, les séances de pizza j'utilise beaucoup d'huile d'olive »

L'analyse des usages des huiles d'olives a mis en lumière des pratiques basées sur des croyances qui méritent, selon nous, d'être soulevées. En effet, selon certaines personnes, dont l'une de nos personnes ressources, l'huile d'olive produite par procédés modernes et vendue à travers le marché informel n'est pas complètement « naturelle ». Elle ne présente pas de critères organoleptiques similaires « elle n'est pas forte ! ». Cette observation converge avec les résultats de l'enquête terrain. Ainsi, une cheffe cuisinière décrit ses pratiques d'usage de l'huile d'olive :



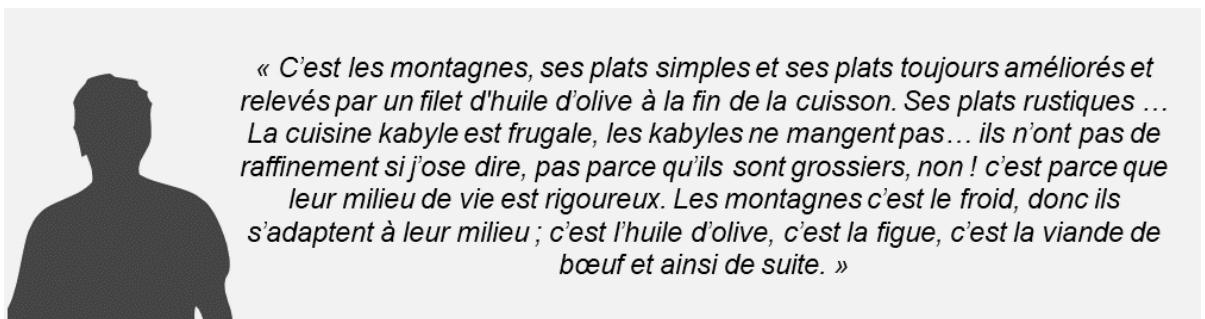
« Pour la cuisine je préfère acheter de l'huile d'olive dans les supérettes, je pense qu'elle est traitée, elle n'est pas forte comme l'huile d'olive qu'on ramène directement de Kabylie ou de Jijel. L'huile d'olive qui vient directement, de maasara (moulin) comme on dit ! Quand vous la ramenez de la maasara (moulin) ou de la superette c'est différent, on cuisine avec sans problème, même les poissons, on prépare les poissons avec, ça ne donne pas une forte odeur... »

Ainsi, les huiles d'olives vendues sous marque dans des supérettes ou en grande distribution sont utilisées pour la cuisson, et l'huile d'olive traditionnelles, considérées comme une denrée de luxe, sert à relever le goût des plats cuisinés, assaisonner des salades, rehausser le goût des pâtes à levain (pain, pizza...)



« A la fin ! Par exemple le couscous ou le "mesfouf" je lui rajoute de l'huile d'olive à la fin, je prépare une petite purée je mets un peu de beurre mais je rajoute un peu d'huile d'olive vous voyez. La saveur de l'olive ... quand on a un petit goût d'olive c'est très bon ! »

Ces informations sur les pratiques et sur les croyances liées à l'huile d'olive nous ouvrent des perspectives pour le développement du marché de la consommation et celui de la production de l'huile d'olive. Une segmentation du marché de l'huile d'olive sur la base des usages culinaires et alimentaires mérite d'être étudiée :



« C'est les montagnes, ses plats simples et ses plats toujours améliorés et relevés par un filet d'huile d'olive à la fin de la cuisson. Ses plats rustiques ... La cuisine kabyle est frugale, les kabyles ne mangent pas... ils n'ont pas de raffinement si j'ose dire, pas parce qu'ils sont grossiers, non ! c'est parce que leur milieu de vie est rigoureux. Les montagnes c'est le froid, donc ils s'adaptent à leur milieu ; c'est l'huile d'olive, c'est la figue, c'est la viande de bœuf et ainsi de suite. »

II. La vision du marché

Comment vous voyez le marché de l'huile d'olive en Kabylie aujourd'hui ? Qu'est-ce qu'il présente comme avantages et inconvénients ? Quelles sont les particularités et/ou les caractéristiques de ce marché ? Quelles sont les perspectives de développement ?

Cette partie va reprendre les différentes réponses de nos experts étayées avec leurs témoignages.

II.1. L'huile d'olive de Kabylie : un marché domestique

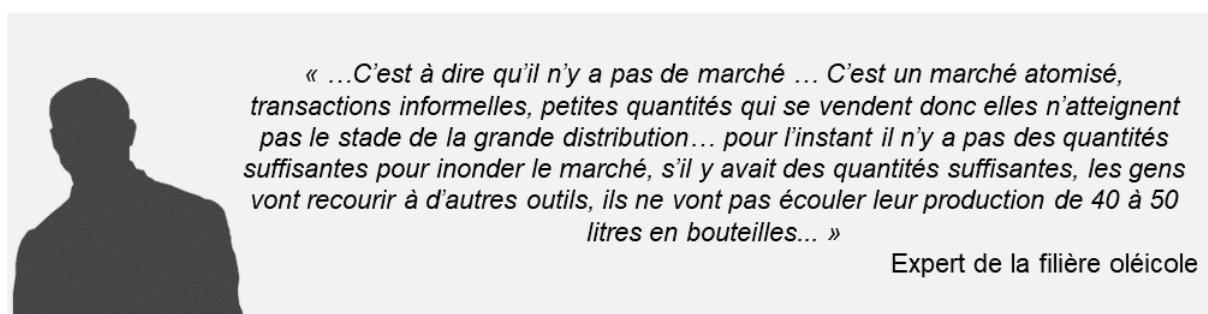
La production de l'huile d'olive de Kabylie est destinée à son marché domestique au niveau de la région de production de la Kabylie. Les résultats de l'enquête terrain ont bien confirmé ce constat. Cette filière est composée de multitudes d'acteurs, mais aussi d'intervenants qui peinent à se rassembler autour d'un projet commun.

Néanmoins, cette filière constitue un potentiel économique pour une bonne partie de la population locale. Une filière qui a assuré la subsistance des populations locales depuis très longtemps et constitue aujourd'hui un revenu complémentaire pour beaucoup de familles, y compris certaines de la diaspora.



« ...on s'est limité en Kabylie à produire uniquement pour les besoins de la famille, la majorité des producteurs ne vivent pas de l'huile d'olive... ils ont tous un emploi ailleurs. Ils ont de l'huile d'olive pour les besoins de la famille. On n'a pas fait de ça un truc économique... »

Malgré les attributs négatifs de l'huile d'olive de Kabylie, les personnalités interrogées accordent, encore et toujours un crédit de confiance à l'huile d'olive. Cependant elles restent critiques quant à leur vision actuelle du marché. Selon ces experts, la quantité produite ou restante après autoconsommation ne permettent pas d'assurer un marché. Les quantités produites restent insignifiantes avec un manque de professionnalisme dans la conduite culturelle. L'inexistence d'un circuit de commercialisation structuré et organisé induit à l'atomisation de la filière et empêche ainsi son développement.



« ...C'est à dire qu'il n'y a pas de marché ... C'est un marché atomisé, transactions informelles, petites quantités qui se vendent donc elles n'atteignent pas le stade de la grande distribution... pour l'instant il n'y a pas des quantités suffisantes pour inonder le marché, s'il y avait des quantités suffisantes, les gens vont recourir à d'autres outils, ils ne vont pas écouler leur production de 40 à 50 litres en bouteilles... »

Expert de la filière oléicole

« ...aujourd'hui on ne peut pas parler de marché d'huile d'olive au sens strict. Il y a des opérateurs qui essayent. C'est un embryon de marché... Il y a de cela plus de 50 ans, l'olive était vendue sur un marché d'olives. Ceux qui avaient un moulin pouvaient acheter l'olive, la transformer et la vendre.

Or, ce marché de gros des olives a disparu

...C'est un marché qui est déstructuré, c'est un marché qui communique très peu, c'est un marché qui est relativement fermé, on a l'impression d'acheter de la drogue parfois : "tu ne connais pas wahed f bled kbayel (quelqu'un de la région Kabylie) qui a une huilerie et qui peut me fournir. Ah oui j'en connais un, il a une huile d'olive authentique et très bonne...il va me ramener j'sais pas quoi de chez j'sais pas qui !". Wellah (je vous jure) quand je demande à mes amis kabyles, j'ai l'impression de leur demander de me ramener des kilos de cocaïne »

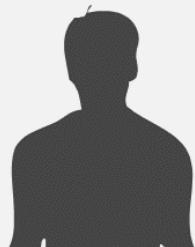
« ... c'est un marché qui a cumulé beaucoup de retard, qui est totalement déstructuré, dans lequel la chaîne de distribution n'est pas vraiment claire... »

« ...je pense qu'il y a un marché de 40 M d'habitants qu'il faut conquérir en Algérie que toute famille algérienne achète de l'huile d'olive, et qui a encore beaucoup de choses à faire, je pense qui y'a encore beaucoup de gens qui sont à des endroits un peu plus reculés, qui ne reçoivent pas forcément de l'huile d'olive, ou qui n'ont pas de la bonne huile d'olive... »

« ...le marché de l'huile d'olive pour moi est encore sauvage ! Parce que vous trouvez de l'huile d'olive dans une bouteille d'eau déjà utilisée ! ... donc il existe un sérieux problème... l'huile d'olive on n'a pas le droit de la mettre dans une bouteille déjà utilisée... »

« ...Ce marché parallèle de l'huile d'olive me fait peur, car il n'y a pas d'évolution, il n'y a pas de prise en charge, il n'y a pas d'informations là-dessus, même dans des expositions chapeautées par le ministère de la culture ou le ministère de l'agriculture, ils ne sont pas à cheval sur la qualité du produit exposé. Autre chose, on expose de l'huile d'olive et on vous dit goûtez-la, et quand vous la goûtez, vous voyez que c'est de l'huile d'olive qui n'a aucune chance d'aller à l'étranger, parce que c'est une huile d'olive qui est destinée à la consommation algérienne... »

Expert marketing et communication



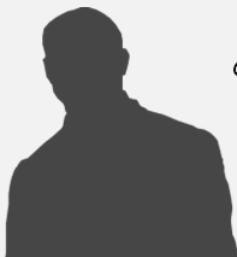
II.2. Enjeux des acteurs de la filière :

• Une filière contrôlée par l'amont

L'incitation d'installer de nouveaux moulins, dans le cadre du renouveau des équipements oléicoles et de l'emploi dans la région de Kabylie, a créé une surenchère passive entre les acteurs de la transformation. De cette situation résulte une passation de contrôle vers l'amont de la filière, c'est-à-dire la production des olives, transformant ainsi le rôle des oléifacteurs en simple prestataires de services. « Pour le moment c'est les oléiculteurs qui contrôlent la filière » Confirme un haut fonctionnaire d'une structure oléicole. En effet, les oléiculteurs, notamment les particuliers, se sont mis à récupérer leur propre huile d'olive à la sortie des moulins et procéder eux même à sa commercialisation, diminuant de ce fait le pouvoir de négociation des mouliniers. Ce constat correspond aux résultats de l'enquête terrain opérationnelle.



« ... Et puis, le souci rencontré avec les moulins remonte à l'époque : il fallait mettre des barrières concernant l'investissement en termes de moulins. A l'époque, j'étais à la station de Sidi Aïch à Béjaïa, j'avais fait une étude avec mes collègues sur le nombre de moulins en fonction des potentialités de production de la région... »



« ...le gros des moulins est venu pendant les années 2000. Mais à l'époque déjà, on était pratiquement sur une utilisation d'une moyenne de 70% des capacités de trituration de la région. C'est-à-dire, 30% des capacités de trituration de la région n'étaient pas utilisées à l'époque. Ça posait des problèmes d'amortissement des équipements... »

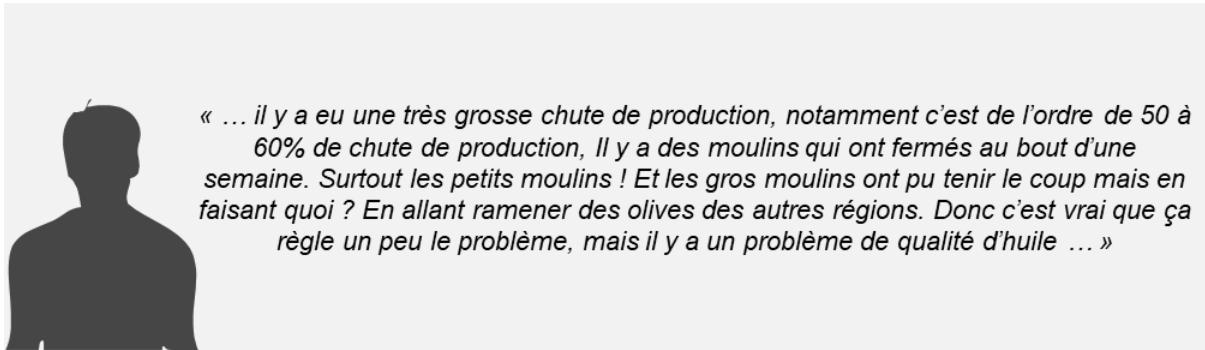
Avec 50% des moulins situés dans la Kabylie, la région représente un hub, où certaines pratiques se sont installées chez les oléiculteurs. Ces derniers ont pris l'habitude par « fidélité », par « confiance » et par « convenance » à triturer toujours chez le même moulin du village, de la famille ou bien une connaissance sans se soucier de la qualité de l'huile produite. Ces pratiques contribuent et entretiennent également la circulation des huiles à qualité médiocres.

Par ailleurs, ces prestations sont souvent qualifiées comme étant chères, et malgré cela elles sont approuvées par les oléiculteurs. De plus, la fragmentation et le caractère familial de la production des olives ne permettent pas l'émergence d'une industrie oléicole à proprement parler, et les oléifacteurs n'accèdent pas à des quantités suffisantes d'olives pour assurer la rentabilité de leur unité de production avec des prix réduits. La prestation de service à des tarifs onéreux permet donc de couvrir leurs charges et dégager un petit profit.

Ces dernières années, on assiste à l'installation d'un phénomène qui mérite d'être étudié. Il s'agit de la « trituration à façon » demandée par les oléiculteurs.



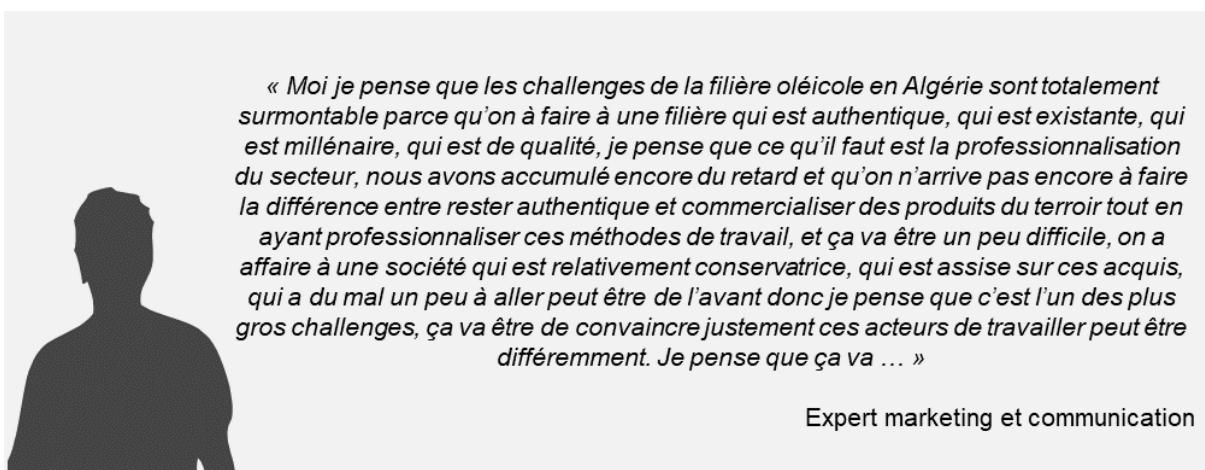
« Il y a un autre défaut ! c'est ce qu'on appelle la trituration à façon, autrement dit, il y a quelqu'un qui se ramène avec 50 kg d'olives, il vous dit je passe tout seul, moi je paye la prestation du quintal mais je passe seul, je ne veux pas passer avec les autres... »



« ... il y a eu une très grosse chute de production, notamment c'est de l'ordre de 50 à 60% de chute de production, Il y a des moulins qui ont fermés au bout d'une semaine. Surtout les petits moulins ! Et les gros moulins ont pu tenir le coup mais en faisant quoi ? En allant ramener des olives des autres régions. Donc c'est vrai que ça règle un peu le problème, mais il y a un problème de qualité d'huile ... »

Dans cette nouvelle structure de la production d'huile d'olive, les oléifacteurs complètent leur offre d'huile en achetant directement aux oléiculteurs qui triturent au niveau de leur moulin. Il s'agit carrément d'une transaction commerciale avec une négociation des prix et des quantités en dehors de la rémunération (en nature ou en cash) de la trituration. Le propriétaire des olives devient revendeur grossiste de son huile d'olive. Les mouliniers n'ont plus la possibilité d'acheter de la matière première en constituant ainsi une offre d'huile d'olive homogène en quantité et en qualité sur le marché de la consommation.

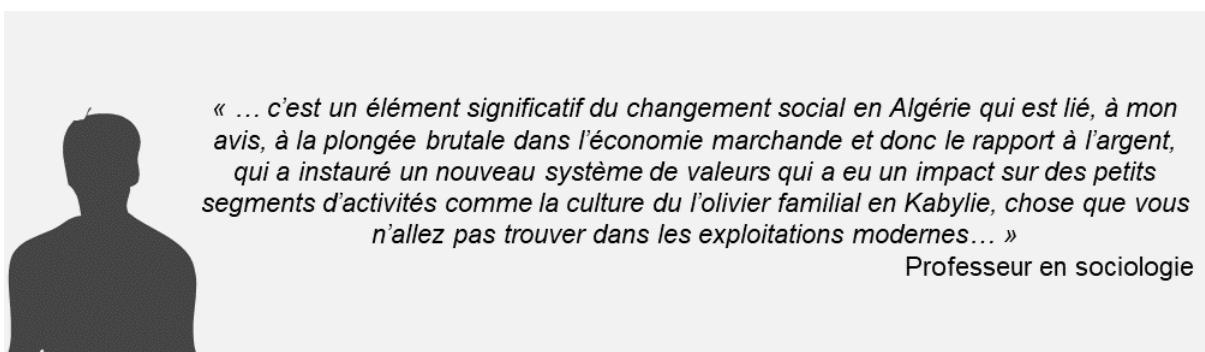
Le modèle d'IFRI se propage au niveau de la région. En effet, l'industriel et le gros opérateur IFRI a introduit ce type de pratique pour compléter son offre commerciale.



« Moi je pense que les challenges de la filière oléicole en Algérie sont totalement surmontable parce qu'on à faire à une filière qui est authentique, qui est existante, qui est millénaire, qui est de qualité, je pense que ce qu'il faut est la professionnalisation du secteur, nous avons accumulé encore du retard et qu'on n'arrive pas encore à faire la différence entre rester authentique et commercialiser des produits du terroir tout en ayant professionnaliser ces méthodes de travail, et ça va être un peu difficile, on a affaire à une société qui est relativement conservatrice, qui est assise sur ces acquis, qui a du mal un peu à aller peut être de l'avant donc je pense que c'est l'un des plus gros challenges, ça va être de convaincre justement ces acteurs de travailler peut être différemment. Je pense que ça va ... »

Expert marketing et communication

L'enquête terrain et les interviews ont démontré que les circuits de distribution sont très peu développés réduisant ainsi le potentiel de développement du marché. La distribution et la commercialisation reposent essentiellement sur un capital confiance « bouche à oreille ». Les canaux de commercialisation sont assurés par les consommateurs-producteurs eux même, des détaillants (ou particuliers) et des grossistes. Cette situation est très critiquée et mal acceptée par une bonne partie des personnes ressources.

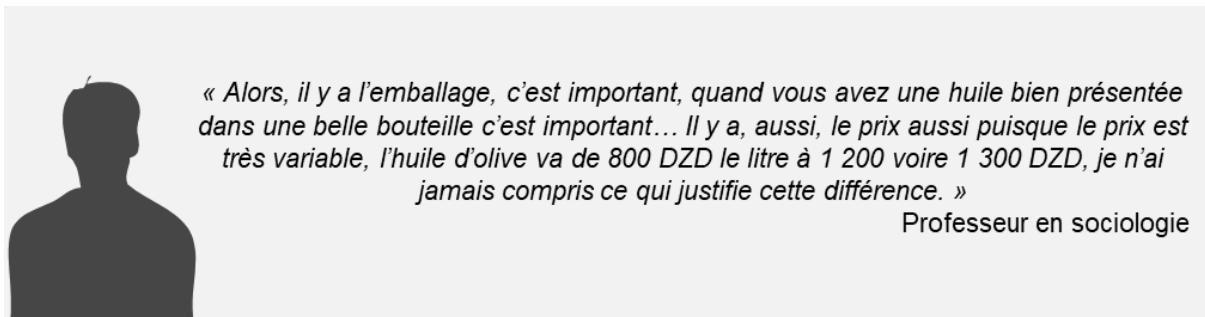


« ... c'est un élément significatif du changement social en Algérie qui est lié, à mon avis, à la plongée brutale dans l'économie marchande et donc le rapport à l'argent, qui a instauré un nouveau système de valeurs qui a eu un impact sur des petits segments d'activités comme la culture du l'olivier familial en Kabylie, chose que vous n'allez pas trouver dans les exploitations modernes... »

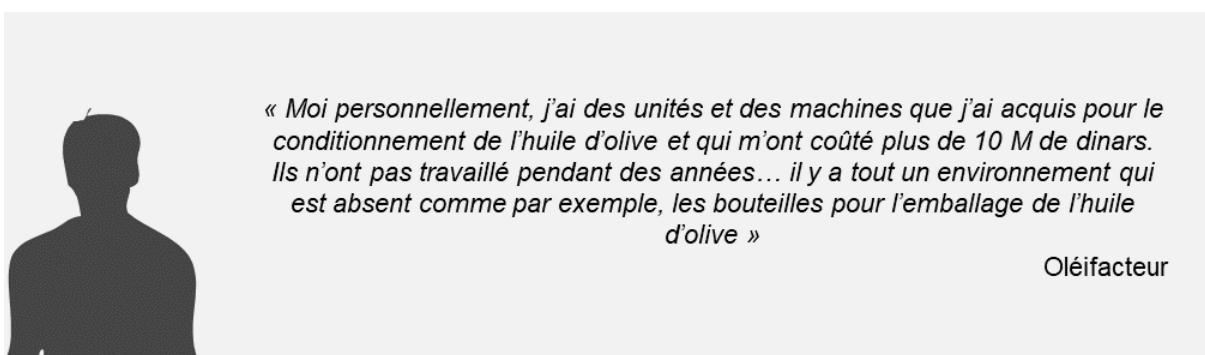
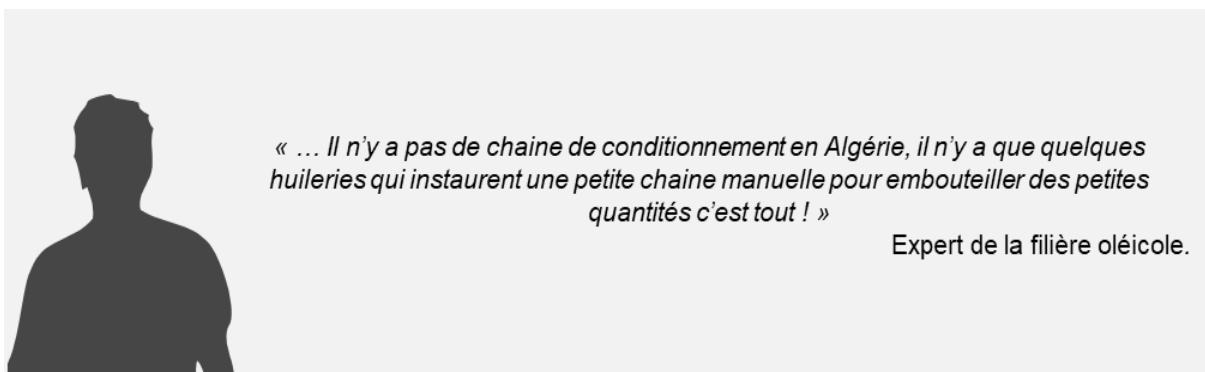
Professeur en sociologie

- **Conditionnement et mise en bouteille : défaillance dans la chaîne de valeur !**

A la question « qu'est-ce qui permet l'achat d'une bonne huile d'olive ? C'est-à-dire à quoi on reconnaît une bonne huile d'olive authentique ? » le sociologue répond :

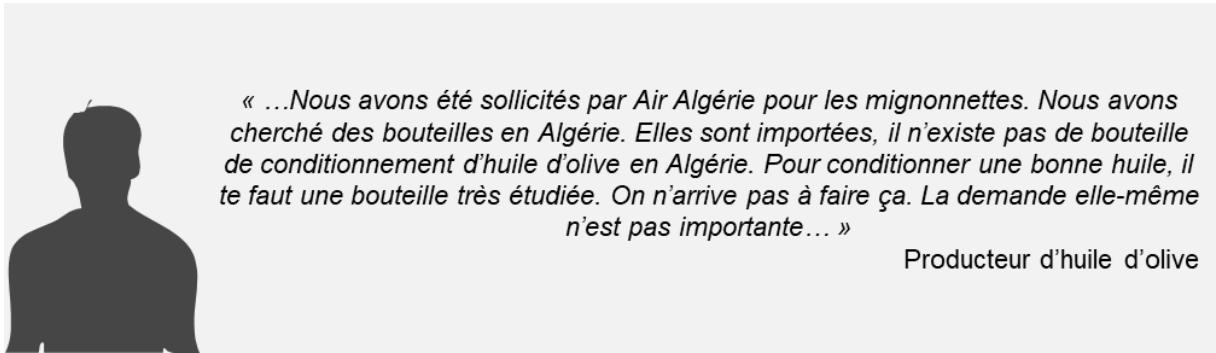


Les experts de la filière mettent le doigt sur la défaillance du maillon du conditionnement dans la chaîne de valeur.



Il existe peu d'unité de production de verre tel qu'ENAVA et ALVER, d'anciennes entreprises publiques dont la ligne de production ne couvre pas les petites commandes comme celles des huileries. Ces entreprises, citées durant une interview, ne sont pas spécialisées et travaillent essentiellement avec l'industrie de la BRSA (jus, boissons gazeuses...)

D'un autre côté, les faibles demandes du secteur oléicole pour la mise en bouteille n'a pas incité les opérateurs privés à investir dans ce secteur qui reste dépourvu d'unité de conditionnement. Seuls quelques opérateurs privés comme IFRI Olive, importe sa bouteille d'Italie en la regroupant avec les commandes de ses autres filiales opérant dans le secteur de la BRSA ;



« ...Nous avons été sollicités par Air Algérie pour les mignonnettes. Nous avons cherché des bouteilles en Algérie. Elles sont importées, il n'existe pas de bouteille de conditionnement d'huile d'olive en Algérie. Pour conditionner une bonne huile, il te faut une bouteille très étudiée. On n'arrive pas à faire ça. La demande elle-même n'est pas importante... »

Producteur d'huile d'olive

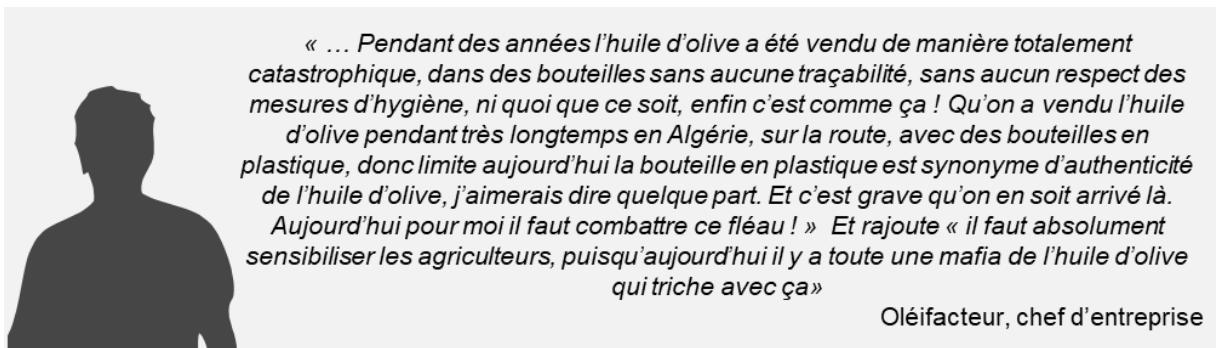
Après quelques efforts sporadiques, rares sont les producteurs qui arrivent sur le marché avec des packagings modernes travaillés par les spécialistes du marketing. Le marché algérien en général, et celui de l'huile d'olive de Kabylie en particulier, est encore loin de ces normes pratiquées dans les pays voisins tels que le Maroc et la Tunisie.

L'emballage ne figure pas encore sur l'agenda des acteurs locaux. En effet, la priorité est donnée à la qualité de l'huile d'olive.

Dans une économie mondialisée, le packaging/l'emballage constitue aujourd'hui un secteur industriel à part entière. Plus qu'un service, le conditionnement des produits, notamment agricoles et agroalimentaires, se décline à volonté en vue de répondre à des exigences de confort et de sécurité alimentaires toujours plus draconiennes. Les interviews ont mis l'accent sur l'insuffisance de la demande caractérisée par une taille critique insuffisante pour justifier de tels investissements.

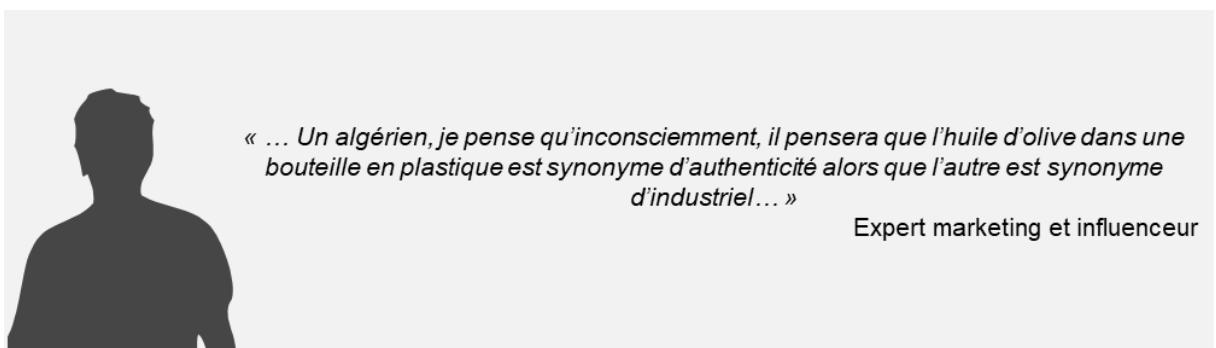
« ...Ce n'est pas facile de rentabiliser cet investissement ... » nous répond un producteur d'huile d'olive, chef d'entreprise

C'est le consommateur qui va exiger du marché une certaine normalisation, une certaine standardisation, pour aller vers une bouteille normée, comme le déclare cet expert :



« ... Pendant des années l'huile d'olive a été vendu de manière totalement catastrophique, dans des bouteilles sans aucune traçabilité, sans aucun respect des mesures d'hygiène, ni quoi que ce soit, enfin c'est comme ça ! Qu'on a vendu l'huile d'olive pendant très longtemps en Algérie, sur la route, avec des bouteilles en plastique, donc limite aujourd'hui la bouteille en plastique est synonyme d'authenticité de l'huile d'olive, j'aimerais dire quelque part. Et c'est grave qu'on en soit arrivé là. Aujourd'hui pour moi il faut combattre ce fléau ! » Et rajoute « il faut absolument sensibiliser les agriculteurs, puisqu'aujourd'hui il y a toute une mafia de l'huile d'olive qui triche avec ça»

Oléfacteur, chef d'entreprise

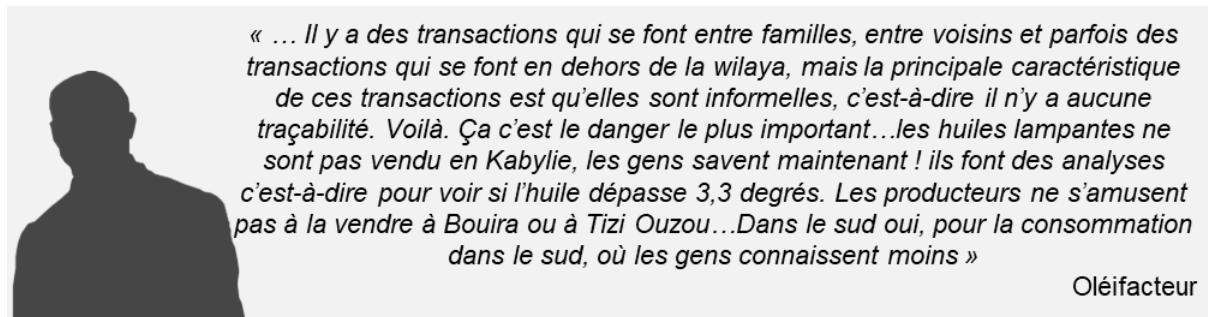


« ... Un algérien, je pense qu'inconsciemment, il pensera que l'huile d'olive dans une bouteille en plastique est synonyme d'authenticité alors que l'autre est synonyme d'industriel... »

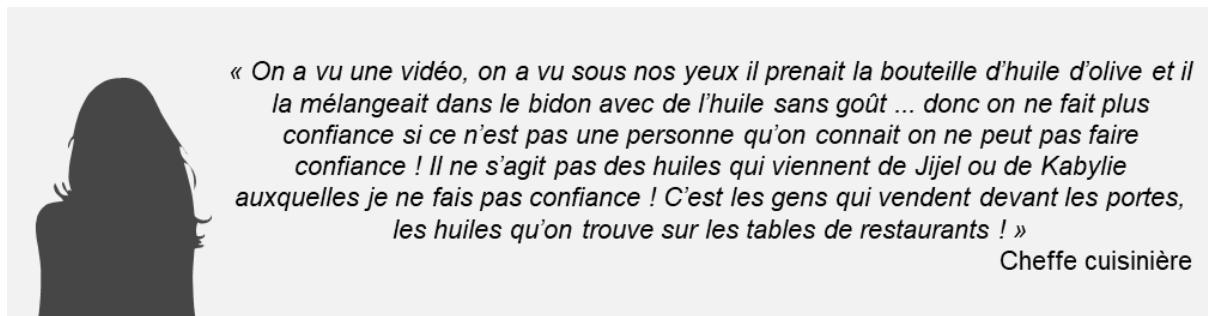
Expert marketing et influenceur

II.3. Les dérives du marché :

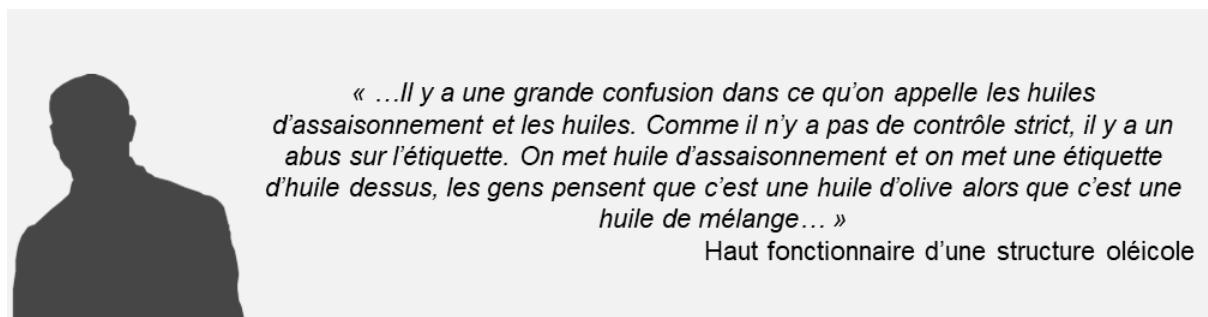
Les personnes interrogées convergent et pointent du doigt certaines dérives sur le marché qui viennent ternir l'image de l'huile d'olive de Kabylie. Certaines pratiques frauduleuses s'installent dans la région. Il semblerait selon un expert de la filière qu'une certaine auto-sanction sociétale s'est installée dans la région de la Kabylie qui oblige les producteurs à écouler de la bonne huile d'olive dans la région et expédier la « non bonne » à l'extérieur de la région.



Par ailleurs, les témoignages dénoncent également la pratique des mélanges des huiles, phénomène de plus en plus répandu notamment dans la restauration collective et la RHD/RHF¹. L'huile d'olive, souvent de mauvaise qualité, est mélangée avec l'huile de graine végétale pour modifier l'acidité des mauvaises huiles, avant d'être commercialisée dans des régions lointaines où la consommation d'huile d'olive n'est pas une tradition. Selon certains témoignages, cette pratique permet également de contrer les risques de contrôles sanitaires.



L'innovation culinaire, la diversification des produits sur le marché a vu arriver sur le marché des produits de mélanges d'huiles. Situation qui a créé également des confusions sur le marché en l'absence d'une réglementation claire. Attiré par les prix modérés, le consommateur achète des huiles de mélanges dites « d'assaisonnement » en pensant que c'est une huile exclusivement ou à majorité d'olive.



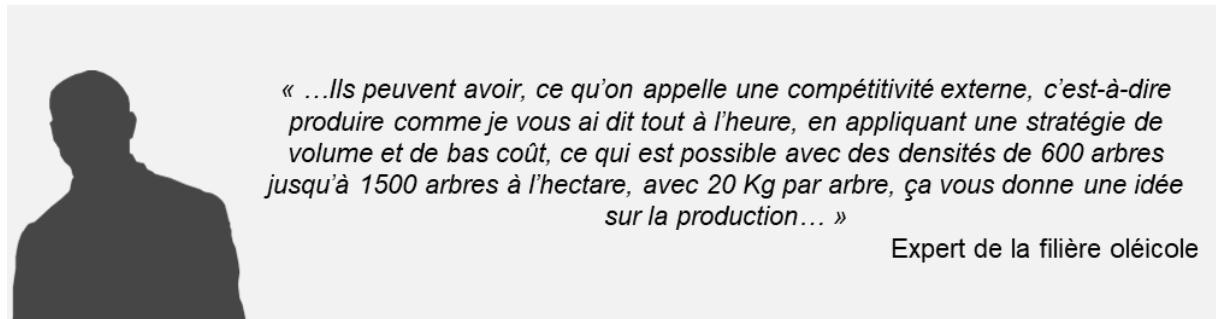
¹ Restauration hors domicile/ Restauration hors foyer

II.4. Les menaces qui pèsent sur le marché de l'huile d'olive de Kabylie

• Arrivée de nouvelles plantations

Un expert a participé à la conception d'un programme d'implantation de nouveaux vergers en Algérie de l'ordre de 300 000 tonnes d'huiles d'olive au terme d'une vingtaine d'années. Selon ce même expert, le marché devrait être excédentaire et prétendre ainsi à l'export. Ainsi, avec ces nouvelles terres de production, la consommation de l'huile d'olive va s'améliorer tout en régulant les prix.

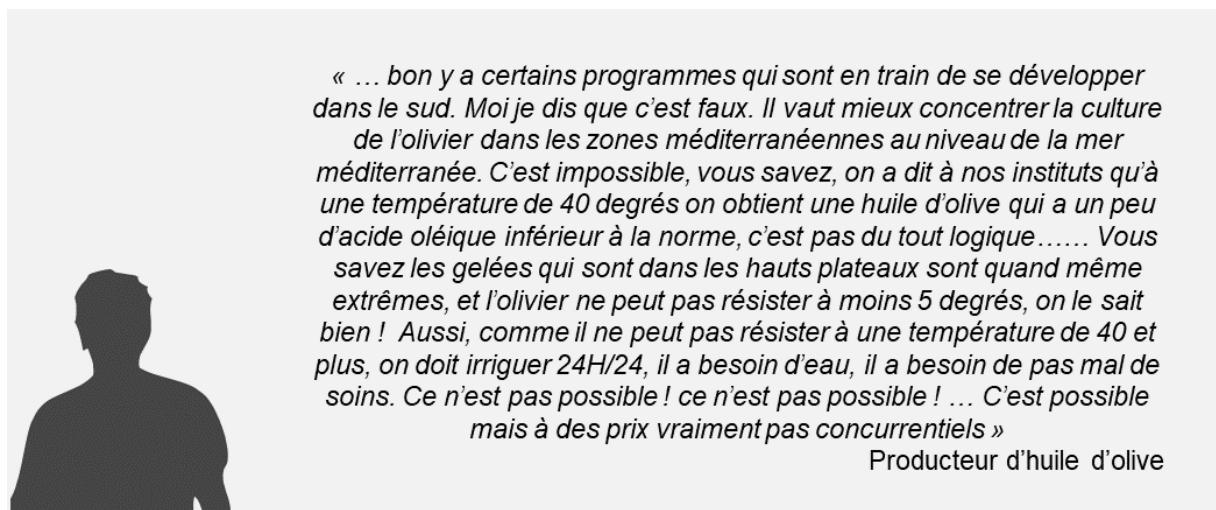
A la question : « qu'est-ce que vous pensez des vergers qui s'installent dans le sud et dans la région des hauts plateaux ? » Un expert oléicole répond :



« ...Ils peuvent avoir, ce qu'on appelle une compétitivité externe, c'est-à-dire produire comme je vous ai dit tout à l'heure, en appliquant une stratégie de volume et de bas coût, ce qui est possible avec des densités de 600 arbres jusqu'à 1500 arbres à l'hectare, avec 20 Kg par arbre, ça vous donne une idée sur la production... »

Expert de la filière oléicole

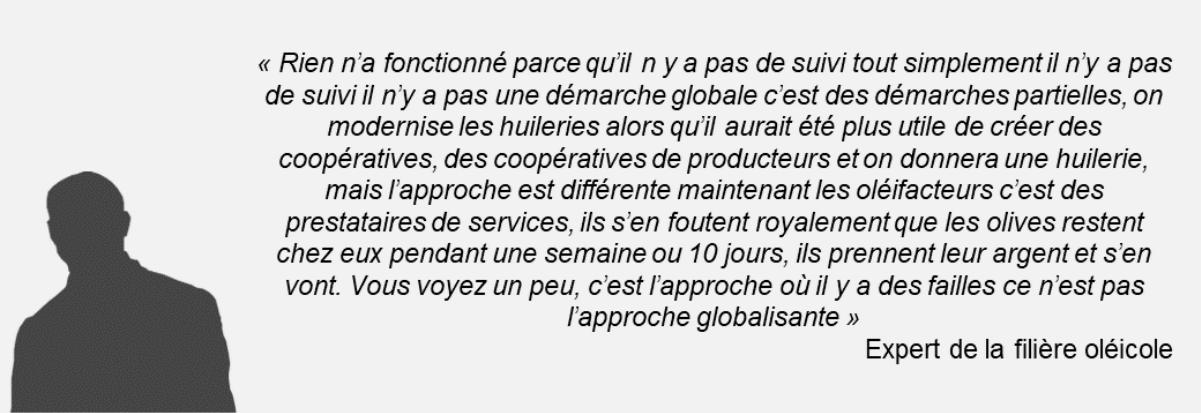
Sans surprise, l'arrivée de ces nouvelles terres oléicoles modernes, dont la vision stratégique est tournée vers le marché international, est difficilement accueillie par les producteurs. En effet, cette donne peut être considérée comme une menace au secteur de l'huile d'olive de Kabylie.



« ... bon y a certains programmes qui sont en train de se développer dans le sud. Moi je dis que c'est faux. Il vaut mieux concentrer la culture de l'olivier dans les zones méditerranéennes au niveau de la mer méditerranée. C'est impossible, vous savez, on a dit à nos instituts qu'à une température de 40 degrés on obtient une huile d'olive qui a un peu d'acide oléique inférieur à la norme, c'est pas du tout logique..... Vous savez les gelées qui sont dans les hauts plateaux sont quand même extrêmes, et l'olivier ne peut pas résister à moins 5 degrés, on le sait bien ! Aussi, comme il ne peut pas résister à une température de 40 et plus, on doit irriguer 24H/24, il a besoin d'eau, il a besoin de pas mal de soins. Ce n'est pas possible ! ce n'est pas possible ! ... C'est possible mais à des prix vraiment pas concurrentiels »

Producteur d'huile d'olive

D'autres problématiques ont été soulevées par notre groupe de personnes ressources relatives au profil de la structure de l'offre. Le système de production des olives, familial et non professionnel, caractérisé par des petites productions hétérogènes fragmentées dans la qualité et dans la quantité, a favorisé la transformation des oléifacteurs d'un acteur majeur dans la chaîne de valeur à un simple prestataire de service. Cette situation a favorisé un déséquilibre dans la filière oléicole et a empêché la formation d'une valeur marchande de l'huile d'olive. Malgré les nombreuses interventions de l'Etat à travers l'Office Oléicole - notamment créé pour concentrer la production et réguler les prix-, aucune mesure ne semble donner le résultat escompté.



« Rien n'a fonctionné parce qu'il n'y a pas de suivi tout simplement il n'y a pas de suivi il n'y a pas une démarche globale c'est des démarches partielles, on modernise les huileries alors qu'il aurait été plus utile de créer des coopératives, des coopératives de producteurs et on donnera une huilerie, mais l'approche est différente maintenant les oléifacteurs c'est des prestataires de services, ils s'en foutent royalement que les olives restent chez eux pendant une semaine ou 10 jours, ils prennent leur argent et s'en vont. Vous voyez un peu, c'est l'approche où il y a des failles ce n'est pas l'approche globalisante »

Expert de la filière oléicole

• L'émergence de nouveaux producteurs hors Kabylie

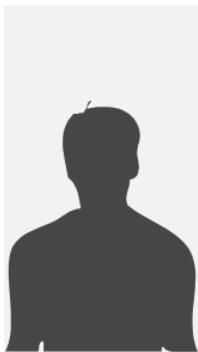
« En fait, vous savez, les opérateurs, les oléiculteurs et les oléifacteurs de cette région commencent à peine à revenir d'un choc. Ils avaient pratiquement un monopole sur l'huile d'olive, le gros de la production de l'huile d'olive qui était commercialisée en Algérie était celle de la Kabylie, avant qu'on ait commencé le programme de développement de l'oléiculture au niveau des hauts plateaux et de la stepp. Avec le développement, l'extension de l'oléiculture dans les autres wilayas, la première remarque qu'on m'a faite c'est "comment un enfant de la Kabylie s'est permis de proposer un programme de développement pour l'oléiculture en dehors de la Kabylie ?" c'était la levée d'un monopole, un monopole qui devenait pesant d'une part, et qui était dangereux pour la Kabylie d'autre part, d'ailleurs nous sommes arrivés à ça, où même les huiles les plus mauvaises sont écoulées. A un moment donné, quelle que soit la qualité de votre huile d'olive, vous la vendez au même prix que celui qui fait la meilleure qualité »

« ... donc les producteurs de la Kabylie qui étaient sur ce monopole, se retrouvent du jour au lendemain dans une situation très claire, on produit de la qualité ailleurs ! d'ailleurs les concours qu'on fait actuellement font ressortir ça. Les huiles d'olive de qualité ne sont pas en Kabylie, elles se trouvent à Tlemcen, Mascara, Tiaret, Msila, Biskra ! parce que l'olivier est plus facilement maîtrisable là-bas. Ce sont des plaines, donc c'est plus facile à gérer, la récolte est plus facile, tout est plus facile en fait. Même l'irrigation est faisable. Alors qu'en zone de montagnes, l'irrigation n'est pas évidente, bien que nous ayons financé la création de cuvettes. au bout d'une année, les gens comptaient sur nous pour continuer à financer. Nous ne pouvions plus le faire, nous l'avons fait à titre de démonstration au départ en prenant en charge la conception de cuvettes. Et c'est là où le soutien financier parfois, il devient contre-productif. On a tellement habitué les gens, au point où s'il n'y a pas de soutien financier, il n'y a plus d'activité... »

« ... les concours culinaires, il n'y en a pas. Ils devraient être importants pour deux raisons, non seulement pour promouvoir l'huile d'olive, mais aussi pour promouvoir les autres produits de la Kabylie »

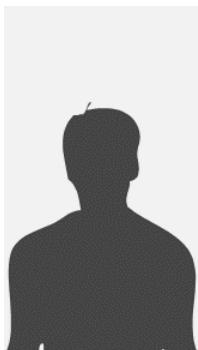
Haut fonctionnaire de la structure oléicole





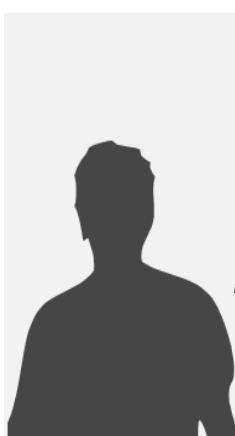
« Si j'entends par exemple huile d'olive de Kabylie, je pense qu'il y a deux dimensions dans cette proposition, il y a une dimension purement agricole si j'ose dire, c'est l'huile d'olive. Et il y a disons cette spécificité régionale à laquelle on veut souvent attribuer une sorte de primauté en ce qui concerne l'huile d'olive alors qu'elle ne concerne pas seulement la Kabylie. L'huile d'olive est produite un peu partout, elle connaît un développement particulier depuis quelques années dans les milieux steppiques, dans la wilaya de Djelfa par exemple, dans la wilaya d'El Oued où vous avez d'immenses oliveraies avec de très grosses unités de production d'huile d'olive »

Professeur en sociologie



« Les atouts existent, mais il faudrait maintenant moderniser les outils de cueillette de ce produit du terroir. D'autres régions dans le pays font beaucoup mieux mais nous pouvons faire mieux aussi malgré la difficulté des montagnes... »

Journaliste spécialisé en économie



« ... Moi je suis consommateur d'huile d'olive, mais j'en achète parfois ici à Hadjout, pas loin de Tipaza, il y a des maasarat (moulins) d'huile d'olive, on en trouve aussi beaucoup à Jijel, où de très anciennes oliveraies se trouvent en plein milieu des montagnes. De plus, depuis 2007 - 2008 la culture de l'olive a connu un développement spectaculaire, et l'ex-Ministre de l'Agriculture, M. Benaïssa, avait un programme très ambitieux de 2 millions d'hectares d'expansion, parce que nous avons beaucoup de retard par rapport à nos voisins, les tunisiens en particulier, dans ce domaine... »

II.5. Quels sont aujourd'hui les enjeux des entreprises kabyles du secteur oléicole ?



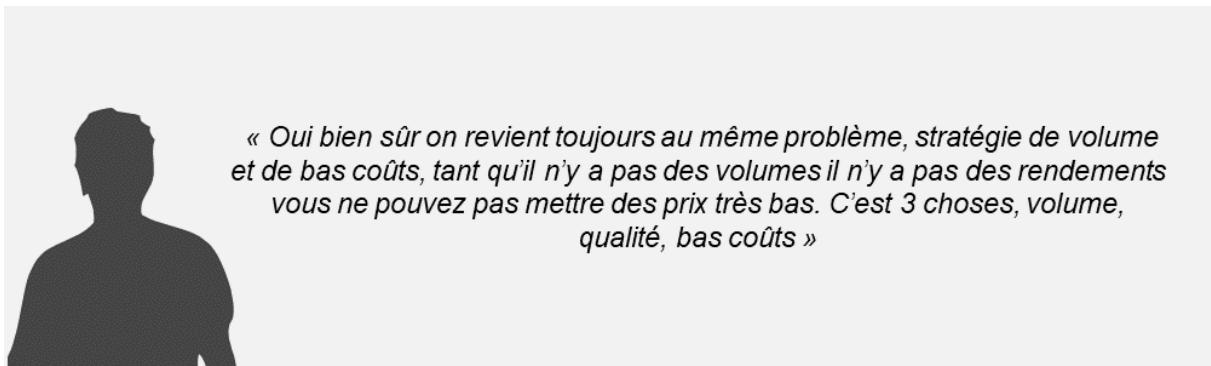
« C'est marginal, si la production n'est pas suffisante l'investissement de l'oleifacteur sera perdu surtout que l'huilerie travaille que 100 jours dans l'année. Il doit récupérer un bénéfice qui lui permettra de nourrir sa famille pendant une année, donc le premier problème c'est l'industrie de transformation qui sera handicapée, ce qui fera que les producteurs n'atteindront pas atteint le revenu souhaité »

Pour certains acteurs, le développement du marché de l'huile d'olive de Kabylie passe d'abord par le développement et l'amélioration de la production de l'olive. Il y a un enjeu majeur à concentrer l'approvisionnement en matière première :

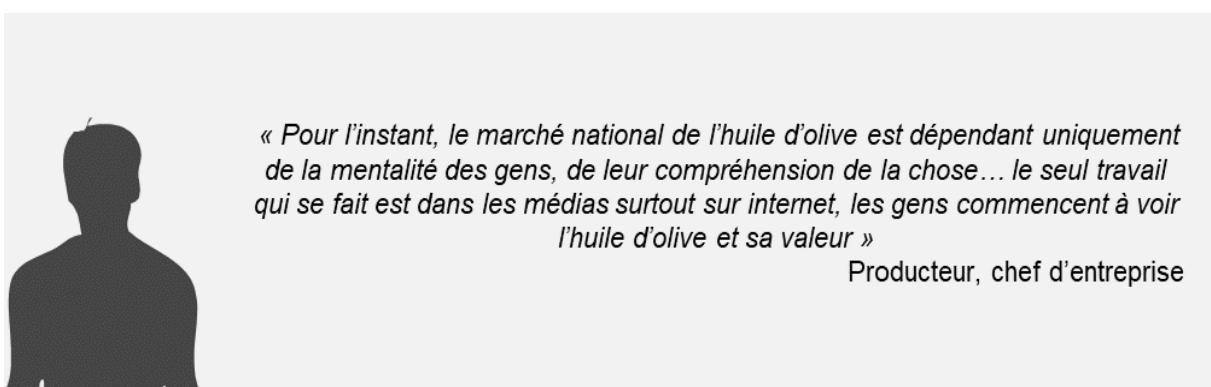


*« ...On ne peut développer le marché que si on développe la production...
on peut le développer uniquement par l'amont »*

Membre du COI



*« Oui bien sûr on revient toujours au même problème, stratégie de volume
et de bas coûts, tant qu'il n'y a pas des volumes il n'y a pas des rendements
vous ne pouvez pas mettre des prix très bas. C'est 3 choses, volume,
qualité, bas coûts »*

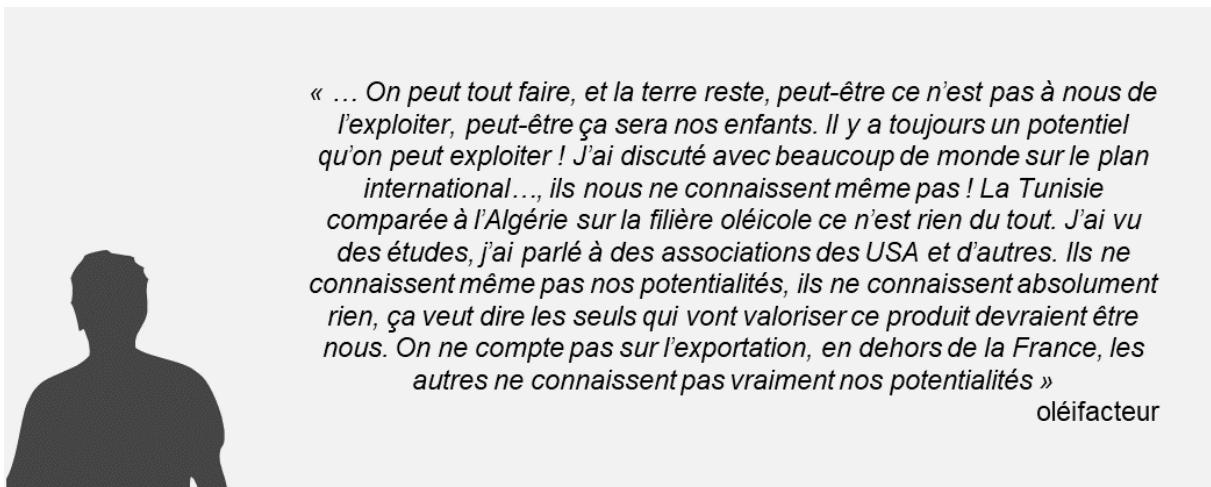


*« Pour l'instant, le marché national de l'huile d'olive est dépendant uniquement
de la mentalité des gens, de leur compréhension de la chose... le seul travail
qui se fait est dans les médias surtout sur internet, les gens commencent à voir
l'huile d'olive et sa valeur »*

Producteur, chef d'entreprise

• Une prise de conscience

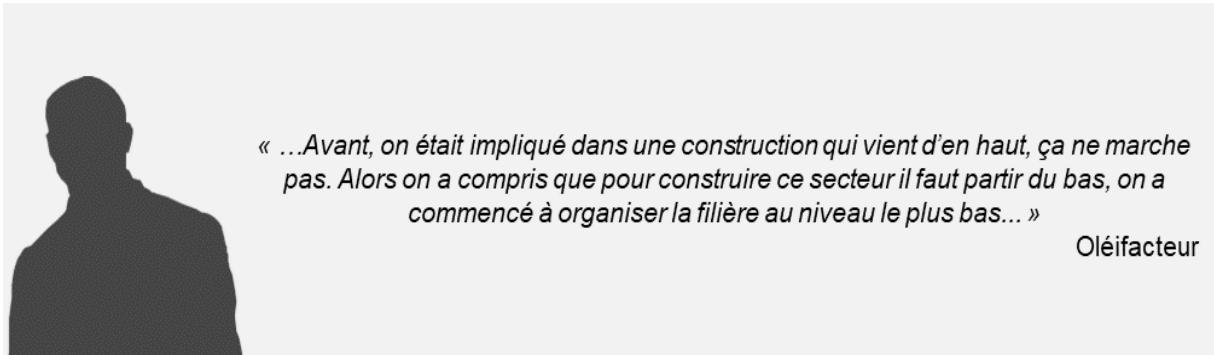
Nous avons relevé une certaine prise de conscience chez les producteurs. Il existe une chez les acteurs et notamment chez les oléifacteurs une certaine volonté de promouvoir la typicité locale de l'huile d'olive de Kabylie. Il s'agit de s'organiser et de promouvoir les caractéristiques locales et patrimoniales qui portent l'huile d'olive produite en Kabylie.



*« ... On peut tout faire, et la terre reste, peut-être ce n'est pas à nous de
l'exploiter, peut-être ça sera nos enfants. Il y a toujours un potentiel
qu'on peut exploiter ! J'ai discuté avec beaucoup de monde sur le plan
international..., ils nous ne connaissent même pas ! La Tunisie
comparée à l'Algérie sur la filière oléicole ce n'est rien du tout. J'ai vu
des études, j'ai parlé à des associations des USA et d'autres. Ils ne
connaissent même pas nos potentialités, ils ne connaissent absolument
rien, ça veut dire les seuls qui vont valoriser ce produit devraient être
nous. On ne compte pas sur l'exportation, en dehors de la France, les
autres ne connaissent pas vraiment nos potentialités »*

oléifacteur

Ainsi certains opérateurs avertis ont bien compris qu'ils doivent se structurer et s'organiser pour survivre.



« ...Avant, on était impliqué dans une construction qui vient d'en haut, ça ne marche pas. Alors on a compris que pour construire ce secteur il faut partir du bas, on a commencé à organiser la filière au niveau le plus bas... »

Oléifacteur

Selon ce producteur, pour faire face à la menace des marchés émergents et celles de l'étranger, les opérateurs doivent regrouper et concentrer la production des olives et harmoniser la trituration selon des normes proches d'un marché international, comme c'est le cas en Tunisie.

Ces opérateurs souhaitent être soutenus et accompagnés en ouvrant des possibilités sur l'agenda des commandes publiques comme la restauration collective. Ces actions vont structurer la production (quantité et qualité) et unifier les opérateurs les plus motivés dans un premier temps et entraîner les autres dans un deuxième temps.



« Si par exemple nous avons des marchés au niveau local comme la restauration collective qui peut vous exiger, vous demander, de ramener de l'extra-vierge, une huile qui a un taux d'acidité inférieur à 0,8, qui a ceci, qui a cela, mais pour l'instant ce marché n'existe pas en Algérie, en dehors de l'exportation, qui est exigeante mais pas encore accessible, on n'a rien de motivant

... on a écrit pas mal de lettres, même au président de la république, au ministère de l'agriculture, on a parlé, on a demandé une simple chose, on a dit qu'en Algérie la restauration collective de l'état fait environ 12 millions de consommateurs au niveau des cantines scolaires, militaires, paramilitaires et on a demandé qu'il intègre l'huile d'olive dans la consommation. On a demandé que l'état fasse un effort et intègre ce produit dans la restauration collective ... Pour l'instant elle est consommée uniquement par des gens qui ont étudié, ou avec des revenus quand même assez élevés, ou qui sont au courant des bienfaits de l'huile d'olive ou sinon ce sont des producteurs eux même... »

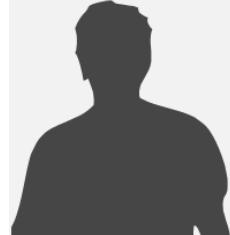
Producteur, chef d'entreprise

III. Les leviers de développement

L'analyse du corpus des entretiens a mis en avant certains leviers de développement que nous avons résumé dans cette partie.

Le rôle du consommateur est central comme le souligne les experts en répondant à cette question : **Comment imaginez-vous le consommateur dans 10 ans ? ses attentes ? ses exigences vis-à-vis de l'huile d'olive Kabyle ? quelle est l'image du consommateur algérien de demain ?**

La nouvelle génération qui arrive sera connectée et soucieuse de son alimentation et de son bien-être, celle qui lance la tendance des achats dans les supermarchés a-t-elle son rôle à jouer dans le développement du marché de l'huile d'olive de demain ? Voilà quelques points de vue de nos personnes ressources :



« Je pense que le consommateur de demain... Je pense que les exigences du consommateur ne feront qu'augmenter, on vit dans un monde qui est très Consumer Centric (centré sur le consommateur) où le consommateur est la première préoccupation, je pense qu'avec la digitalisation de la société ça va s'accentuer, donc le consommateur sera encore plus dans le centre des préoccupations, donc y aura un accroissement des exigences, mais je pense qu'il y aura aussi cette envie de redécouvrir son identité et son terroir, je pense que ça se fait et ça continuera à l'être, nous vivons dans un monde qui est extrêmement mondialisé, ou il y'a toujours, pas qu'en Algérie, dans toutes les sociétés du monde, cette nouvelle tendance du terroir, elle a commencé à peu près il y'a une dizaine, une vingtaine d'années en France, quelque chose comme ça, ça va le devenir et ça commence à l'être en Algérie, ce n'est qu'une tendance qui selon moi, où le Made In Algeria sera de plus en plus en vogue, mais pas à n'importe quel prix, ce sont des consommateurs qui sont mondialisés qui sont connectés qui connaissent le bon du mauvais, qui aiment aussi se faire plaisir, où l'indulgence sera très importante, ça sera des consommateurs qui seront plus instruit, qui seront plus au fait de ce qui se passe à l'étranger donc je pense que ça sera vraiment un sacré challenge d'offrir à ces nouveaux consommateurs une huile qui sera à la fois authentique et de qualité »

Expert marketing et communication



« Vous savez, aujourd’hui les villes sont de plus en plus nombreuses, et les populations au niveau des villes sont de plus en plus grandes.... C'est la classe moyenne qui est importante pour la consommation des produits agricoles. Parce que c'est elle qui a la capacité de véhiculer un message, aussi bien pour les classes aisées qui peuvent faire appel à des produits de qualité et assez coûteux, comme elle est capable de porter le message avec la classe ouvrière et les citadins, et apporter un message en termes d'utilité de consommation d'huile d'olive... Il y aura toujours une population qui va continuer de s'approvisionner en huile d'olive de la manière traditionnelle, c'est-à-dire par les liens de famille et ainsi de suite. Et il y aura aussi des marchés locaux particuliers. autrement dit, c'est un peu comme, je le vois dans les vins en Europe, il y a des vins au niveau de la grande distribution, vous avez ceux qui préfèrent acheter leur vin au niveau des caves parce qu'ils ont certaines habitudes de consommation assez précises, et vous avez des sites qui sont répartis un peu sur tout le territoire, ça je l'ai vu surtout en France et en Allemagne, où il y a carrément des petits complexes hôteliers avec les vignobles, les caves, et les gens achètent leur vin. Mais là c'est du très haut de gamme. Ces gens-là, ce qui les intéresse, c'est le cadre ! ils peuvent venir des Etats-Unis jusqu'à Khenchla car natif de la région, il a entendu parler donc il préfère acheter son huile d'olive là-bas ! il peut la trouver dans un supermarché, mais il dira je préfère l'acheter là. Ça aussi ça fait du tourisme. Je pense qu'on est obligé maintenant de sortir l'huile d'olive de l'informel dans lequel elle est ancrée »

Haut fonctionnaire d'une structure oléicole

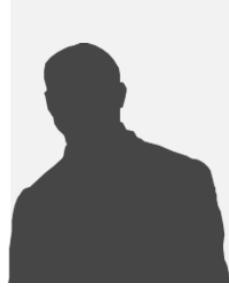


« ...Et bah figurez-vous, malgré ce que j'ai raconté, il se passe de belles choses en Algérie. Les jeunes sont entrain de revenir vers des produits de qualité, même si ce n'est pas visible mais moi j'en connais pas mal, qui me disent aidez-nous à faire du bon produit, comment je peux améliorer mon produit ? donc ils veulent de la qualité, donc dans 10 ça va s'améliorer, je suis optimiste ! »

Expert marketing et communication

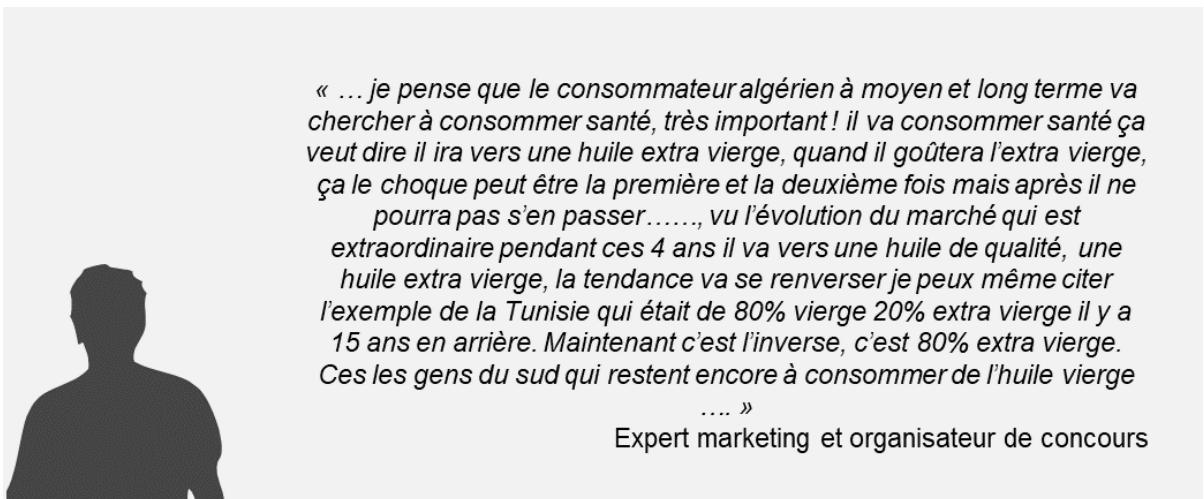


« ... Si on parle d'huile d'olive de Kabylie, c'est une manière d'extraire l'huile d'olive de Kabylie du reste des lieux de production de cette huile d'olive. Ca reviendrait aux soubassements de l'extraction de ce type d'huile du reste, qu'il faut à mon avis contextualiser, actuellement il n'y a pas de secrets autour de ça, il y a un mouvement très fort de mise en évidence de l'authenticité kabyle, c'est un mouvement qui se développe de façon importante depuis quelques années, et donc on fait un peu la promotion de cette région, si vous allez sur les réseaux sociaux, sur Facebook, vous trouverez des pages qui concernent exclusivement la Kabylie. Alors si on envisage la chose de cette dimension de mouvement social global, l'huile d'olive de Kabylie pourrait contribuer à la promotion de l'image de la Kabylie. »



« Il y'a beaucoup d'autres régions productrices, notamment l'ouest et le Sahara. L'huile d'olive traditionnelle âpre va être dépassée par l'HO filtrée extra vierge qui convient mieux aux palets des nouvelles générations »

Consultant en Business Developpement industriel



« ... je pense que le consommateur algérien à moyen et long terme va chercher à consommer santé, très important ! il va consommer santé ça veut dire il ira vers une huile extra vierge, quand il goûtera l'extra vierge, ça le choque peut être la première et la deuxième fois mais après il ne pourra pas s'en passer....., vu l'évolution du marché qui est extraordinaire pendant ces 4 ans il va vers une huile de qualité, une huile extra vierge, la tendance va se renverser je peux même citer l'exemple de la Tunisie qui était de 80% vierge 20% extra vierge il y a 15 ans en arrière. Maintenant c'est l'inverse, c'est 80% extra vierge. Ces les gens du sud qui restent encore à consommer de l'huile vierge »

Expert marketing et organisateur de concours

III.1. Les leviers de développement sur le marché national

⇒ **Levier : la valorisation du patrimoine immatérielle et mise en avant des atouts spécifiques de différenciation de l'huile d'olive de Kabylie**

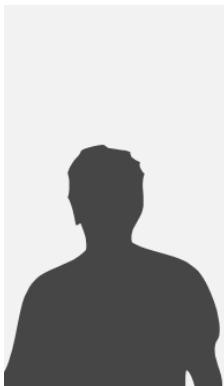
Certains atouts cités plus hauts se retrouvent, incontestablement, chez l'ensemble de nos experts. Les mêmes spécificités étaient également l'objet de l'étude terrain. Citons les aspects naturels, identitaires, historiques et patrimoniaux qui portent l'huile d'olive de Kabylie. Il s'agit bien d'un produit de terroir qui possède beaucoup d'atouts qui le démarque des autres produits.



« Ce n'est pas uniquement la santé humaine, c'est tout un ensemble, je ne parle pas uniquement de la santé de personnes ... la santé humaine c'est un point, y a aussi la santé de tout un environnement ! »

« L'olive occupe des espaces, l'olive, ça veut dire la nature. S'il est bien y a moins d'incendies ! On peut empêcher pas mal de choses dans la nature. On peut retenir l'eau, la terre. On peut faire pas mal de choses pour préserver l'environnement. C'est très important aussi ! »

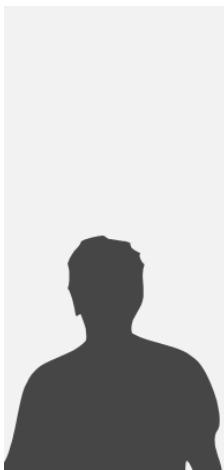
Producteur, chef d'entreprise



« ... c'est l'image du produit qui est trop peu connu, les gens ne savent comment on fait une huile d'olive, mais si on demande à un français qui habite à Bordeaux comment on fait du vin bah je ne dis pas qu'il saura mais je pense qu'il saura un minimum tel un bon français (rire) ! Mais est-ce que nous on sait comment se fait l'huile d'olive ? Non, moi je n'ai jamais su comment on fait de l'huile d'olive, franchement!... C'est qu'il y'a trop de zones d'ombre autour de l'huile d'olive, peut être aussi, proposé des sorties éducatives pour les écoles primaires, pour les enfants, pour se familiariser avec ce secteur qui encore une fois je le dis et je le répète fait partie du patrimoine immatériel algérien. »

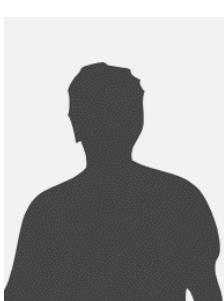
Expert marketing et communication

L'une des propositions des personnes ressources citées est la valorisation de cette image. La valorisation des produits agricoles s'impose comme une solution centrale qui peut vaincre un cercle vicieux de problématiques cumulées depuis des années sur cette filière. Un système de qualité des produits agricoles qui valorisent le patrimoine historique et identitaire de ce produit devrait fédérer l'ensemble de l'écosystème.



« ... Je ne sais pas si c'est par déformation professionnelle ou pas (rire) je pense que le produit existe, il est bon, il est apprécié ! Ce produit n'est pas encore aux normes européennes ou aux normes gustatives des européens ou occidentaux, même au-delà de ça je veux dire qu'il y'a un travail encore plus profond à faire dans la valorisation de la filière oléicole, et d'ailleurs ça ce que j'ai dit c'est valable pour toute filière et pour tout le pays et pour tous les secteurs ; nous ne savent pas valoriser nos produits et nos techniques au fait c'est que y'a tout un travail à faire, oui nous vivons dans un monde d'image, nous vivons dans un monde compétitif, ou ton simple produit aussi bon soit-il, aussi nutritif etc., risque de ne pas se vendre parce que nous n'avons pas jouer le jeu de la valorisation de ce produit là je pense que y'a un sérieux travail à faire dans la valorisation du produit de l'huile d'olive. »

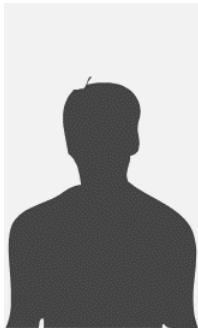
Expert marketing et communication



« La pratique de l'huile d'olive en Algérie devrait être aussi inscrite au patrimoine mondial immatériel de l'UNESCO, puisqu'il s'agit d'une pratique millénaire, après s'ils veulent le faire conjointement avec les espagnoles et les italiens, bienvenus à eux, mais je me battrai bec et ongle pour que ça fasse partie du patrimoine, et que cette pratique (qui) est millénaire encore une fois, comme d'ailleurs, d'autres pratiques. »

Le projet de jumelage P3A, mentionné sur l'état de l'art (paragraphe consacré à un état des lieux des projets de développement), porté sur la valorisation des certains produits agricoles dont la datte « Deglet Nour », la figue sèche de Béni Maouche, et la Sigoise comme olive de table de la région de Sig. Ce projet était précurseur à l'apparition d'un décret exécutif (n°13-260) publié au JO n°36/2013 relatif à la labélisation des produits agricoles sur la base de 4 références : appellation d'origine, indication géographique, agriculture biologique et les labels agricoles de qualité.

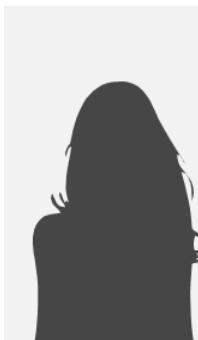
Les résultats de notre étude indiquent un manque de synergie entre les acteurs de la filière oléicole, un défi à relever au plus vite pour la réussite des différents projets du secteur.



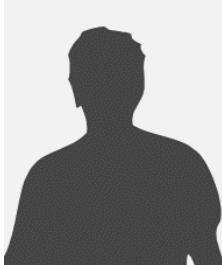
« ... En Algérie et en Kabylie, la culture de l'olivier garde encore cet aspect sauvage, ça veut dire même, c'est pour ça que son niveau de qualité du produit final est, il a quand même une valeur plus importante que les exploitations industrielles vu un peu partout dans le monde »

Producteur, chef d'entreprise

⇒ Levier : Introduire les prescripteurs et la pédagogie de la pratique :



« ...si on me demande d'intervenir ou d'en parler, de faire des recettes devant les gens pour leur expliquer que cette huile voilà à quoi elle peut servir, voilà le résultat qu'elle peut nous donner avec telle recette et cette autre ce qu'elle peut donner. Moi je peux le faire c'est-à-dire ma participation sera pédagogique avec de la pratique... »



« Je ne sais pas. Peut-être en commençant par acheter, goûter, les encourager si c'est bon, s'il y a quelque chose qui change on leur fait les remarques, on peut faire ça, on peut les aider en donnant notre avis, surtout qu'on travaille avec l'huile d'olive »



« Moi je pense à l'accompagnement par les pairs. J'ai vu par exemple le travail que faisait les conseillers sur terrain etc, je pense que les gens écoutent et les gens accepteraient en voyant finalement le résultat final, donc je pense que les choses peuvent changer mais ça prendra un peu de temps... »

Expert marketing et communication

⇒ Levier : Education du consommateur pour le développement du marché



« C'est d'abord éduquer le consommateur, par des campagnes publicitaires pour acheter que de l'huile de qualité. C'est-à-dire catégorie 1 et 2 et éventuellement 3, en achetant ces huiles on va obliger les producteurs à améliorer leurs itinéraires de récolte et de transformation ! »

Expert de la filière oléicole

⇒ Levier : Les prix



« Ah je ne sais pas, peut-être par rapport au prix, le marché peut se développer si les prix sont raisonnables je pense ! Si par exemple quelqu'un qui veut prendre deux bidons et ils les trouvent à 1 000 DZD c'est à dire un bidon de 5L c'est 5 000 DZD, il prendrait plus pour le même prix »

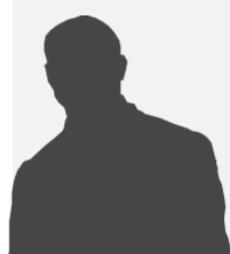
⇒ Levier : Stabiliser la qualité et normaliser les produits avec des marques commerciales et/ou territoriales

« Il faudrait bien sûr faire confiance c'est clair, quelqu'un qui nous ramène par exemple une huile étiquetée, on lui fait confiance, on ne peut pas ne pas lui faire confiance. Je prends l'exemple de Hamoud Boualem, c'est une limonade qui existe depuis des années ! On lui fait confiance... Par exemple j'achète une marque d'une farine et elle bonne, elle est blanche... deux mois après quand j'achète la même marque je la trouve noir, ou mon gâteau n'est pas réussi je commence à ne plus faire confiance. » dit une cheffe cuisinière
« Regarde il faut dire aux gens qui sont en charge d'abord prendre soins des oliviers, mettre des gens capables de prendre soins des oliviers quand on commence avec un bon produit il faut continuer avec ce produit machi lyoun (et non pas aujourd'hui) il est bien demain il n'est pas bien voilà comment on perd les clients, vous voyez aujourd'hui l'olive est bonne demain elle sera moins bonne, dans deux ans elle n'est pas bonne du tout. Donc le consommateur n'a plus confiance, il va se dire je vais acheter d'Espagne à la longue ! »

« Le consommateur dans 10ans, va dépendre de la production qui va être organiser ou pas ! Si la production est bien, si on prend soins des arbres, même le prix il va diminuer s'il y a la quantité par exemple d'olives reste la même machi (ce n'est pas) par exemple ils disent cette année les arbres ont brûlés il n'y a plus d'huile parce qu'il y a peu d'olive ! »

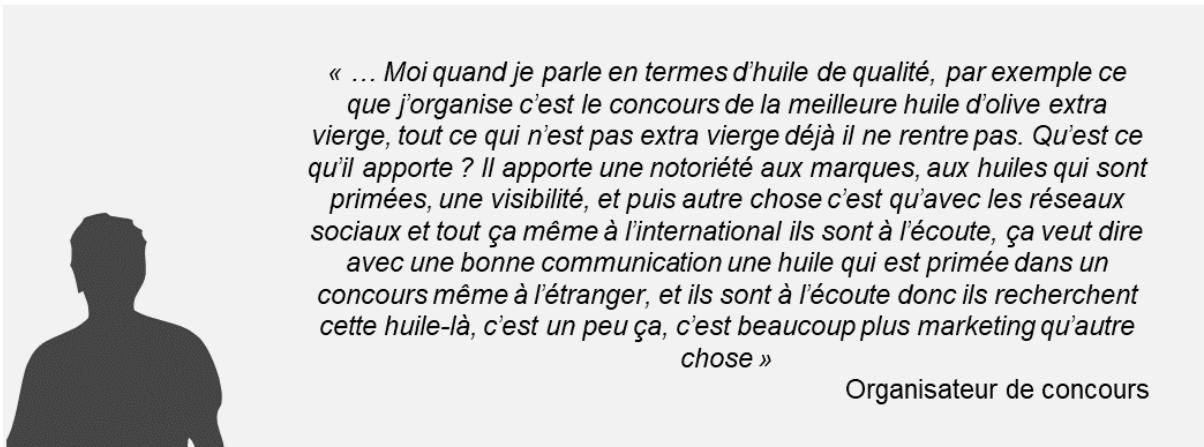
Cheffe cuisinière

⇒ Le rôle des concours des huiles d'olives dans le développement du marché de l'huile d'olive



« On a fait le premier concours pour les oléiculteurs, les oléifacteurs etc.. Effectivement ça permet de vulgariser la notion de qualité de l'huile »
« Il y a un programme qu'on appelle un programme d'intervention éducatif qu'il faut mettre en place. Vous devez d'abord choisir des agriculteurs ou des oléifacteurs qu'il faudrait aider et ensuite ces agriculteurs vont essaimer la bonne parole et l'expérience au niveau de chaque région. Il y a, aussi, des incitations financières pour produire de l'huile extra vierge, il aura 5 da par litre 5 dinars de plus par litre bon on peut le faire mais ce n'est pas durable »
« Il faut éduquer le palet des consommateurs, c'est la culture l'éducation, la multiplication des concours, des plats cuisinés, voilà, il faut vulgariser tout ça qui va permettre à la nouvelle génération d'apprécier, et puis de diffuser les valeurs biologiques de l'huile d'olive, pourquoi elle est intéressante pour les maladies cardiovasculaires etc. »

Expert de la filière oléicole



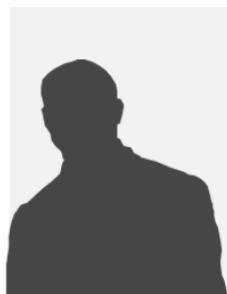
« ... Moi quand je parle en termes d'huile de qualité, par exemple ce que j'organise c'est le concours de la meilleure huile d'olive extra vierge, tout ce qui n'est pas extra vierge déjà il ne rentre pas. Qu'est ce qu'il apporte ? Il apporte une notoriété aux marques, aux huiles qui sont primées, une visibilité, et puis autre chose c'est qu'avec les réseaux sociaux et tout ça même à l'international ils sont à l'écoute, ça veut dire avec une bonne communication une huile qui est primée dans un concours même à l'étranger, et ils sont à l'écoute donc ils recherchent cette huile-là, c'est un peu ça, c'est beaucoup plus marketing qu'autre chose »

Organisateur de concours

III.2. Les leviers de développement sur le marché de l'export

- **L'export : un marché timide**

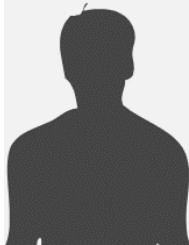
Nous notons que l'huile d'olive « algérienne » souffre d'un déficit d'image sur le marché international. L'évolution des exportations algériennes de l'huile d'olive ces dernières années témoignent de la faiblesse de cette filière, où les tentatives d'exportation sont essentiellement destinées à la diaspora algérienne. Cette huile présente un positionnement « produit ethnique » et elle est fortement plébiscité par la communauté algérienne.



« ... Même à l'exportation aujourd'hui, on ne peut pas en parler. Ces mots-là ont une valeur ! quand on parle d'exportation, ça veut dire qu'il y a une organisation derrière pour exporter. Or, actuellement, moi j'appelle ça des exportations de conjoncture, c'est-à-dire qu'il y a quelqu'un qui décide, il trouve 10 tonnes aujourd'hui, il exporte, et c'est fort possible que les 2 à 3 prochaines années il n'exporte rien... »

Expert de la filière oléicole

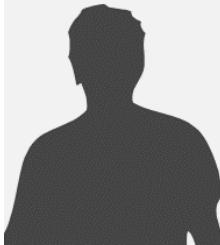
L'Algérie peut reprendre progressivement sa place d'antan. En effet, lever les contraintes identifiées et appuyer les opportunités est un levier pour la relance de cette filière.



« ... l'exportation est la substitution à l'importation », et si on veut aller là, il y a deux éléments qui sont fondamentaux : 1/ Il faut qu'il y ait d'abord la réduction du pouvoir de l'informel et 2/ Il faut mettre en place et développer tout le segment des laboratoires d'analyse en Algérie. Parce que sans la connaissance exacte de la qualité, demain on risque même d'être dans l'incapacité de vendre sur le marché local... » explique un expert oléicole
« ... il y a un marché plus important à l'extérieur pour les huiles de très bonne qualité, notamment les huiles d'olives biologique et puis les huiles de terroir. Nous avons des huiles très intéressantes... »

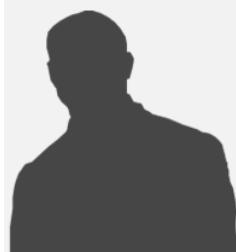
« Si vous suivez un peu l'actualité au niveau nationale, vous allez vous apercevoir qu'au niveau de la filière oléicole, c'est la bagarre actuellement en termes de personnes qui veulent exporter mais qui ne trouvent pas les canaux nécessaires. En fait ce n'est pas l'exportation elle-même qui pose problème, il y a des problèmes pour les analyses, pour les accréditations des laboratoires, y a nécessité de faire les analyses ailleurs qu'en Algérie pour avoir des analyses de laboratoires agréés.... Enfin depuis deux ans, que le conseil avec l'institut, nous avons pu avoir l'agrément par le conseil oléicole pour un laboratoire d'analyse physico-chimique, qui est un laboratoire d'analyse sensorielle, le laboratoire à Bejaia et le laboratoire d'analyses sensorielles de ITAFV ici à Alger. Et paradoxalement, et c'est dommage, ces laboratoires sont agréés à l'international et n'ont pas d'accréditation nationale, c'est un non-sens ! »

Producteur, chef d'entreprise



« ...Aujourd'hui, il y a même un pays comme la Grèce qui a du mal à exporter son huile, alors qu'à un moment donné c'étaient les grecques qui exportaient, ce n'était ni les italiens ni les espagnols. Il y a une guerre effectivement qui se passe, mais on a des passages, on a des possibilités, je pense qu'il est fondamental pour l'Algérie aujourd'hui de regarder au Sud. Il y a une possibilité de consommation d'huile d'olive en Afrique. Personnellement, si je dois penser en termes d'exportation d'huile d'olive de qualité ou de quantité, je préfère aller vers l'Afrique que d'aller vers l'Europe, il y a le marché oriental, il y a le marché chinois, le marché indien, nous avons de très bonnes relations avec ces pays, nous avons le marché russe, je pense qu'on a énormément de possibilités avec les russes... »

- **Quel pourrait être le rôle de la diaspora dans le développement de la commercialisation de l'huile d'olive ?**



« ... Un rôle très important ! parce que la diaspora algérienne est un peu partout, et elle est dans des pays où les niveaux de revenus sont très élevés, donc elle peut y placer des produits de qualité... Nous avons des relais partout, à la condition que nous aussi on soit en mesure de répondre à leurs demandes, on ne va pas leur demander de vendre nos mauvais produits. »

Expert de la filière oléicole