

## Opportunités générales et potentiel pour les dattes algériennes en Europe

La datte étant un aliment naturel apprécié pour son goût et considéré comme sain, dont la production est soutenable, rattachée à une histoire et des traditions n'est plus consommée que par les populations musulmanes et ont fait leur apparition dans tous les segments de la distribution en Europe. La diversification des marchés s'accompagne d'une diversification des gammes et des variétés. Afin de satisfaire une clientèle « éduquée », habituée à consommer des dattes, plus exigeante sur la qualité, et curieuse de connaître d'autres variétés, les dattes premium et de variétés nouvelles ont percé dans les segments de qualité supérieurs ainsi que bio. Selon la FAO, entre 2010 et 2018, les importations européennes de dattes ont crû de 60% en volume, passant de 98 064 tonnes à 165 618 tonnes (FAOSTAT).

### Tendances du marché de l'alimentation et potentiel pour le marché des dattes



#### ALIMENTATION SANTÉ

L'alimentation ne répond plus exclusivement à la nécessité de se nourrir, mais elle est de plus en plus un facteur essentiel pour le maintien d'une bonne santé, voir une façon de prévenir les maladies.

Les dattes sont un produit naturel, non synthétique, haut en fibre idéal pour les consommateurs qui cherchent à avoir un régime sain et à éviter les sucres raffinés. Les dattes sont une alternative santé aux collations classiques et aux friandises. L'essor important de la consommation des *snacks* stimule les ventes de dattes. La méfiance envers les additifs, à l'ère du *clean label*, est un aussi avantage pour la datte algérienne qui est présentée nature et sans additifs.

En tant qu'ingrédient, la datte a fait son entrée dans les préparations alimentaires exigeant plus d'ingrédients naturels et moins de produits synthétiques et transformés. Les étalages de la distribution présentent des ingrédients de dattes, et des dérivés de datte dans des boissons, des pâtisseries, des préparations pour bébés, des sauces et aliments préparés. Les produits de datte comme substituts aux édulcorants chimiques ou au sucre, sont appelés à connaître une croissance significative.

#### LES ALIMENTS QUI ONT UNE HISTOIRE

Les consommateurs européens sont curieux de nouveaux produits « racontant une histoire » et rattachés à des traditions. L'essor des cuisines « ethniques » en Europe témoigne de cette tendance, dont la consommation des dattes en Europe bénéficie. Les enseignes de la distribution et les manufacturiers cherchent à diversifier leur offre et inclure ces nouveaux produits dans leur assortiment et préparations. La commercialisation des nouvelles variétés inconnues sur les marchés, a le potentiel d'être encouragé par cette tendance, si les efforts substantiels nécessaires de marketing et promotion sont consentis.

#### LA SOUTENABILITÉ

La protection de l'environnement, le respect des cultures et des traditions, l'authenticité des produits, sont des valeurs qui influencent les choix de consommation en Europe. L'industrie alimentaire cherche donc à inclure la soutenabilité dans les critères d'approvisionnement. La production de dattes est considérée comme soutenable et bénéfique pour l'environnement en freinant la désertification, ne requérant pas de procédés polluants, et soutenant l'économie des communautés. L'Algérie a l'avantage par rapport à plusieurs de ses concurrents de la proximité des marchés, à l'heure où les consommateurs recherchent les circuits courts d'approvisionnement.

#### L'ESSOR DES MARQUES PRIVÉES

Une part importante des produits alimentaires sont vendus en Europe sous les marques des distributeurs et des détaillants. La plupart des marques privées en Europe incluent des dattes ou produits de dattes dans leur assortiment, autant dans les segments bas prix que les segments premiums et bio. En vendant des dattes sous leur marque, les distributeurs et détaillants cautionnent le produit et contribuent à en généraliser la consommation.

Ce marché offre un fort potentiel pour les exportateurs prêts à investir dans les certifications et les capacités de conditionnement, et ainsi concurrencer les manufacturiers européens.

### LA CROISSANCE IMPORTANTE DU BIO

Les tendances en Europe qui stimulent la consommation des dattes sont liées à celles qui soutiennent la croissance des parts de marché des produits biologiques. Le potentiel pour les dattes biologiques en Europe est très significatif et est encore aujourd'hui peu exploité par l'Algérie qui ne compte que quelques producteurs bio. La démocratisation du bio devrait accentuer la préférence pour les dattes certifiées bio. La production de dattes en Algérie qui utilise traditionnellement des méthodes et procédés près des critères bio, devrait faciliter les démarches afin d'obtenir les certifications et ouvrir de nouveaux marchés pour la filière algérienne. Les certifications Demeter ou Fair Trade peuvent représenter un atout supplémentaire.

### DIFFÉRENTS ATOUTS DE L'ALGÉRIE

- + L'Algérie est le premier producteur de la variété Deglet Nour qui est la plus commercialisée en Europe. Une augmentation des capacités et de l'expertise en conditionnement, un plus haut niveau de certification, une plus grande part de production bio, et l'amélioration des circuits logistiques, devraient renforcer le positionnement de l'Algérie comme alternative aux produits tunisiens.
- + La production algérienne de dattes, de différentes variétés et de différentes qualités, offre le potentiel de positionner des dattes algériennes dans toutes les gammes : par ex. les segments de prix inférieurs, le segment ethnique ou le secteur des ingrédients pour la transformation. La datte Deglet Nour de Tolga peut viser le segment haut de gamme, voire éventuellement côtoyer les dattes Medjoul dans le circuit des dattes fraîches. L'atteinte de ces objectifs demande le développement de nouvelles solutions logistiques et un plus haut niveau de certification.
- + La proximité des marchés européens est un avantage potentiel important qui peut permettre de concurrencer les pays exportateurs d'Asie et du Moyen-Orient.
- + La présence d'une forte diaspora algérienne dans plusieurs pays européens et la maîtrise de la langue française est un avantage pour développer de nouveaux circuits commerciaux.
- + L'Algérie étant peu présente sur certains marchés comme le Royaume-Uni, la Suisse, l'Autriche ou les Pays-Bas, qui sont d'importants importateurs européens de dattes, dispose d'un potentiel significatif pour l'augmentation en volume et en valeurs de ses exportations européennes de dattes.

## Potentiel de diversification des marchés en Europe

L'examen des statistiques commerciales fournies par Trademap, démontre un fort potentiel de croissance en valeur et en quantité des exportations algériennes de dattes.

- + En 2019, l'Algérie était le second fournisseur de l'UE derrière la Tunisie avec 25 844 tonnes pour une valeur totale exportée de 49,72 millions de dollars. Les exportations algériennes étaient fortement dépendantes des importations françaises qui représentaient en 2019, 36% du volume et 33% de la valeur totale des exportations algériennes.
- + L'Allemagne était le second marché en 2019 pour les dattes algériennes. La part de marché de l'Algérie était cependant de 8,7% comparativement à 46,9% pour la Tunisie. La valeur à l'unité moyenne des exportations algériennes était de 2114 dollars contre 3028 dollars pour la Tunisie.
- + La part de marché des dattes exportées d'Algérie était de 9,6% pour la Belgique, 2,9% pour la Suisse. Les importations en provenance de l'Algérie étaient presque nulles dans le cas des Pays-Bas, de l'Autriche et du Royaume-Uni.

Funded by

Implemented by