



# ETUDE DE SITUATION DE REFERENCE DANS L'OLEICULTURE, POLE SOUMMAM

## Oléifacteurs



Mai 2021

# Objectifs

## Objectif Global :

Mesurer l'efficacité et plus spécifiquement l'impact du PASA au cours de sa mise en œuvre.

## Objectif spécifique de l'étude

Cette étude a pour vocation de décrire, de manière quantitative et qualitative, les niveaux des oléifacteurs sur les trois wilayas d'intervention (Béjaïa, Bouira, Tizi Ouzou), en termes de :

- ✓ Compétences et savoir-faire
- ✓ Connaissances et informations
- ✓ Performances et qualité de production



# Méthodologie



La collecte sera menée par CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing) mode d'administration d'un questionnaire en face à face à l'aide d'une tablette, avec possibilité de réaliser des extractions (complète et / ou partielle) d'une manière continue tout au long de l'avancement de la collecte. Et ce, pour des besoins de suivi des quotas et l'atteinte des objectifs,



**Echantillon : 90** Oléifacteurs



Le terrain s'est déroulé entre le 08 Avril et le 9 Mai 2021  
La durée moyenne de l'entretien est de 22 minutes

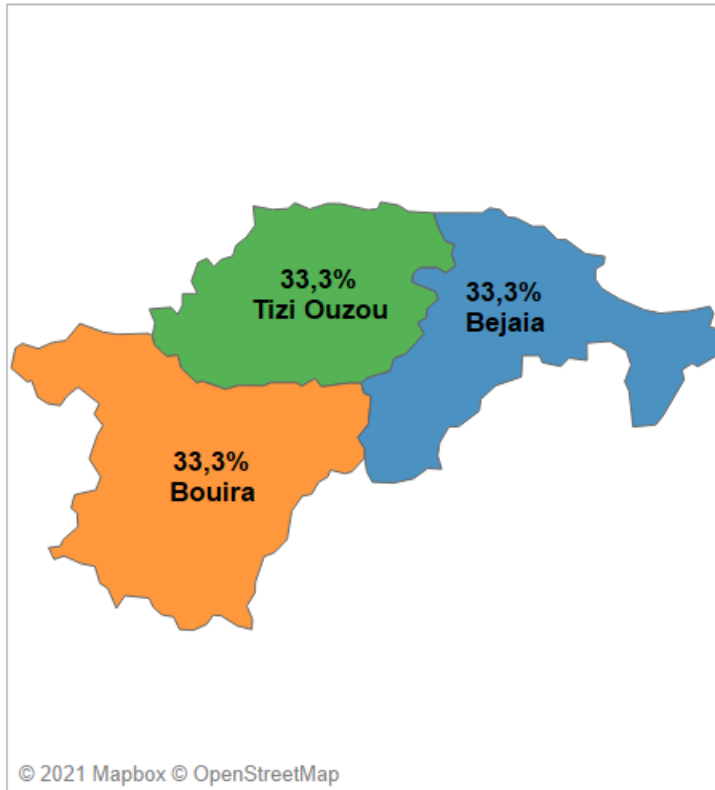
# Profil

Echantillon global

90 huileries



## Wilaya



## Situation matrimoniale

Célibataire	16,7%
Marié(e) avec enfants majeurs (+ de 18 ans)	23,3%
Marié(e) avec enfants mineurs (- de 18 ans)	41,1%
Marié(e) avec enfants mineurs et majeurs	8,9%
Marié(e) sans enfant	10,0%

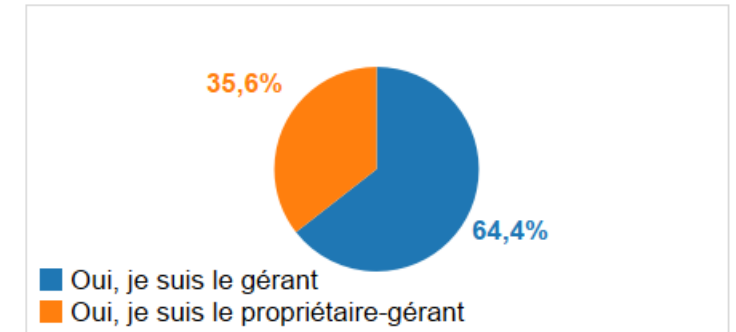
## Tranche d'âge

18 à 29 ans	5,6%
30 à 44 ans	44,4%
45 ans et plus	50,0%

## Revenu mensuel du Foyer

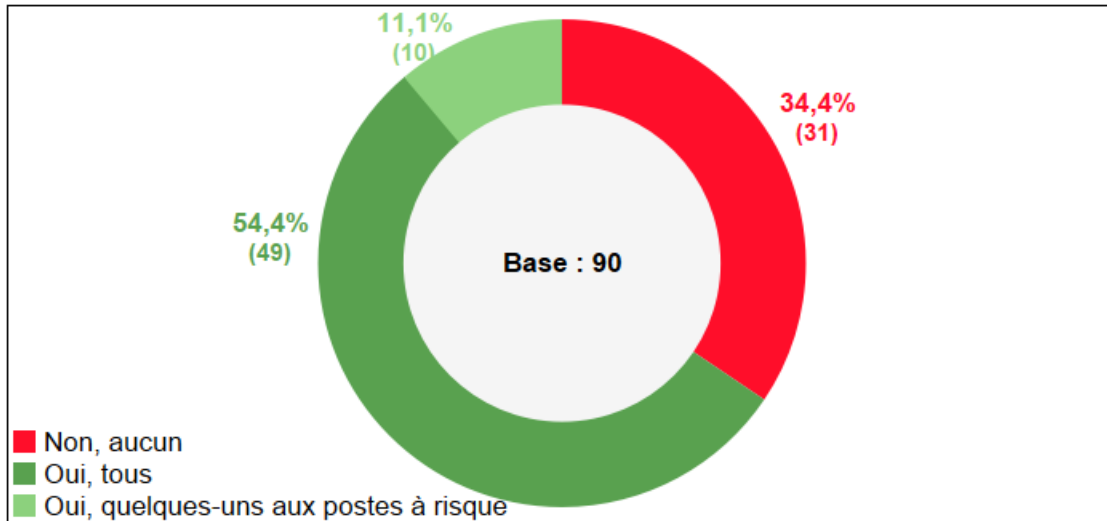
36 000 DA ou moins	31,1%
Entre 36 001 et 50 000 DA	16,7%
Entre 50 001 et 72 000 DA	32,2%
Entre 72 001 et 90 000 DA	10,0%
Entre 90 001 et 120 000 DA	8,9%
Plus de 120 000 DA	1,1%

## Gérant / Propriétaire

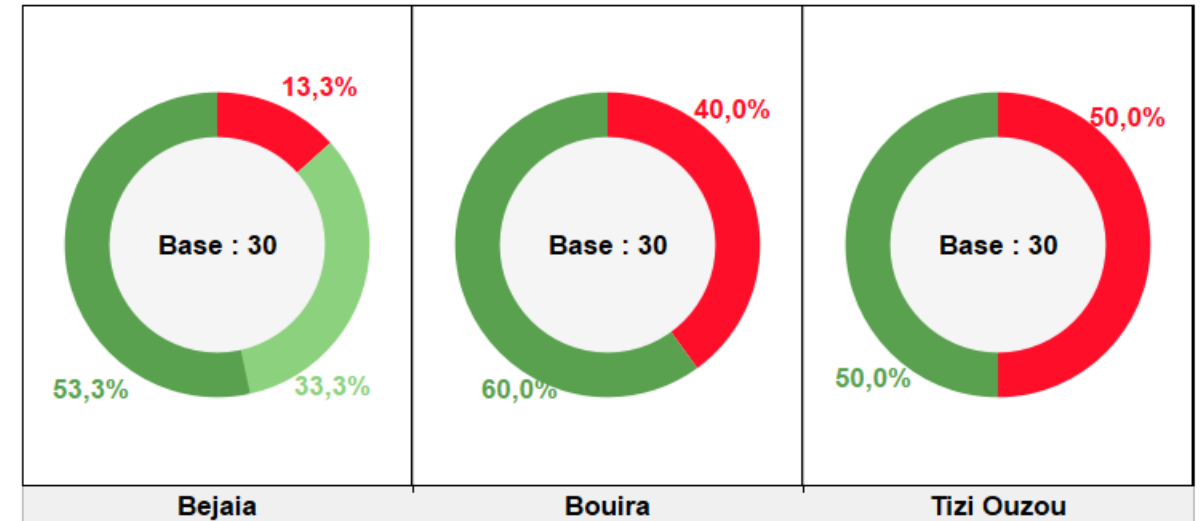


# Equipements de protection

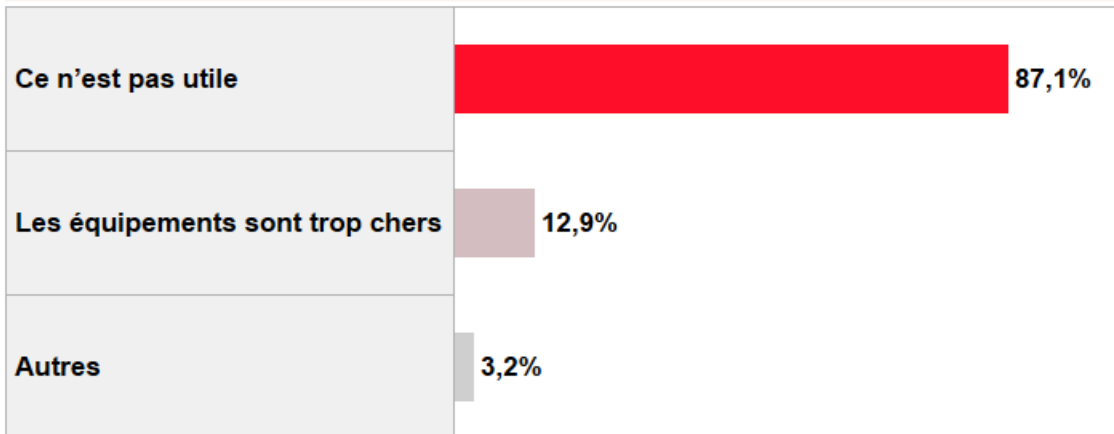
## Port d'équipement individuel de protection



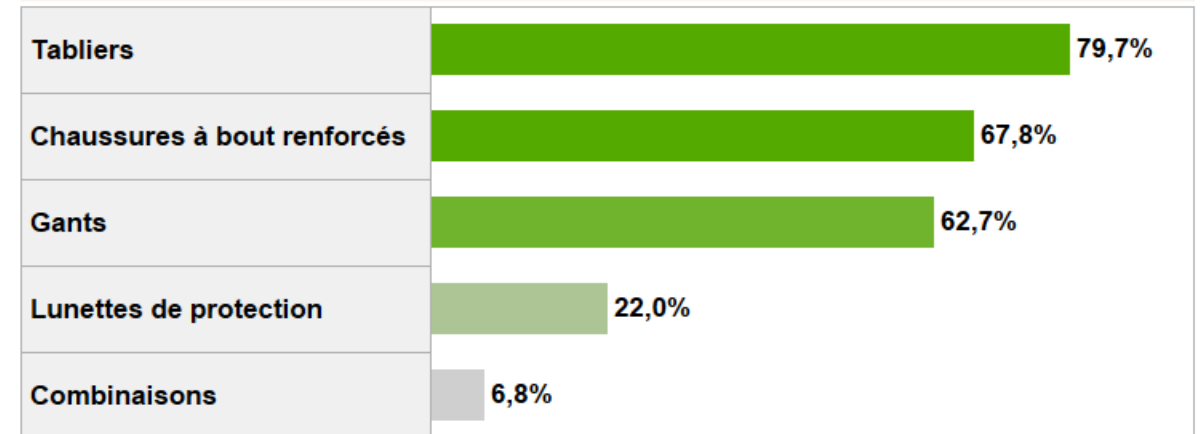
## Croisement par wilaya



## Raison de non port d'équipement de protection (Base : 31)

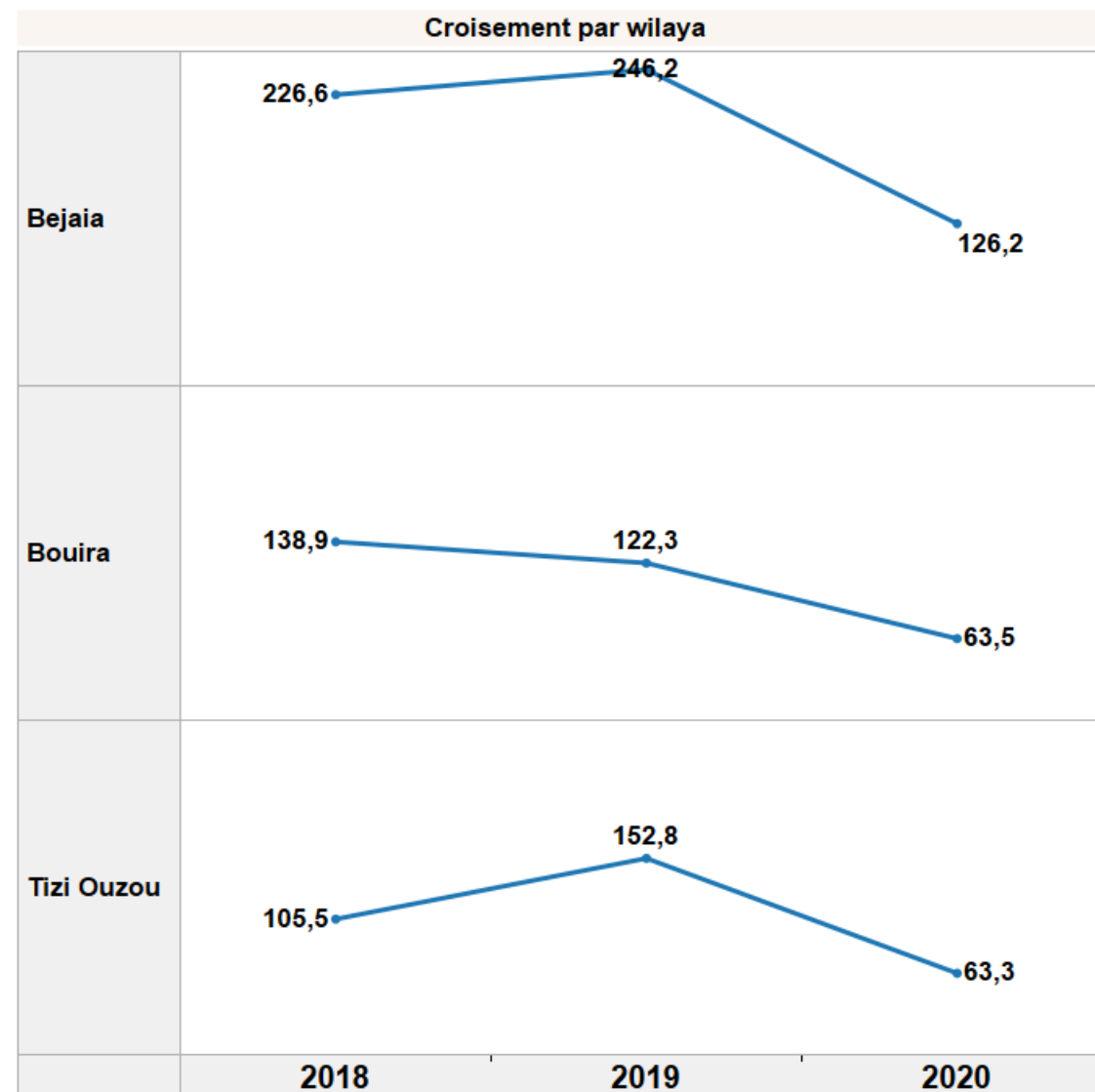
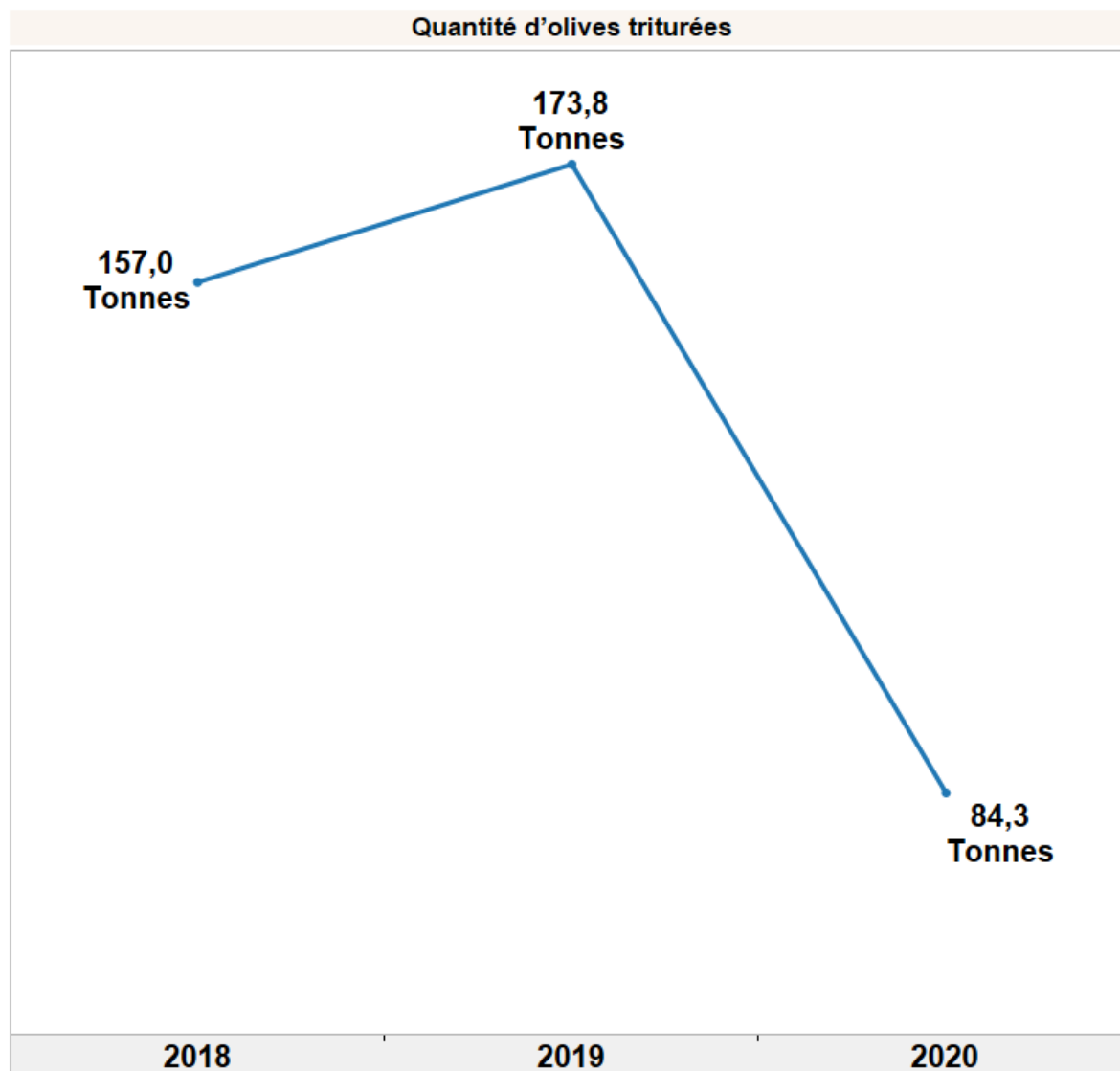


## Types d'équipements portés (Base : 59)



# Trituration des olives

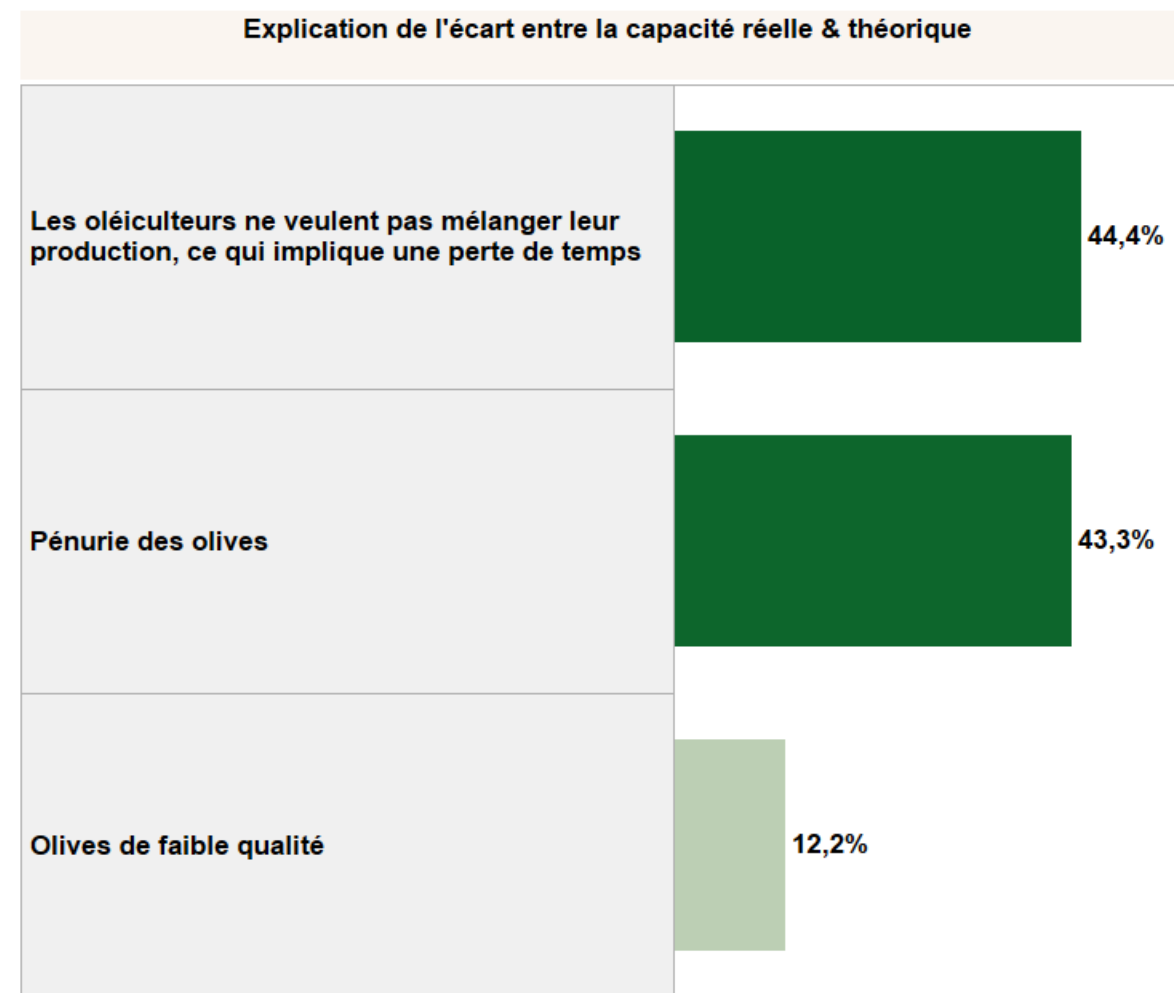
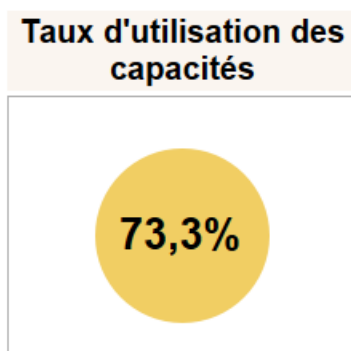
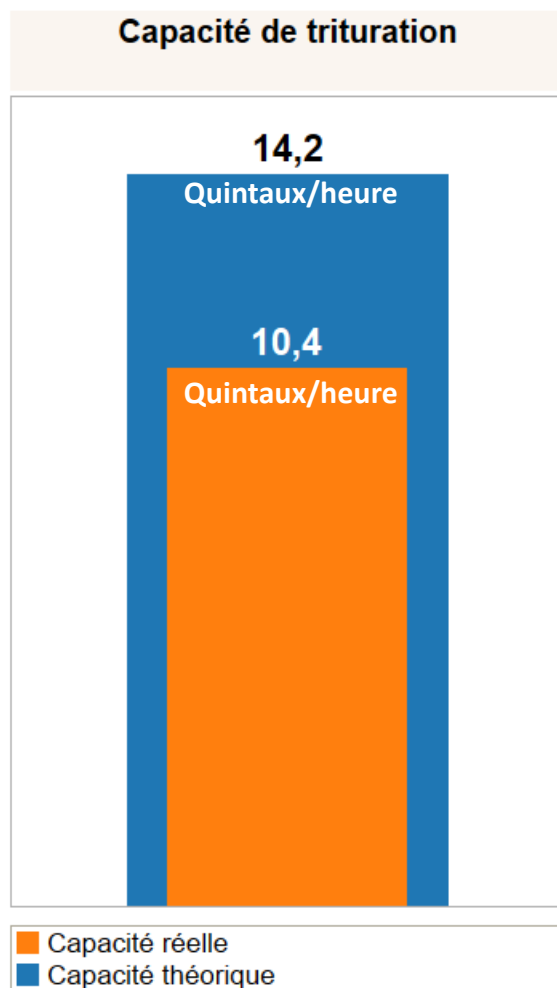
La quantité d'olives triturée a nettement baissé en 2020 dans toutes les wilayas.



# Capacité de trituration

Les huileries tournent à 73% de leurs capacité maximale.

Le manque d'olives et la séparation des productions des oléiculteurs expliquent ce taux d'utilisation.



# Rétribution de la prestation des moulins

Les huileries prennent en moyenne 11,6% par 100 litres d'huile produite (1/8). En dinars la moyenne est de 730 DA pour 100 Kg d'olives triturées.  
Les huileries fonctionnent en moyenne 12 heures par jour. Celles de Béjaia tournent en moyenne 17h/24h.

Rétribution de la prestation du moulin  
(88)

Paieement en dinars (DA/Q)	731,4
Un pourcentage de l'huile produite (%) /100 L	11,6

Temps d'activité



12,3 heures

Rétribution de la prestation du moulin par wilaya

Bejaia (28)	Bouira (30)	Tizi Ouzou (30)
725,0	685,0	783,9
13,3	11,9	10,3

Temps d'activité par wilaya

Bejaia	Bouira	Tizi Ouzou
17,3	9,7	10,1

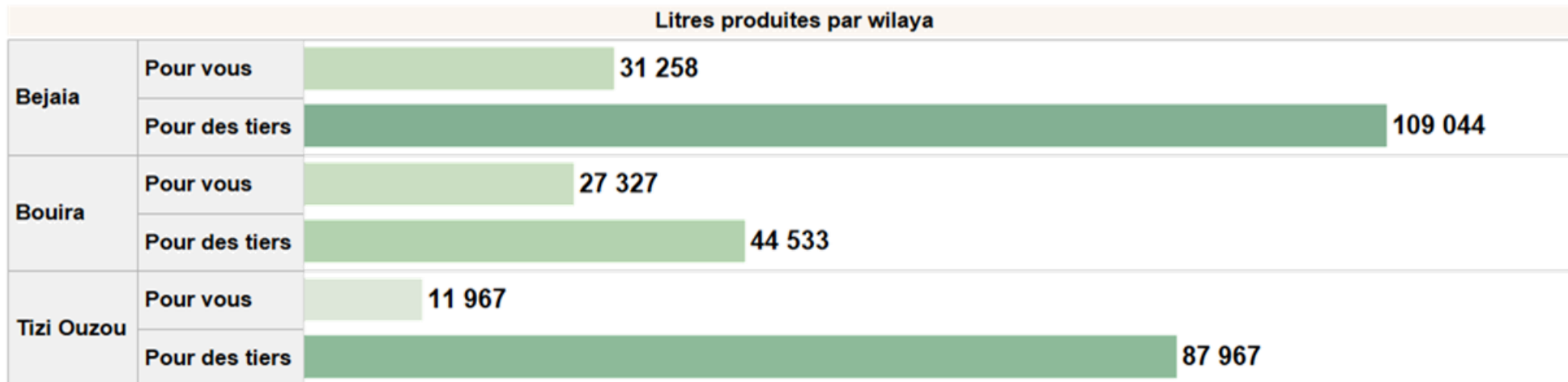
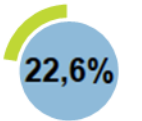


# Quantités d'huiles produites

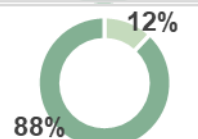
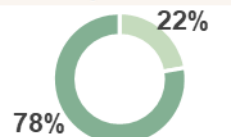
Les oléifacteurs ne produisent que 23% de l'huile pour eux (77% est produite pour des tiers).  
A Bouira, cette proportion s'élève à 38% alors qu'à Tizi Ouzou elle baisse à 12%.



Taux de production



Taux de production

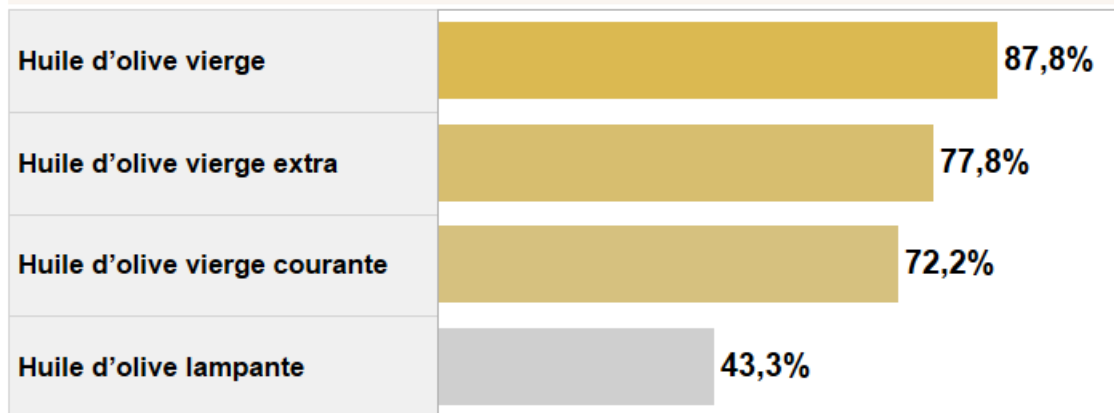


# Types d'huiles d'olives

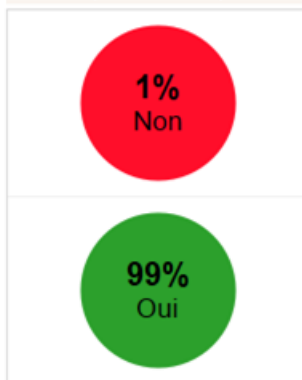
La connaissance des types de huiles diffère d'une wilaya à une autre.

L'huile est qualifiée de douce partout hormis à Tizi Ouzou où la légèreté du goût est au même niveau de la douceur. À Bejaia, l'amertume et le piquant sont aussi cités à des scores dépassant 50%.

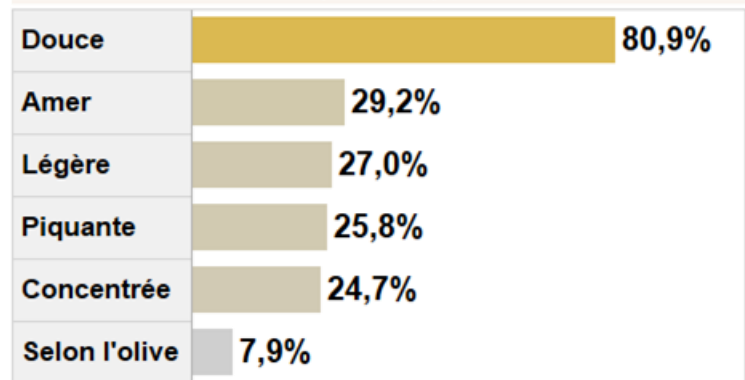
## Les huiles connues



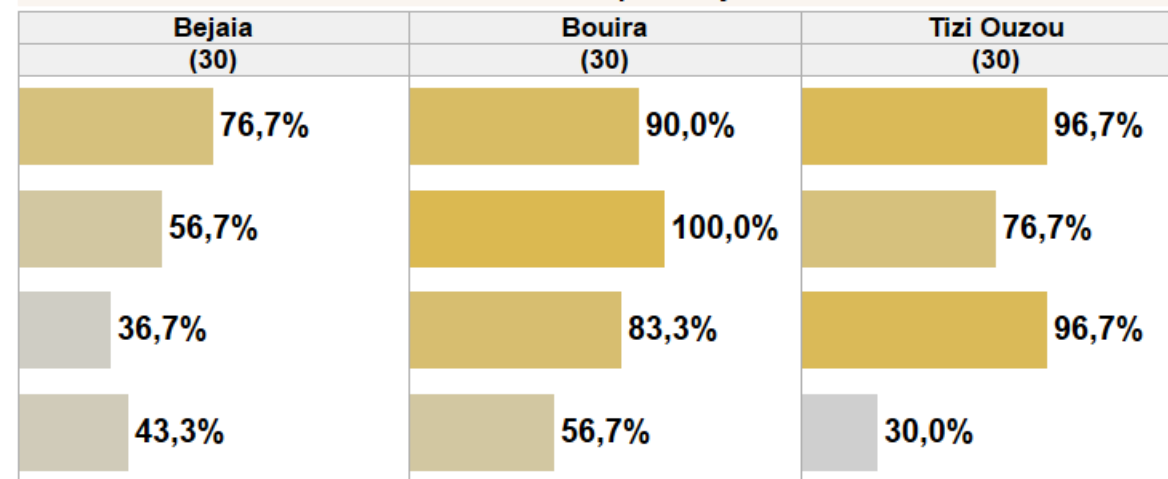
## Goûter l'huile (Base : 90)



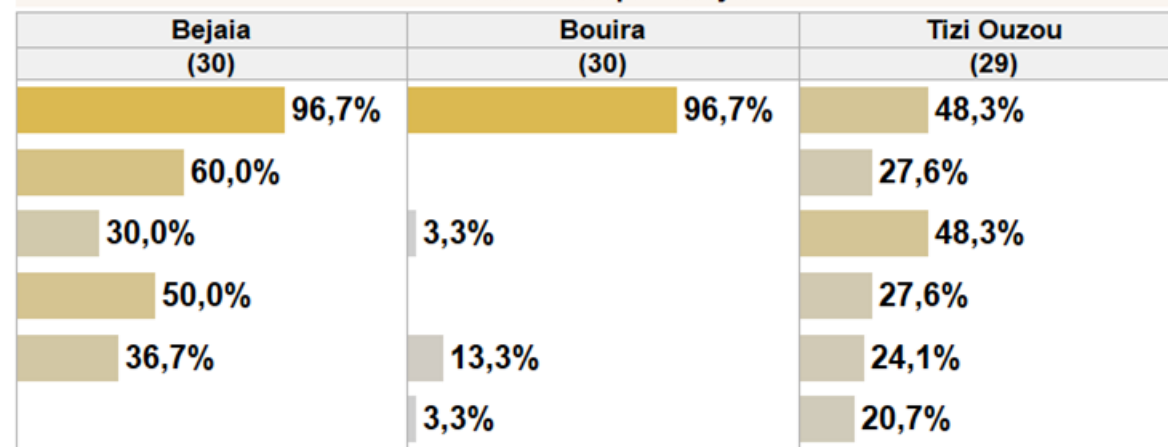
## Comment qualifier l'huile (Base:89)



## Croisement par wilaya

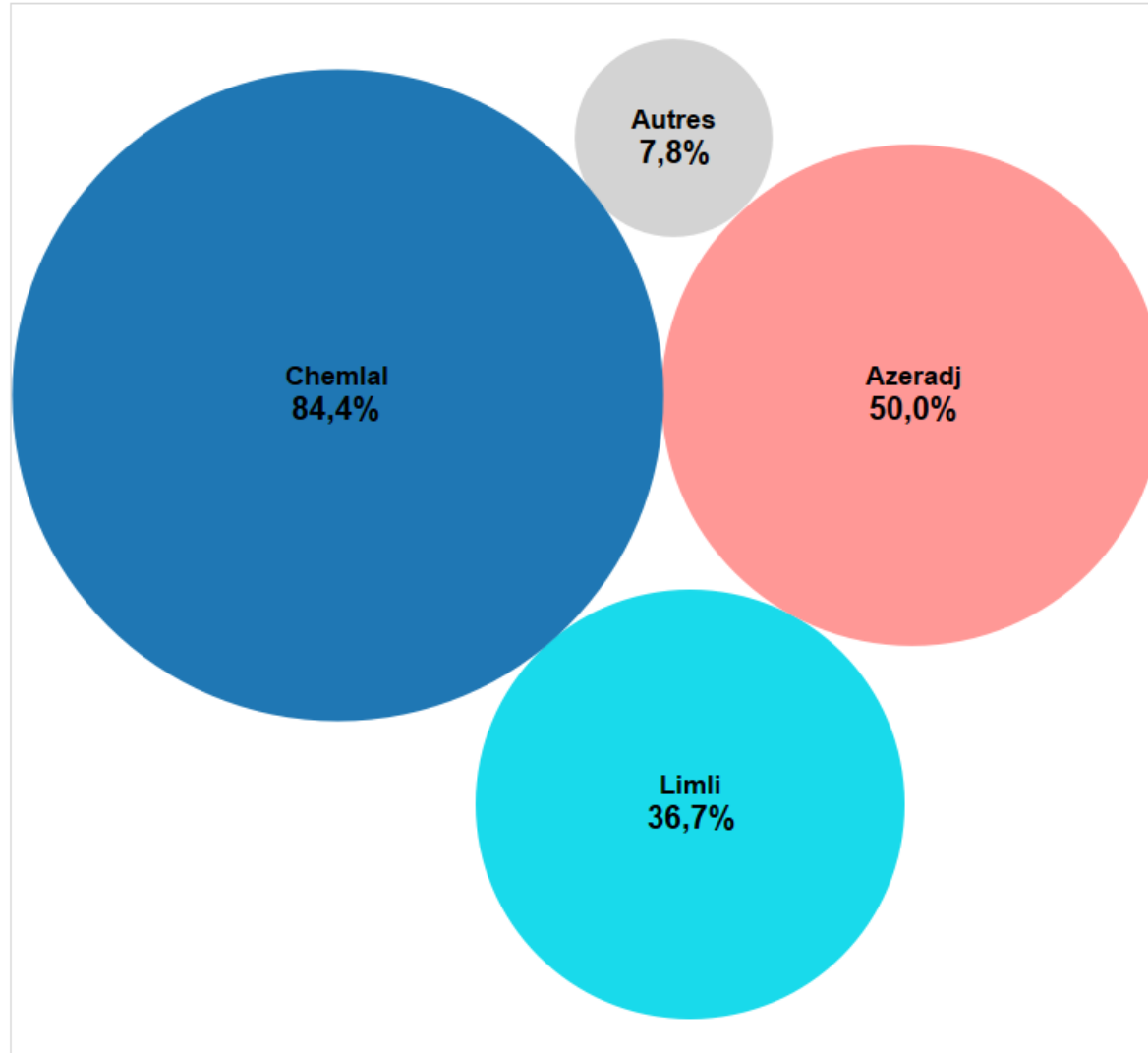


## Croisement par wilaya



# Variétés d'olives et leurs provenances

Variétés d'olives



Variétés d'olives par wilaya

	Bejaia	Bouira	Tizi Ouzou
	(30)	(30)	(30)
Azeradj	83,3%	23,3%	43,3%
Chemlal	73,3%	100,0%	80,0%
Limli	80,0%	10,0%	20,0%
Autres			23,3%

Provenance d'olives

J'achète les olives aux oléiculteurs de la région de Kabylie	60,0%
Je produis mes olives	56,7%
Je triture pour d'autres oléiculteurs (prestation de trituration)	48,9%
J'achète les olives sur pieds	48,9%
J'achète les olives aux oléiculteurs des régions hors Kabylie	26,7%

# Maturité des olives réceptionnées

Maturité des olives réceptionnées			
 <p><b>5,6%</b> Olives vertes</p>	 <p><b>8,9%</b> Olives violette</p>	 <p><b>15,6%</b> Olives vertes qui tirent sur le violet</p>	 <p><b>70,0%</b> Olives noires</p>

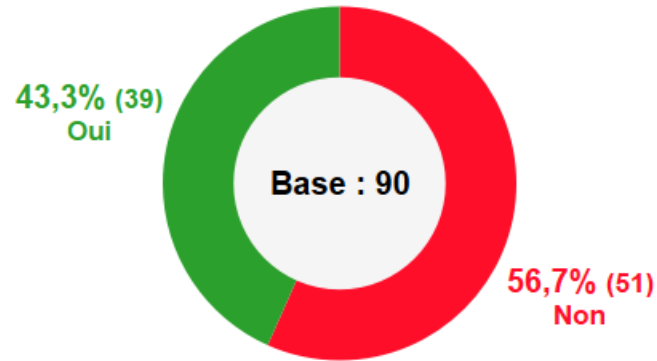
Maturité des olives réceptionnées par wilaya				
Bejaia	(30)	<b>3,3%</b>	<b>6,7%</b>	<b>23,3%</b>
Bouira	(30)	<b>3,3%</b>	<b>10,0%</b>	<b>13,3%</b>
Tizi Ouzou	(30)	<b>10,0%</b>	<b>10,0%</b>	<b>10,0%</b>

# Trituration des olives abîmées

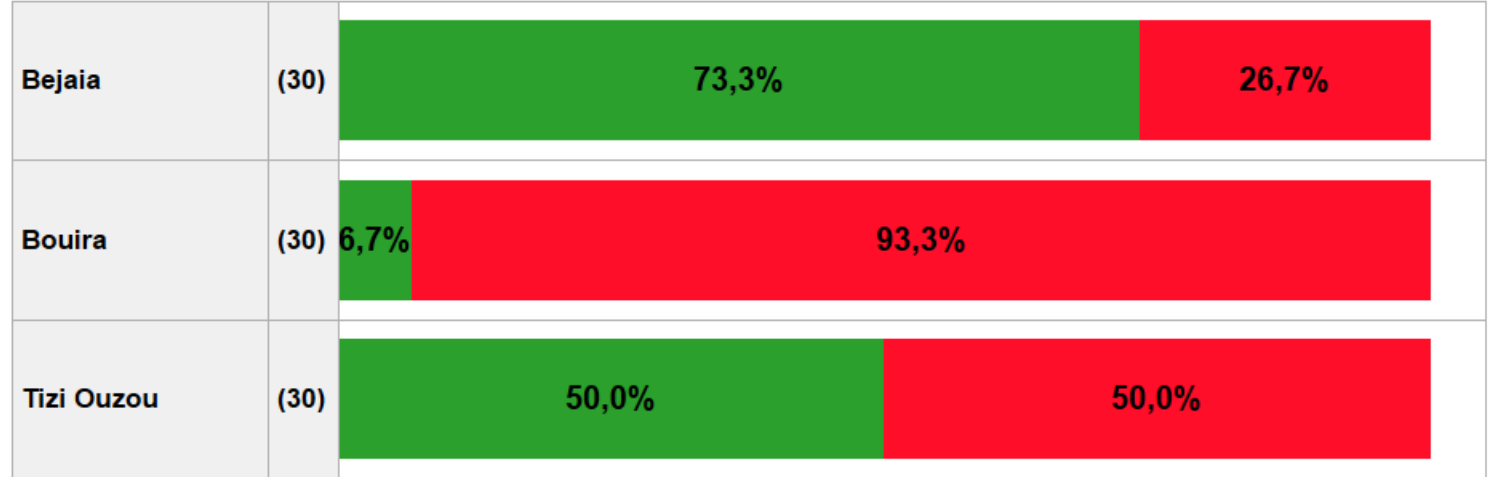
57% des olives abîmées ne sont pas triturées.

A Bejaia, ces dernières sont triturées à 73%, contre 7% à Bouira.

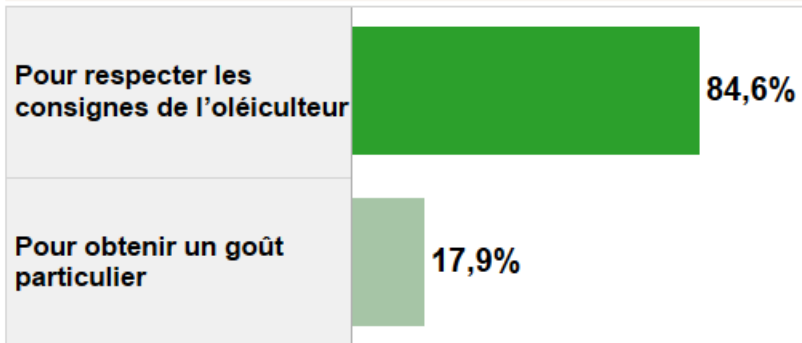
Trituration des olives abîmées



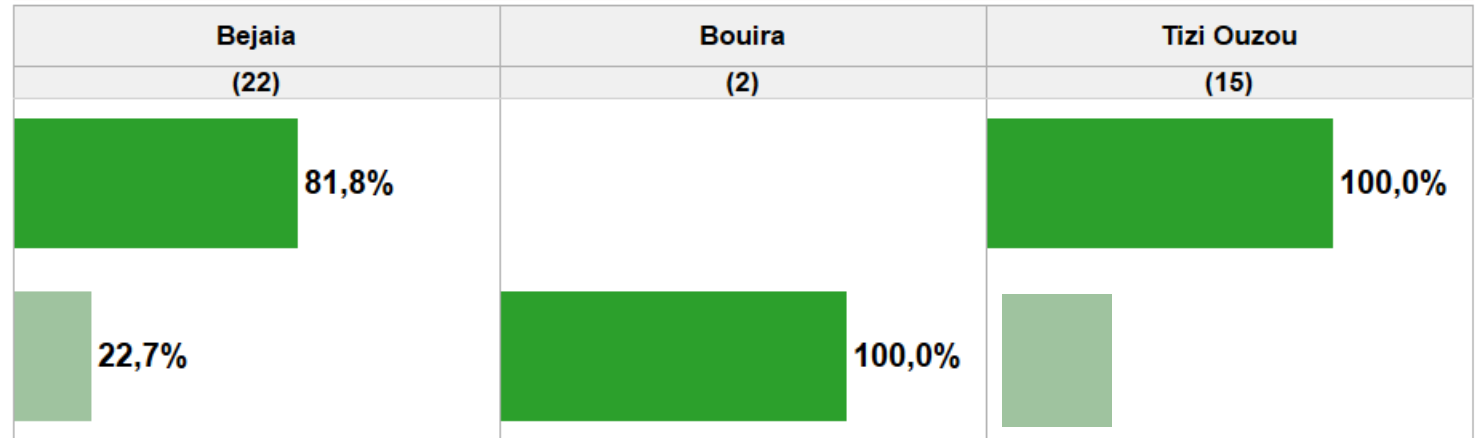
Croisement par wilaya



Pourquoi triturer des olives abîmées  
(39)

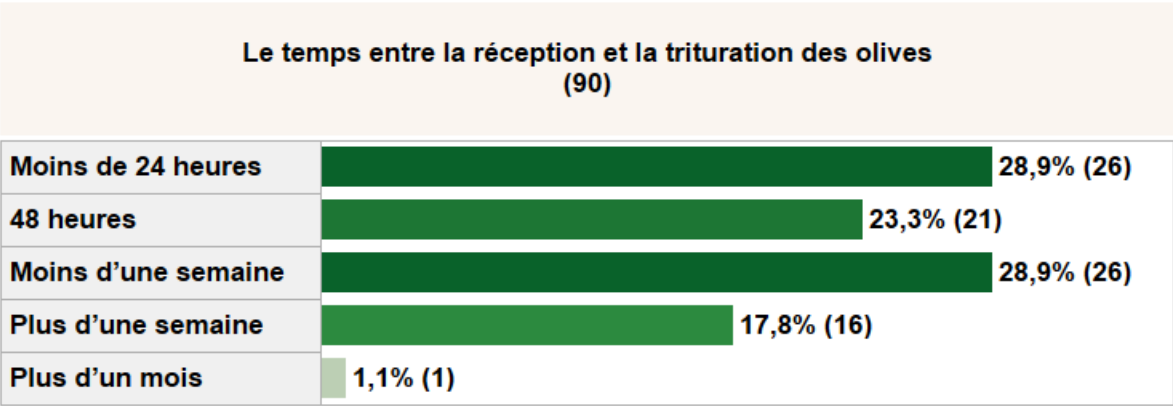


Croisement par wilaya



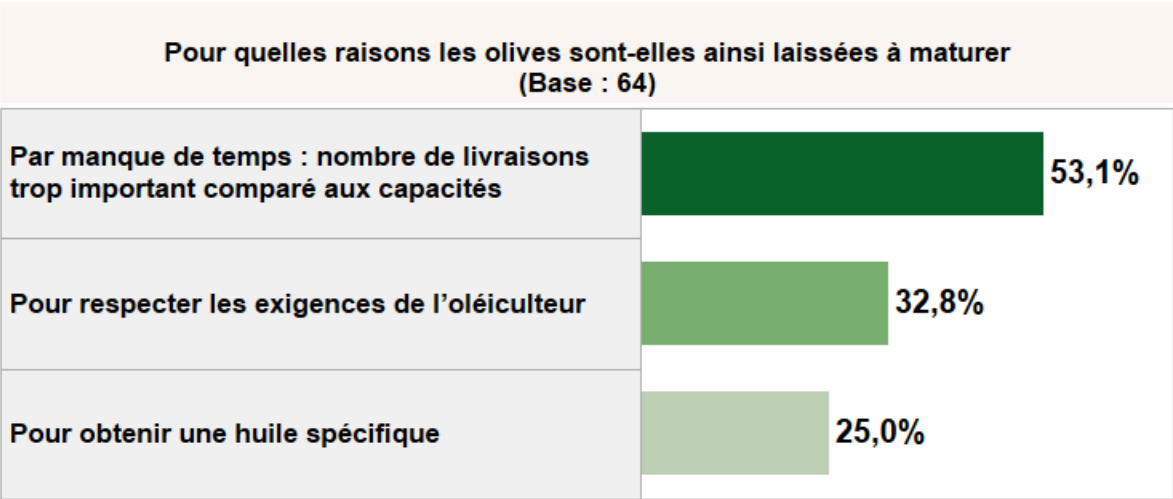
# Réception et trituration des olives

À Bouira, la trituration est faite à 60% en moins de 24h. À Bejaia 60% déclarent triturer les olives à moins d'une semaine. Quant à Tizi Ouzou, nous notons une plus grande variabilité du temps.



**Croisement par wilaya**

Bejaia (30)	Bouira (30)	Tizi Ouzou (30)
6,7%	60,0%	20,0%
10,0%	33,3%	26,7%
60,0%	3,3%	23,3%
20,0%	3,3%	30,0%
3,3%		



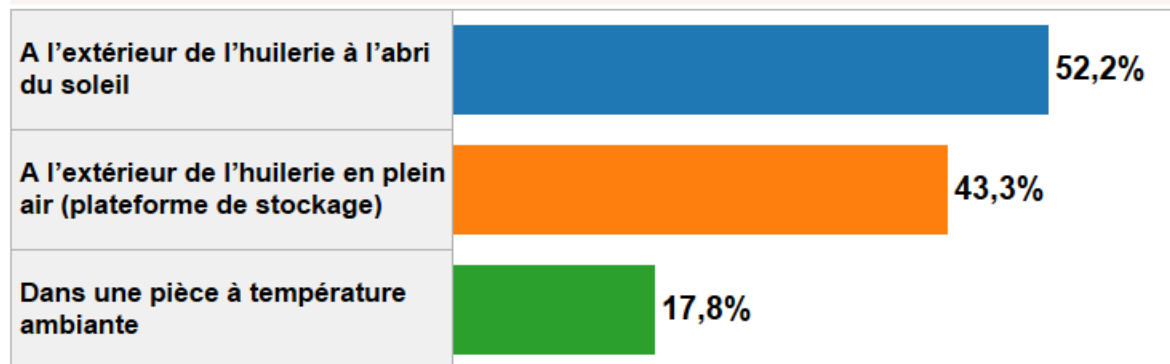
**Croisement par wilaya**

Bejaia (28)	Bouira (12)	Tizi Ouzou (24)
46,4%	8,3%	83,3%
32,1%	41,7%	8,3%
42,9%	50,0%	12,5%

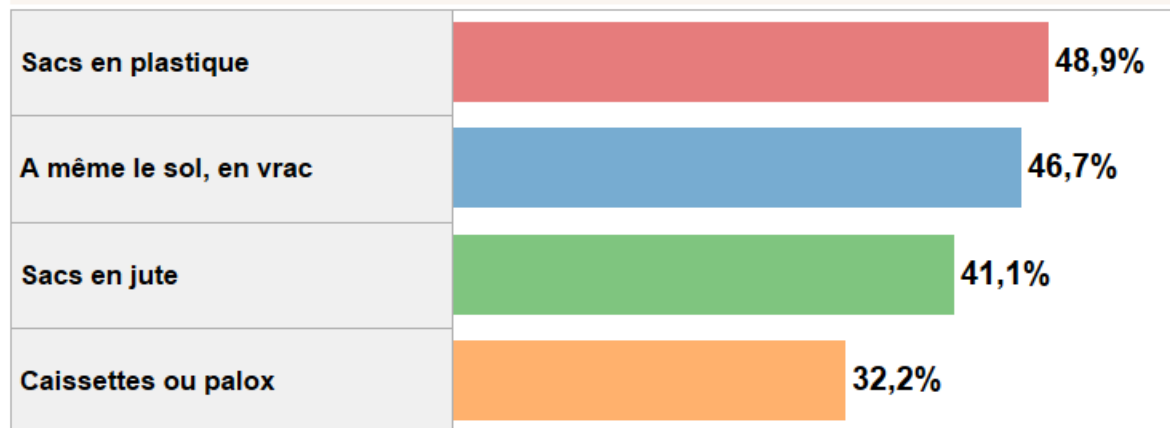
# Stockage des olives

T

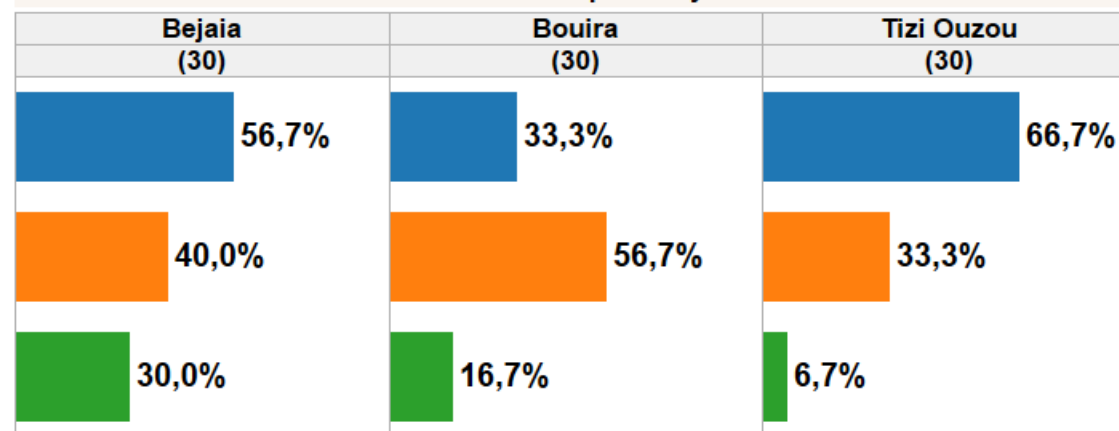
Lieux de stockage des olives avant trituration



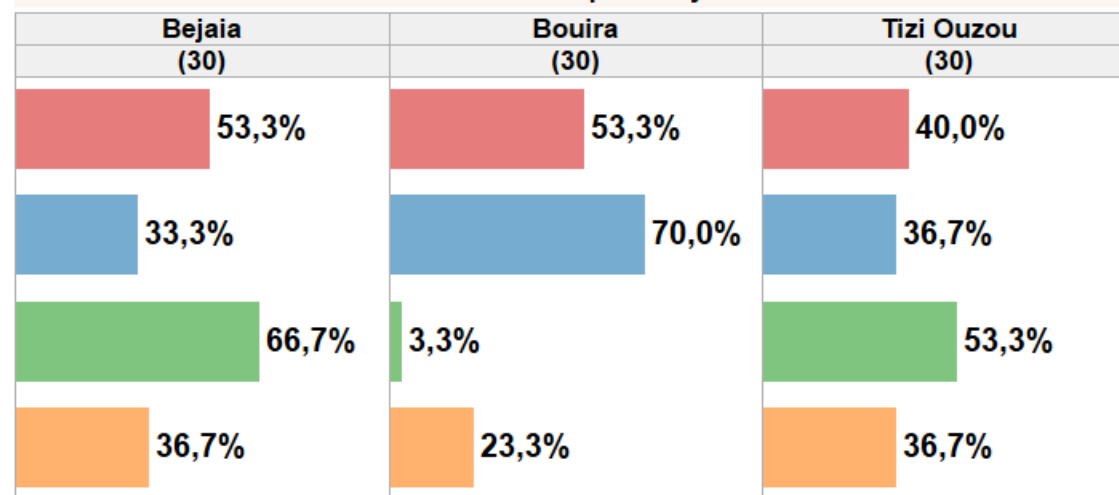
Comment sont stockées les olives



Croisement par wilaya



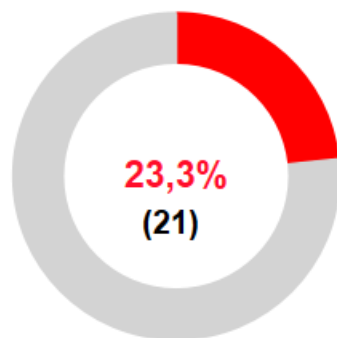
Croisement par wilaya



# Lavage des olives

77% des oléificateurs déclarent laver les olives avant la trituration. A Bouira, ils sont 97% à le faire. Alors qu'à Tizi Ouzou, ils ne sont que 53%.

Lavage des olives avant trituration  
(90)



■ Non  
■ Oui

Pourquoi les olives ne sont pas lavées avant trituration  
(21)

Ce n'est pas utile

52,4%

Pour ne pas dégrader la qualité de l'olive

42,9%

Les olives sont propres

4,8%

Croisement par wilaya

Bejaia  
(30)

Bouira  
(30)

Tizi Ouzou  
(30)

20,0%

3,3%

46,7%

Croisement par wilaya

Bejaia  
(6)

Bouira  
(1)

Tizi Ouzou  
(14)

Ce n'est pas utile

50,0%

57,1%

Les olives sont propres

7,1%

Pour ne pas dégrader la qualité de l'olive

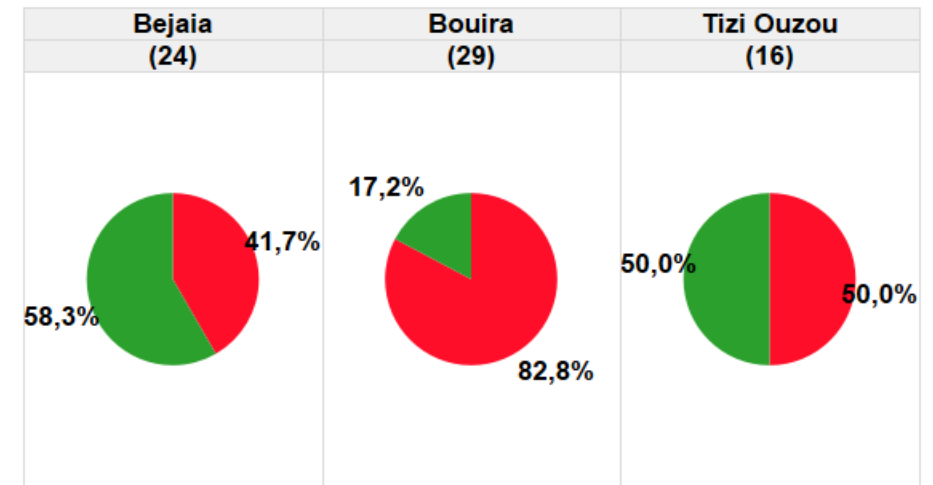
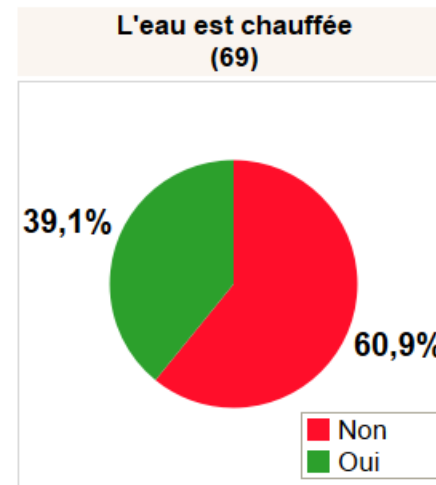
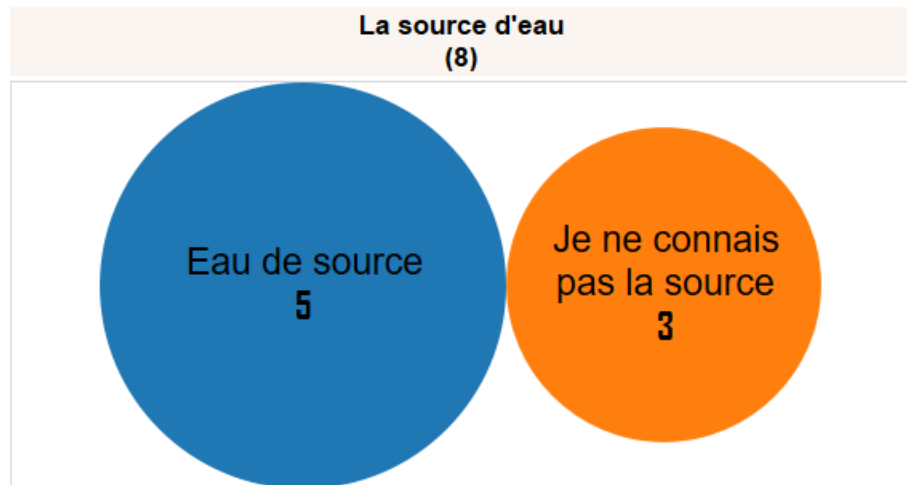
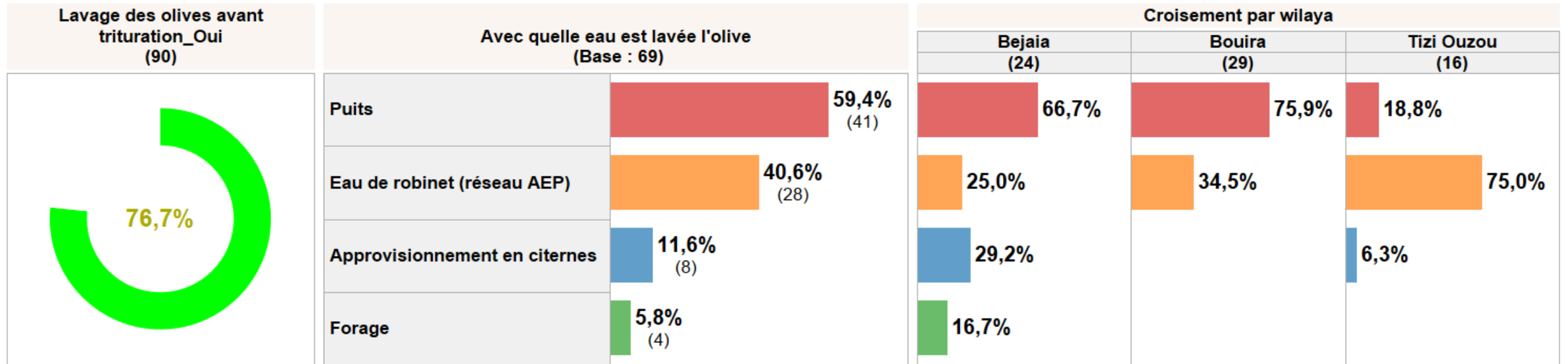
50,0%

100,0%

35,7%

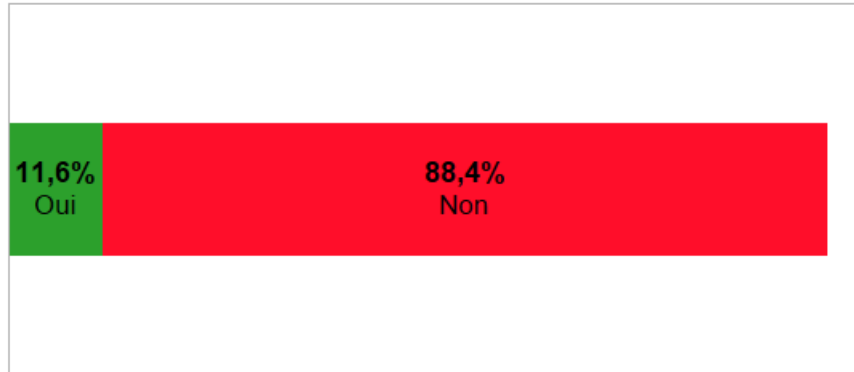


# L'eau de lavage des olives

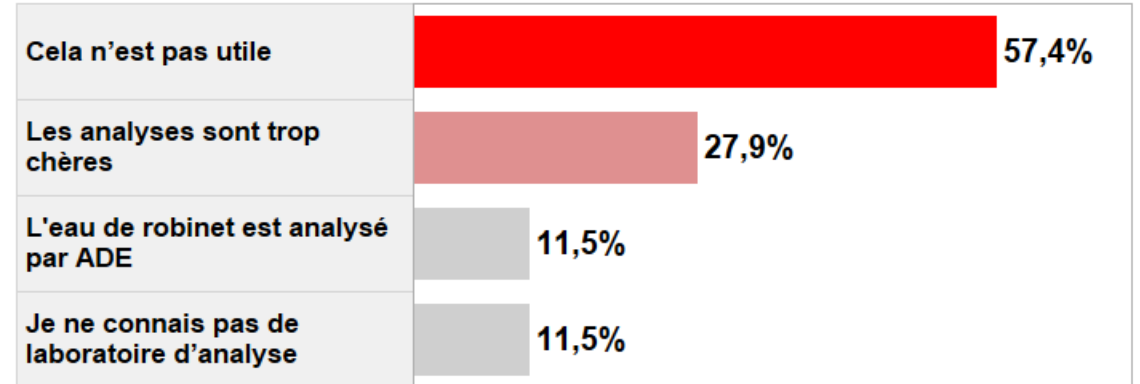


# Analyses des eaux de lavage des olives

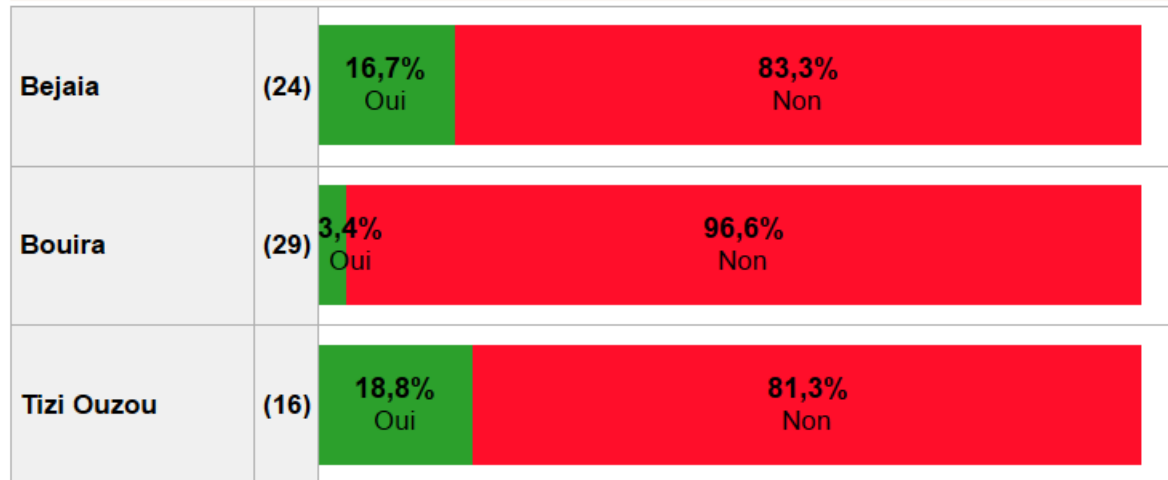
Prélèvements d'eau pour analyses physico-chimiques  
(69)



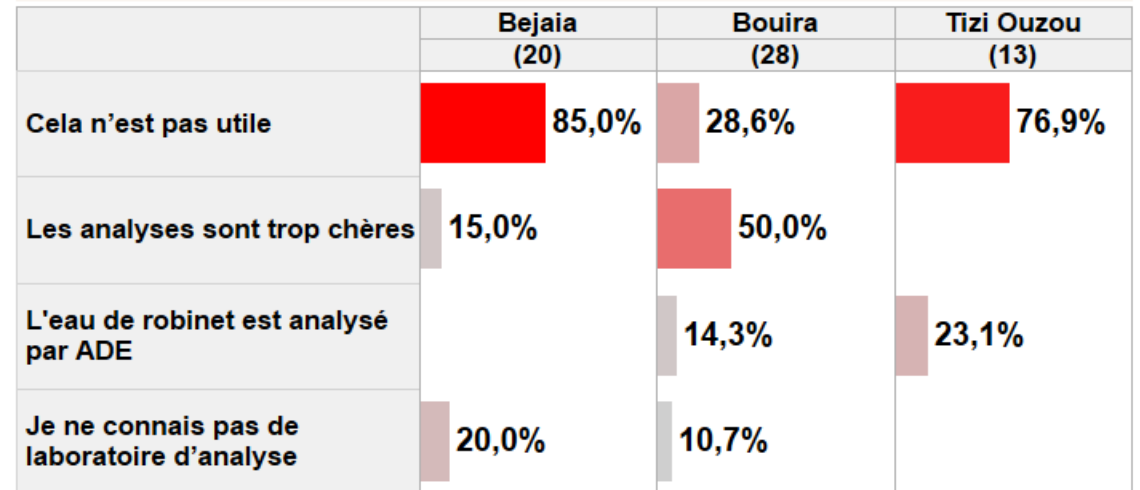
Pourquoi pas de prélèvements d'eau  
(Base: 61)



Croisement par wilaya

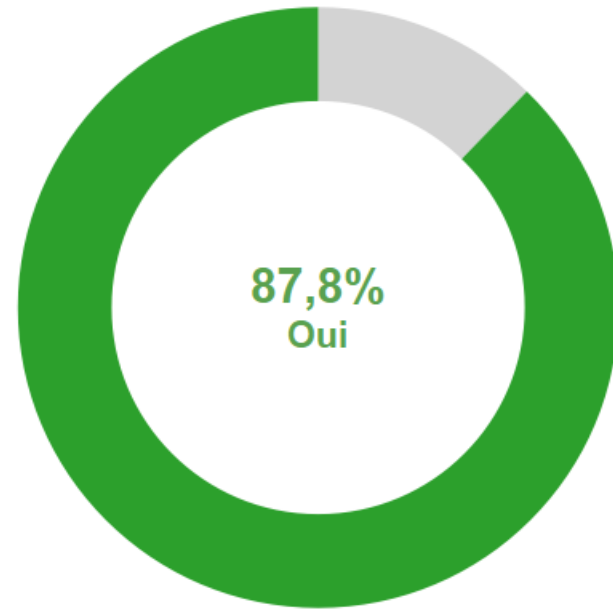


Croisement par wilaya



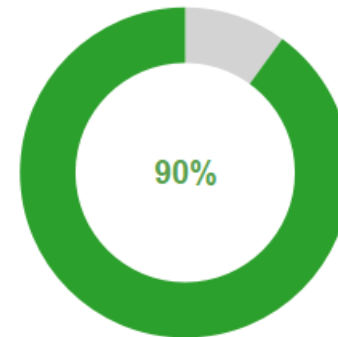
# Effeuilage des olives

Effeuilage des olives récoltées  
(90)

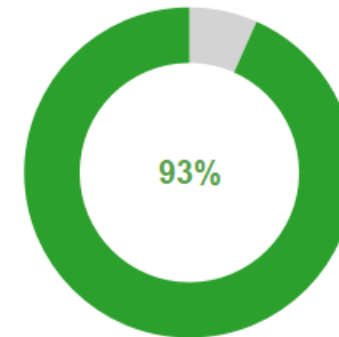


Effeuilage des olives récoltées par wilaya

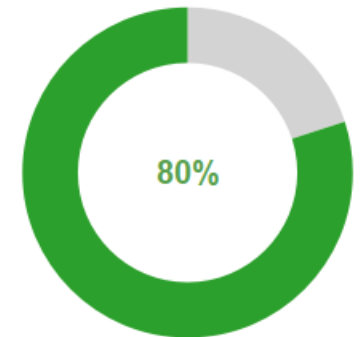
Bejaia  
(30)



Bouira  
(30)



Tizi Ouzou  
(30)



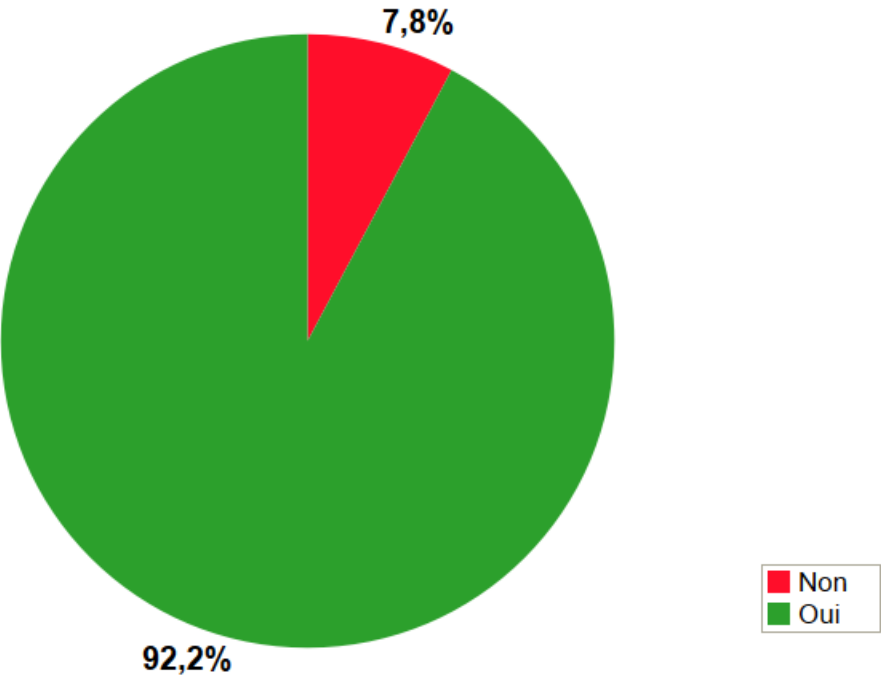
# Stockage de l'huile d'olive

Stockage de l'huile d'olive produite (Base : 90)		Croisement par wilaya		
		Bejaia (30)	Bouira (30)	Tizi Ouzou (30)
Cuves / citernes en plastiques	68,9%	53,3%	93,3%	60,0%
Bidons plastique de 20 L	45,6%	70,0%	56,7%	10,0%
Cuves / citernes en inox	31,1%	20,0%	46,7%	26,7%
Bidons plastique de 10 L	22,2%	36,7%	20,0%	10,0%
Bouteilles en plastique	20,0%	33,3%	20,0%	6,7%
Bouteilles en verre	10,0%	30,0%		
On ne le stock pas	1,1%			3,3%

Pourquoi ce choix de stockage						
Question de commodité	100,0%					
Polyéthylène hygiénique	100,0%	100,0%	100,0%			
Cela ne détériore pas le goût ou l'aspect de l'huile	78,9%	43,9%	21,1%	19,3%	43,9%	14,0%
C'est ce qui est plus rentable	77,1%	60,4%	29,2%	31,3%	29,2%	2,1%
C'est le contenant qui est disponible	69,7%	63,6%	36,4%	33,3%	6,1%	9,1%
	Cuves / citernes en plastiques	Bidons plastique de 20 L	Bidons plastique de 10 L	Bouteilles en plastique	Cuves / citernes en inox	Bouteilles en verre

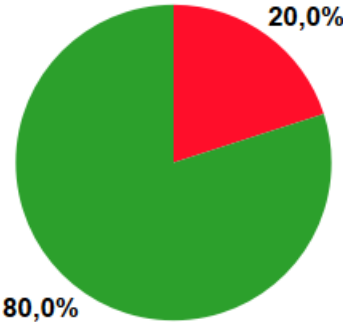
# Stockage de l'huile d'olive à l'abri de la lumière

Stockage de l'huile d'olive à l'abri de la lumière  
(90)

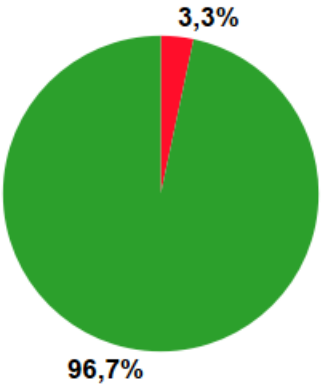


Croisement par wilaya

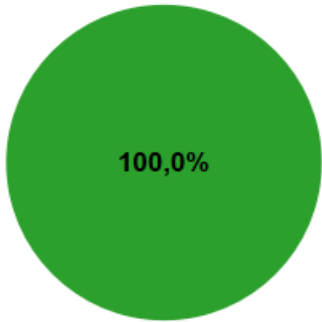
Bejaia  
(30)



Bouira  
(30)



Tizi Ouzou  
(30)



# Valorisation des grignons -1/2-

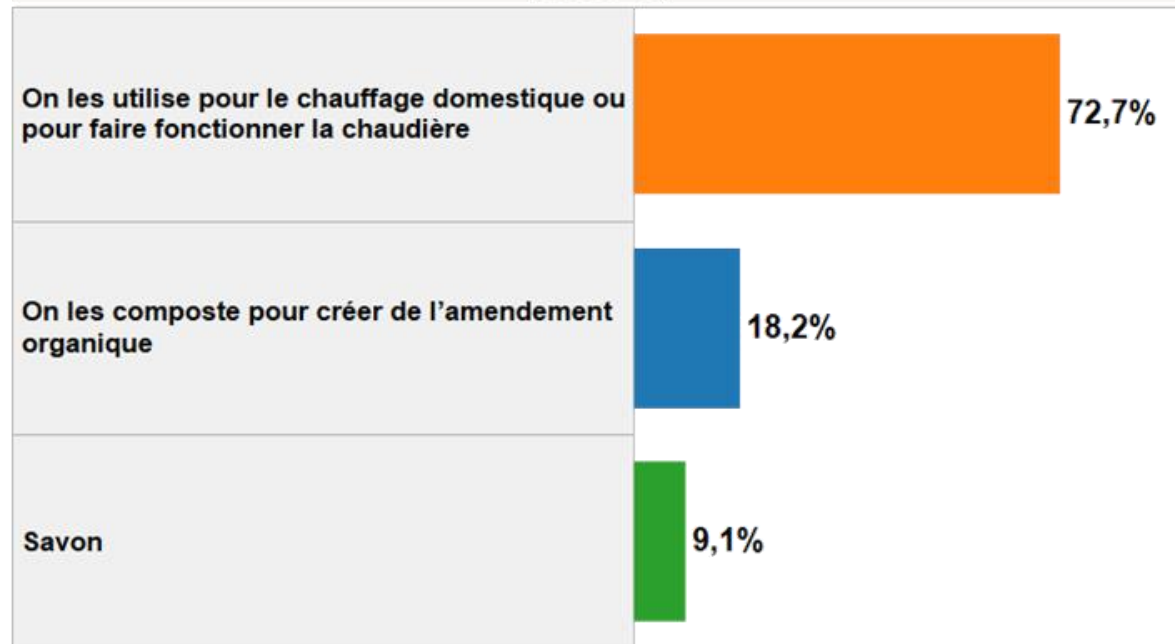
88% des oléifacteurs jettent les grignons sans en faire aucun usage avec des différences par wilaya et type d'huilerie. 12% les valorisent dont 73% pour le chauffage domestique / faire fonctionner la chaudière.

Valorisation des grignons  
(90)

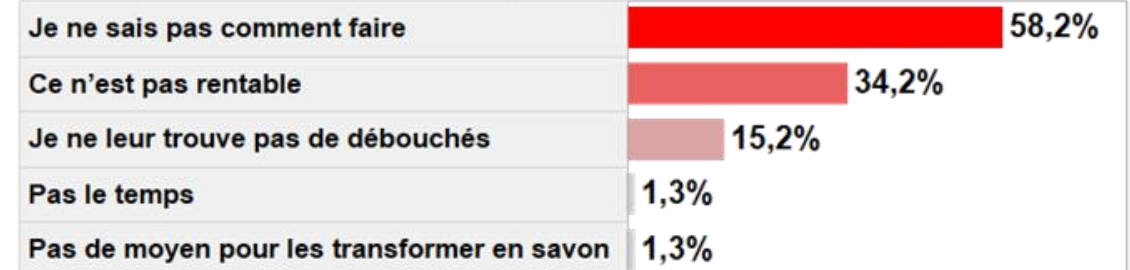
12,2%  
Oui

87,8%  
Non

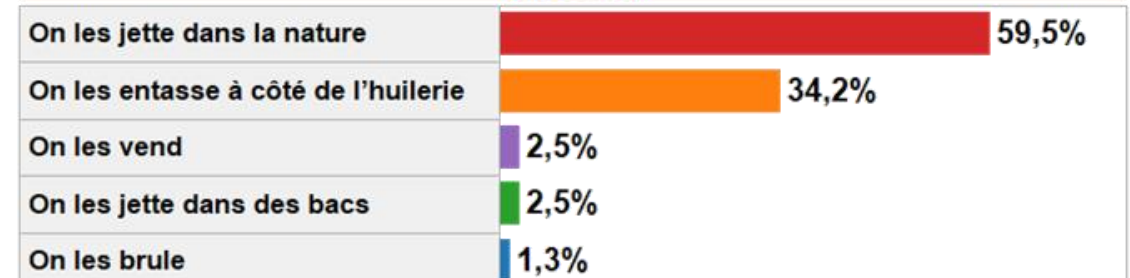
Forme de valorisation des grignons  
(Base : 11)



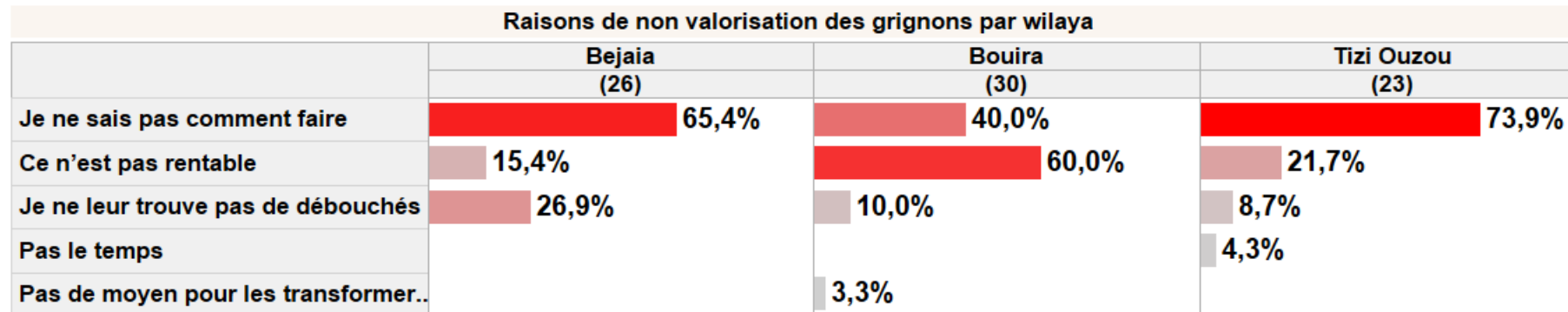
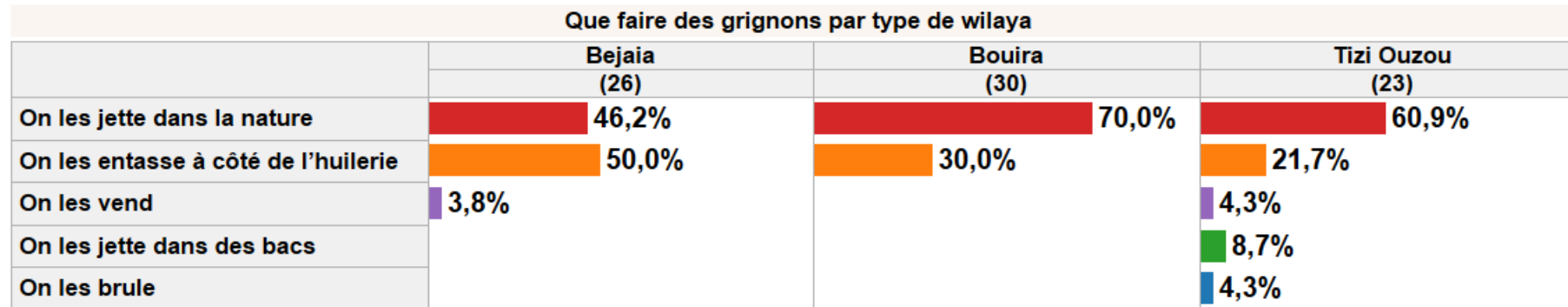
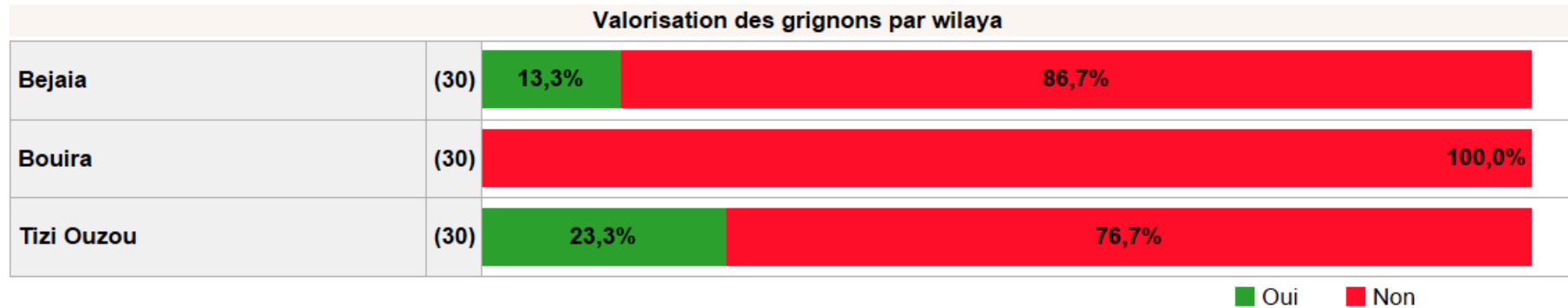
Raisons de non valorisation des grignons  
(Base : 79)



Que faire des grignons  
(Base: 79)

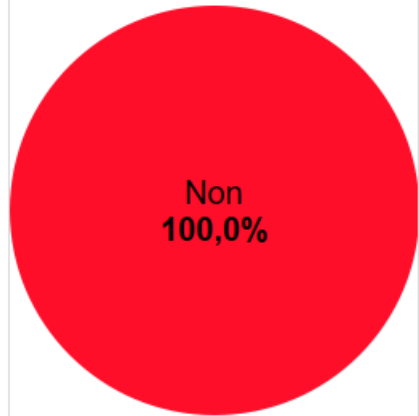


# Valorisation des grignons -2/2-

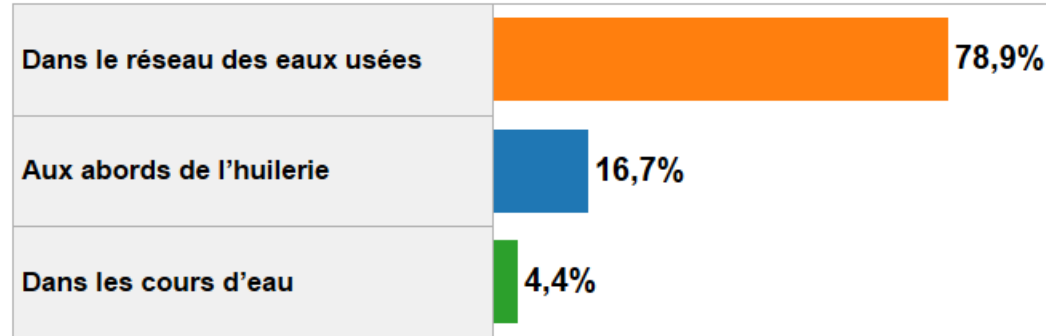


# Valorisation des margines

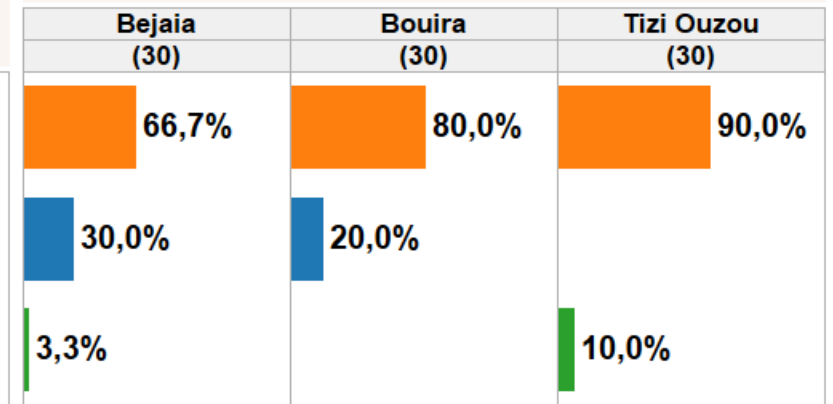
Valorisation des margines  
(Base: 90)



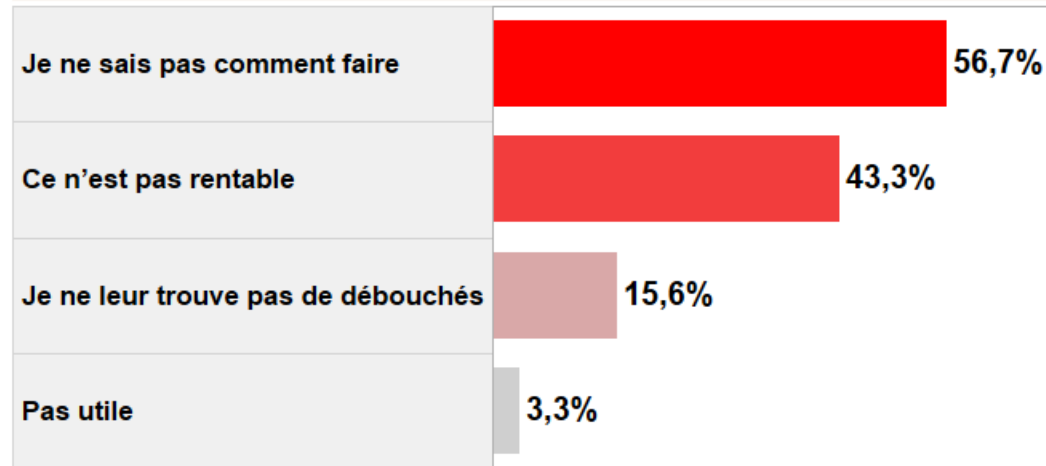
Où les margines sont déversées  
(Base: 90)



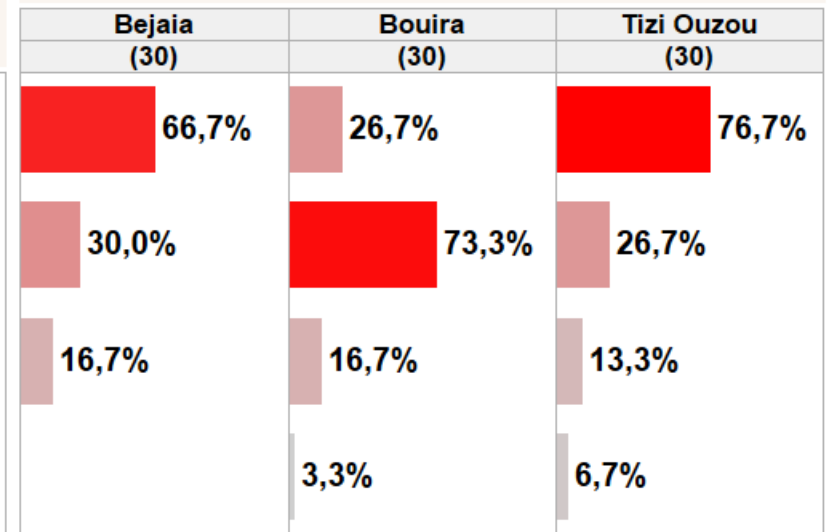
Croisement par wilaya



Raisons de non valorisation des margines  
(Base : 90)



Croisement par wilaya



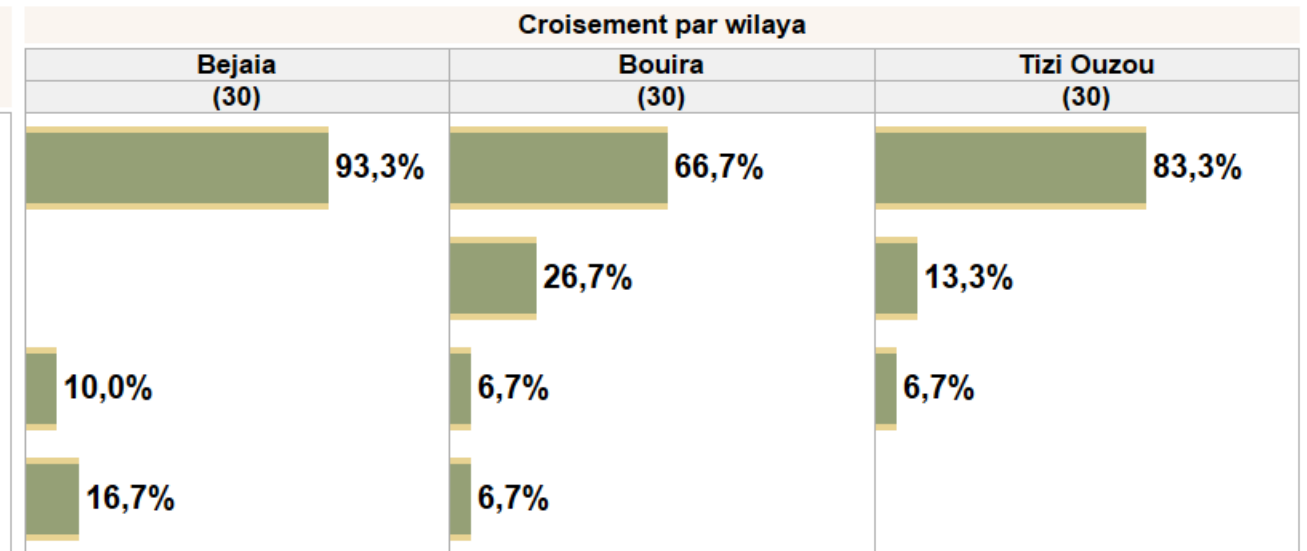
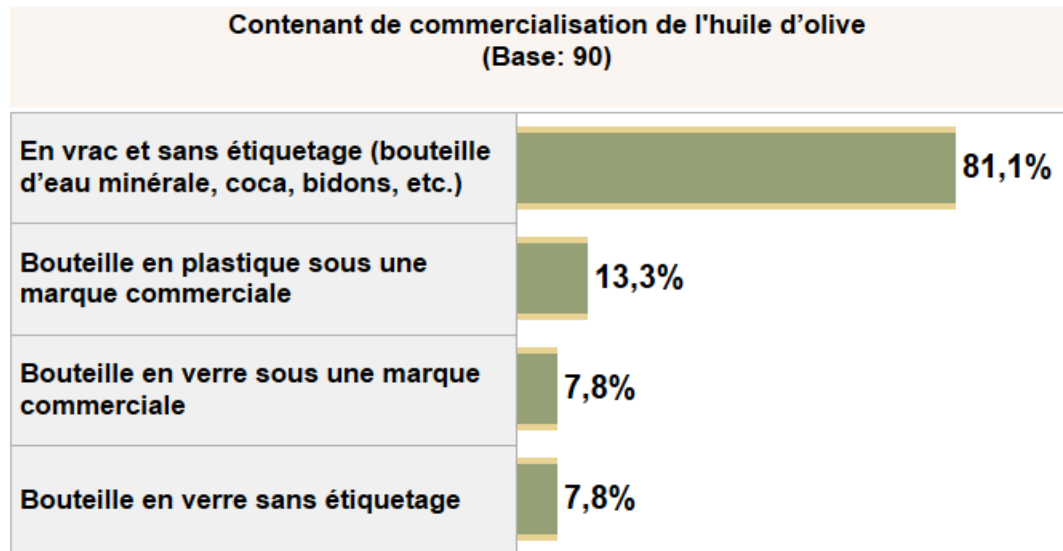
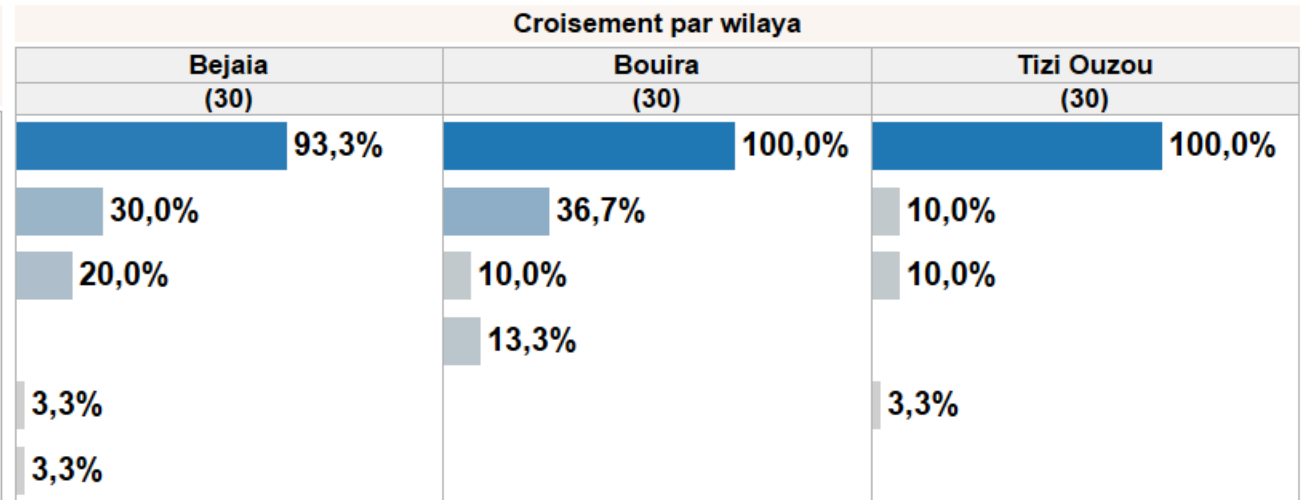
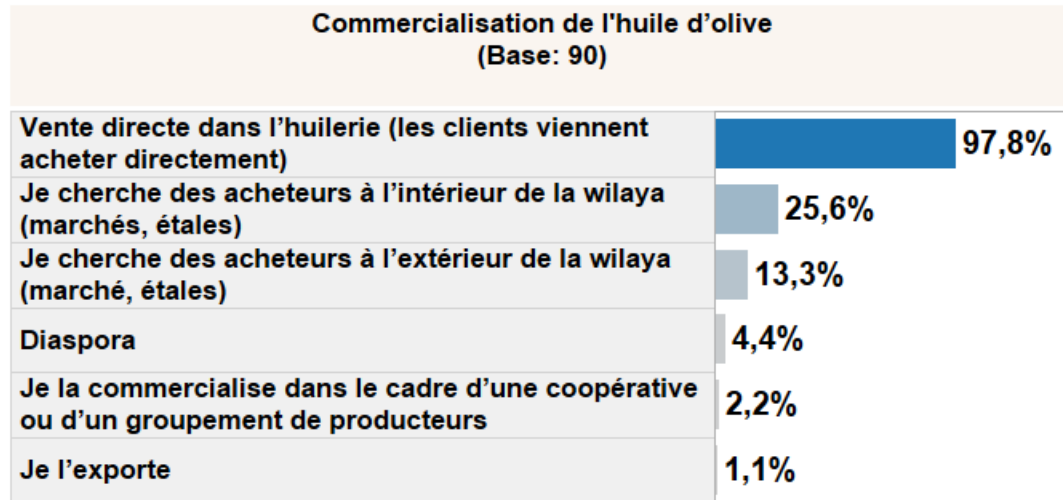


# Fréquence de nettoyage

Fréquence de nettoyage				
	Machines	Matériel de stockage	Équipement de protection	Sol
Une fois par semaine	35,6%	15,6%	26,7%	26,7%
Une fois par saison ou campagne	31,1%	38,9%	3,3%	10,0%
Une fois par jour	22,2%	20,0%	21,1%	54,4%
Après chaque trituration de lot abîmé	5,6%	18,9%		1,1%
Lavage Automatic	2,2%			
Plusieurs fois par jour	1,1%		6,7%	6,7%
Pas d'équipement			34,4%	
Quand c'est sale			7,8%	
Fin de stockage		6,7%		
Rarement				1,1%

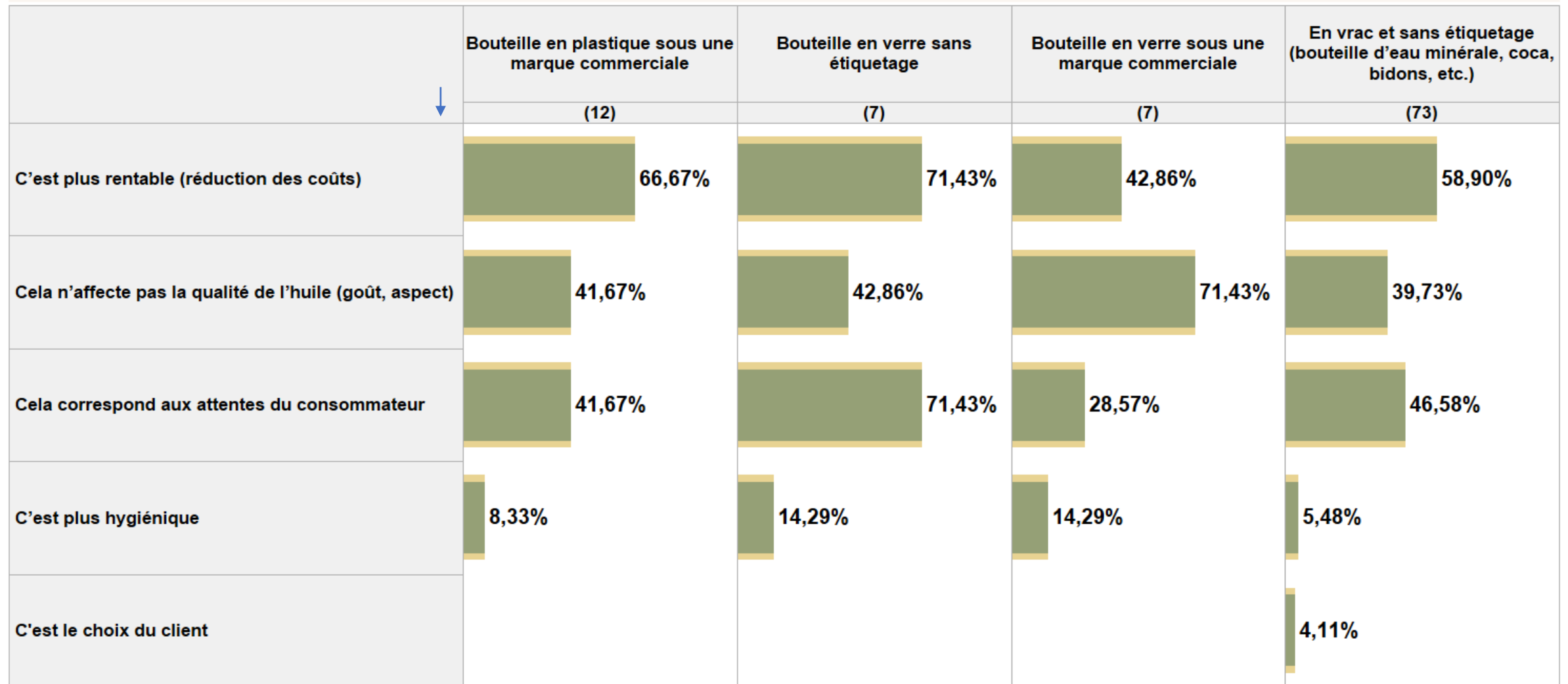
La maintenance des machines (Base: 90)		La maintenance des machines par wilaya		
		Bejaia (30)	Bouira (30)	Tizi Ouzou (30)
Contrôle et révision périodique (changement d'huile, filtres, courroies, vérifications...)	57,8%	43,3%	80,0%	50,0%
Maintenance curative (intervention en cas de panne)	35,6%	43,3%	13,3%	50,0%
Contrat de maintenance avec l'installateur ou avec le fournisseur	6,7%	13,3%	6,7%	

# Commercialisation des huiles d'olives



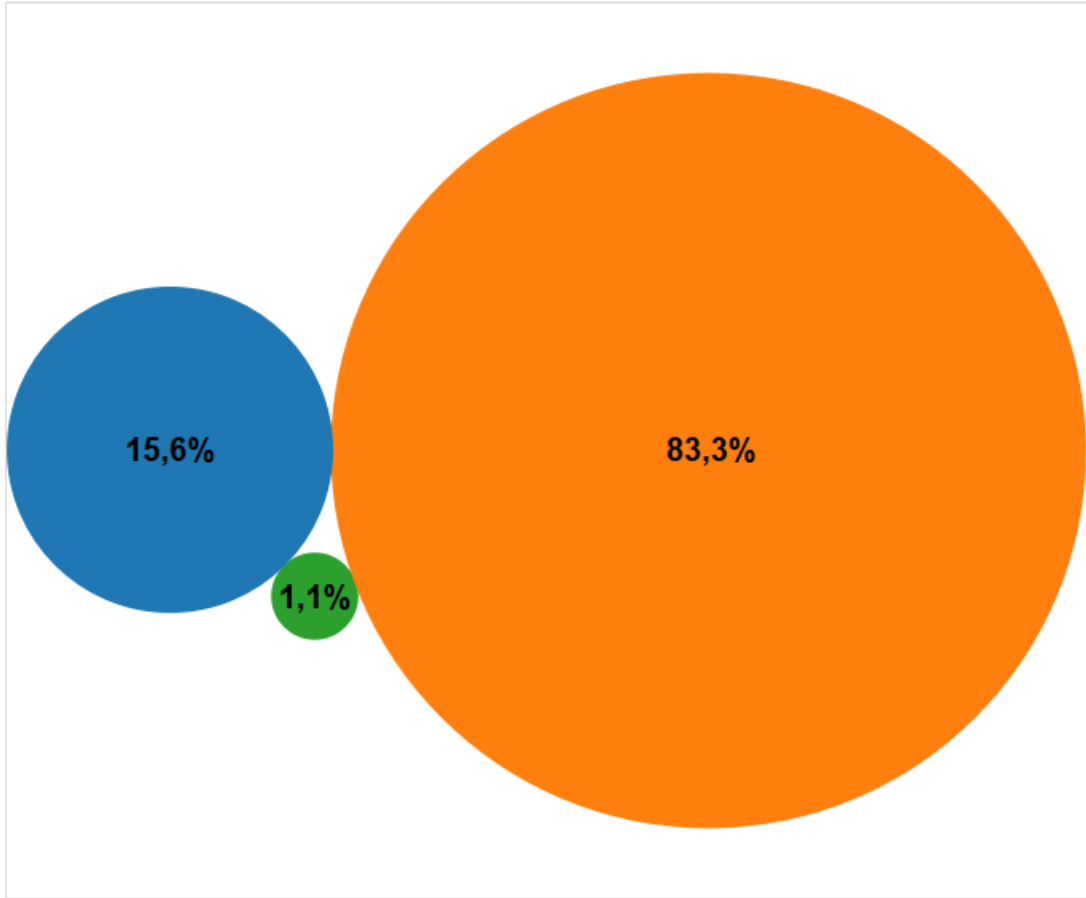
# Choix des contenants de commercialisation des huiles d'olives

Raisons de choix des contenants de commercialisation de l'huile d'olive



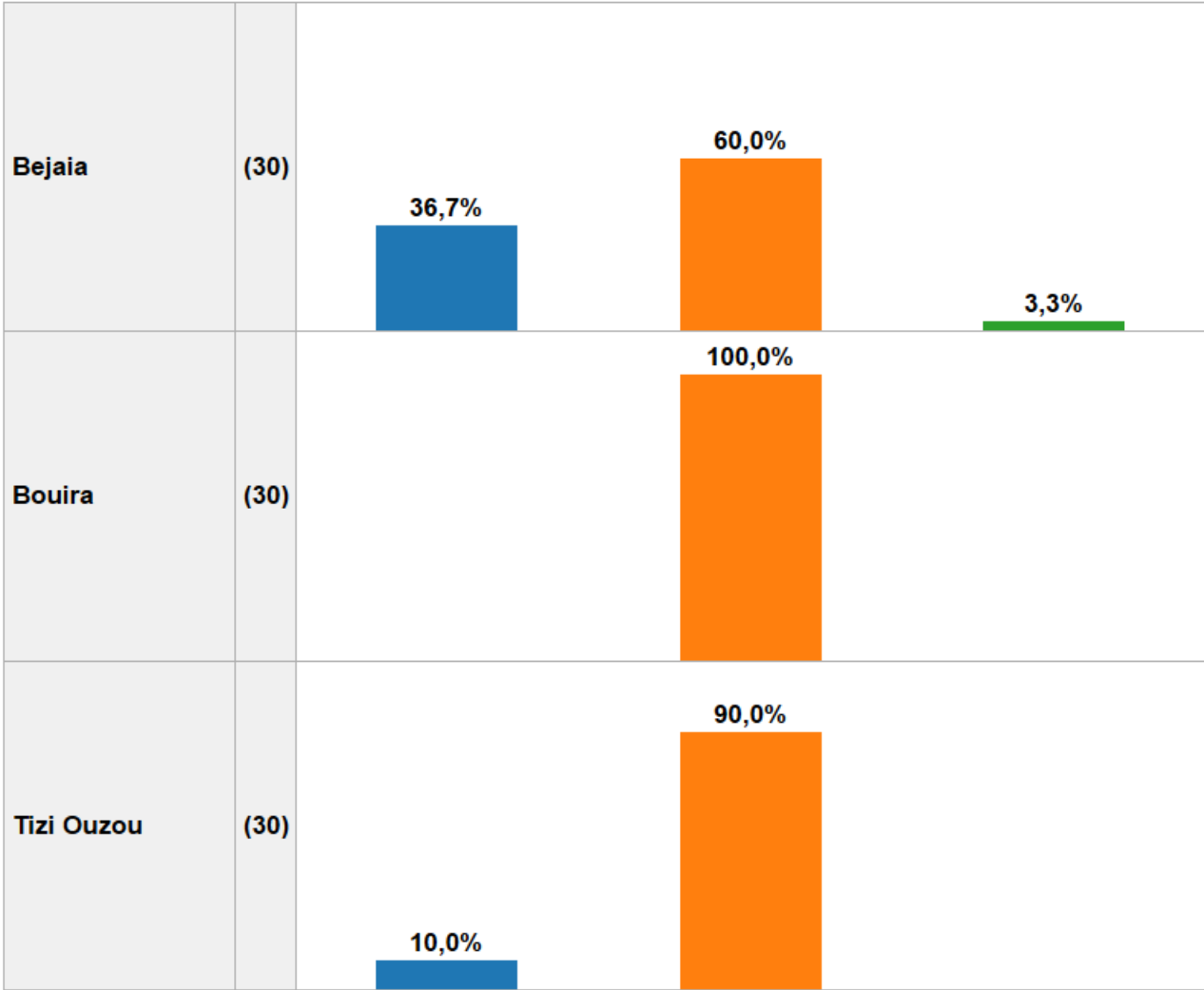
# Conditionnement des huiles d'olives

Qui effectue le conditionnement de l'huile d'olive  
(Base:90)

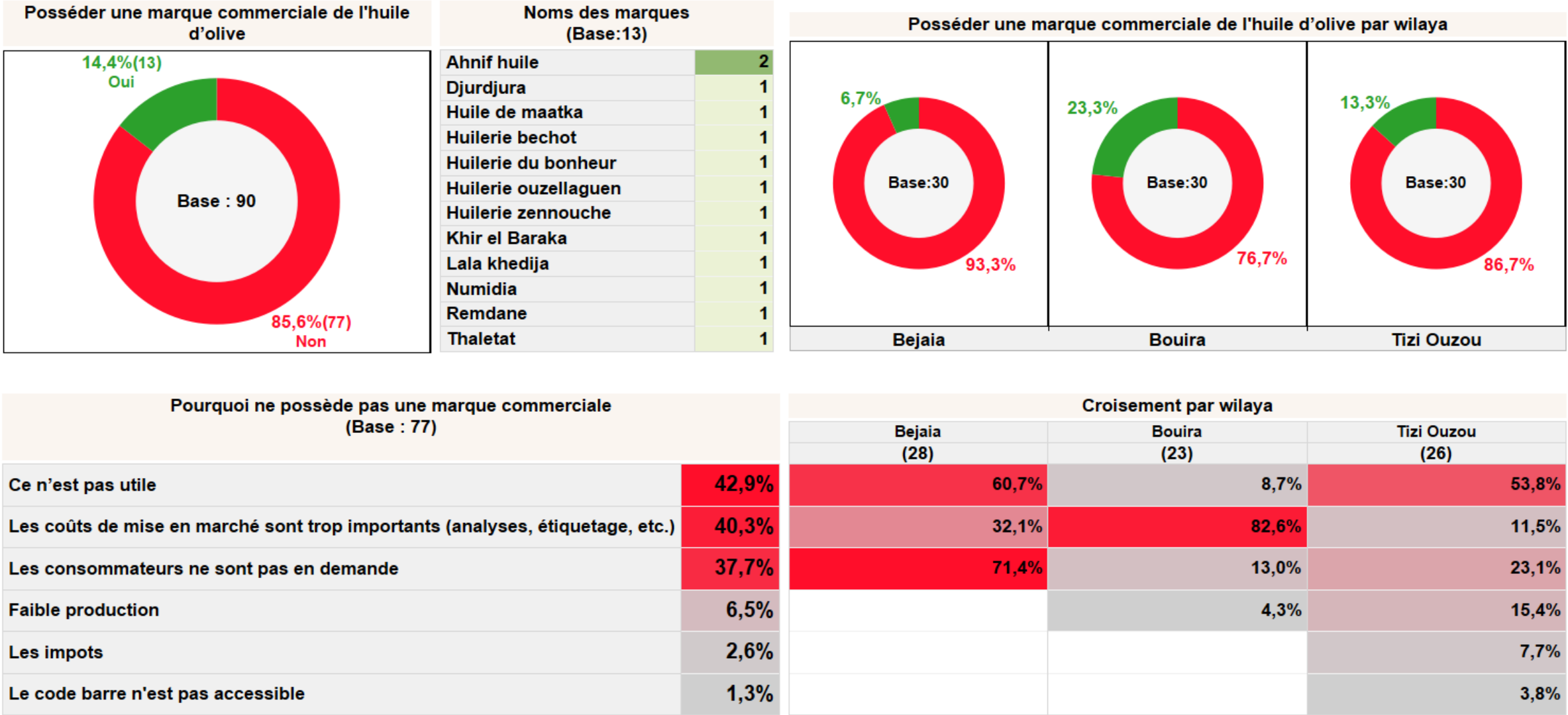


- Moi-même ou un employé : mise en bouteille automatique en machine
- Moi-même ou un employé : mise en bouteille manuelle
- Unité de conditionnement dans la région

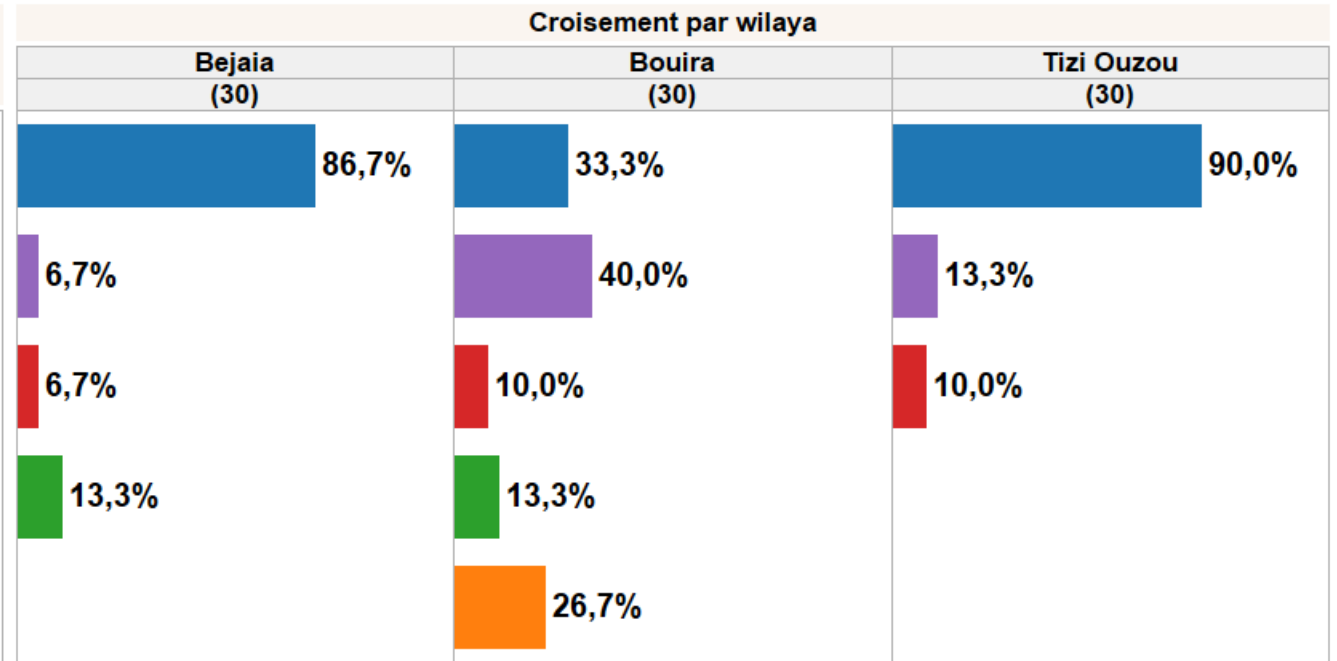
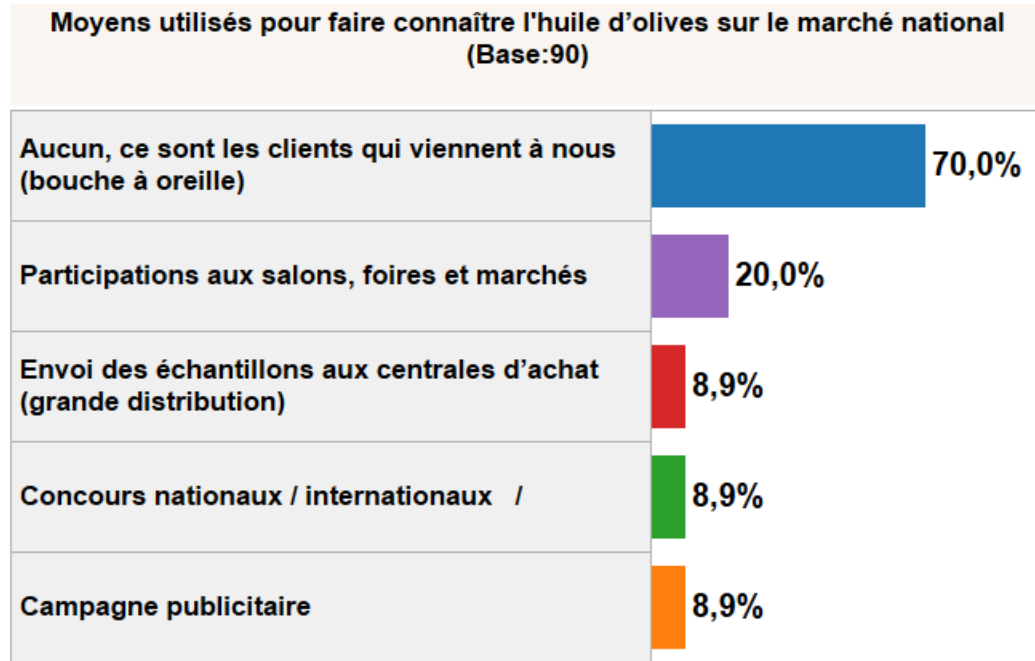
Croisement par wilaya



# Marque de commercialisation des huiles d'olives

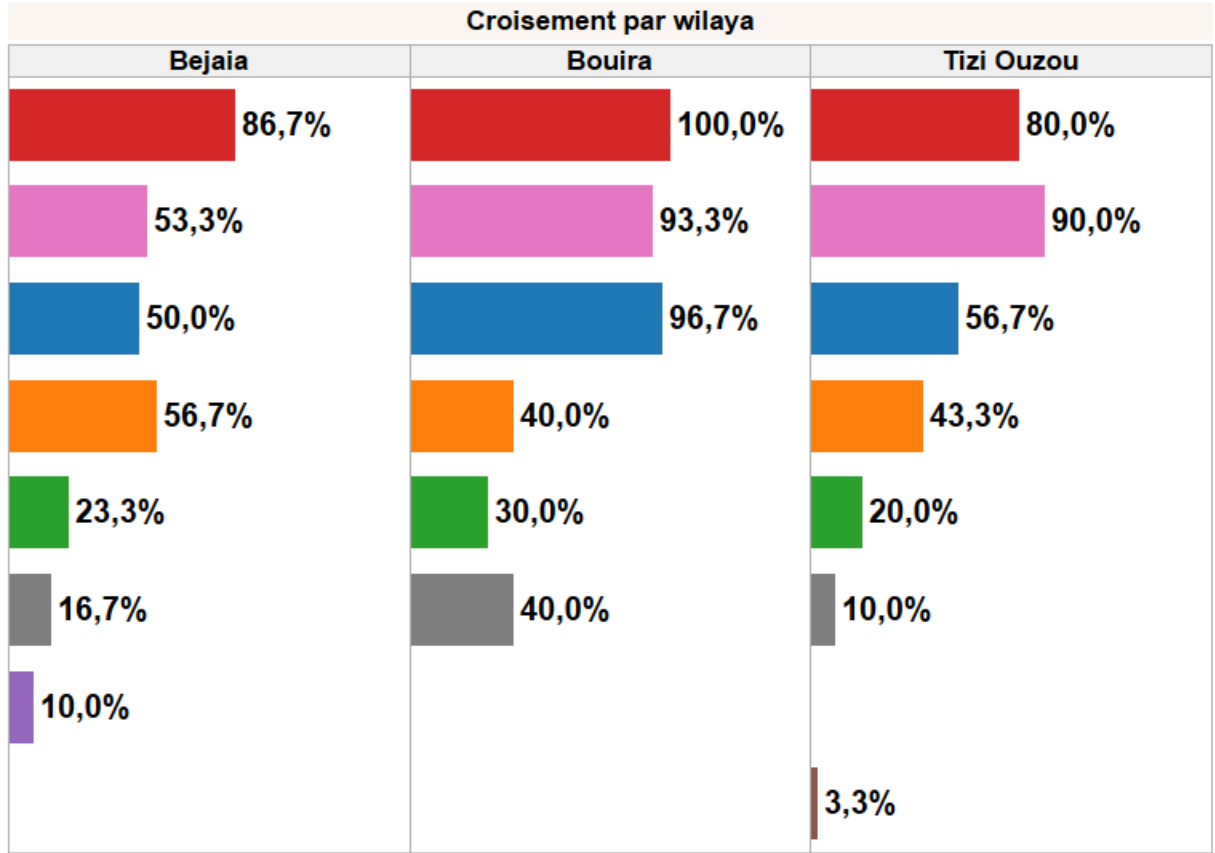
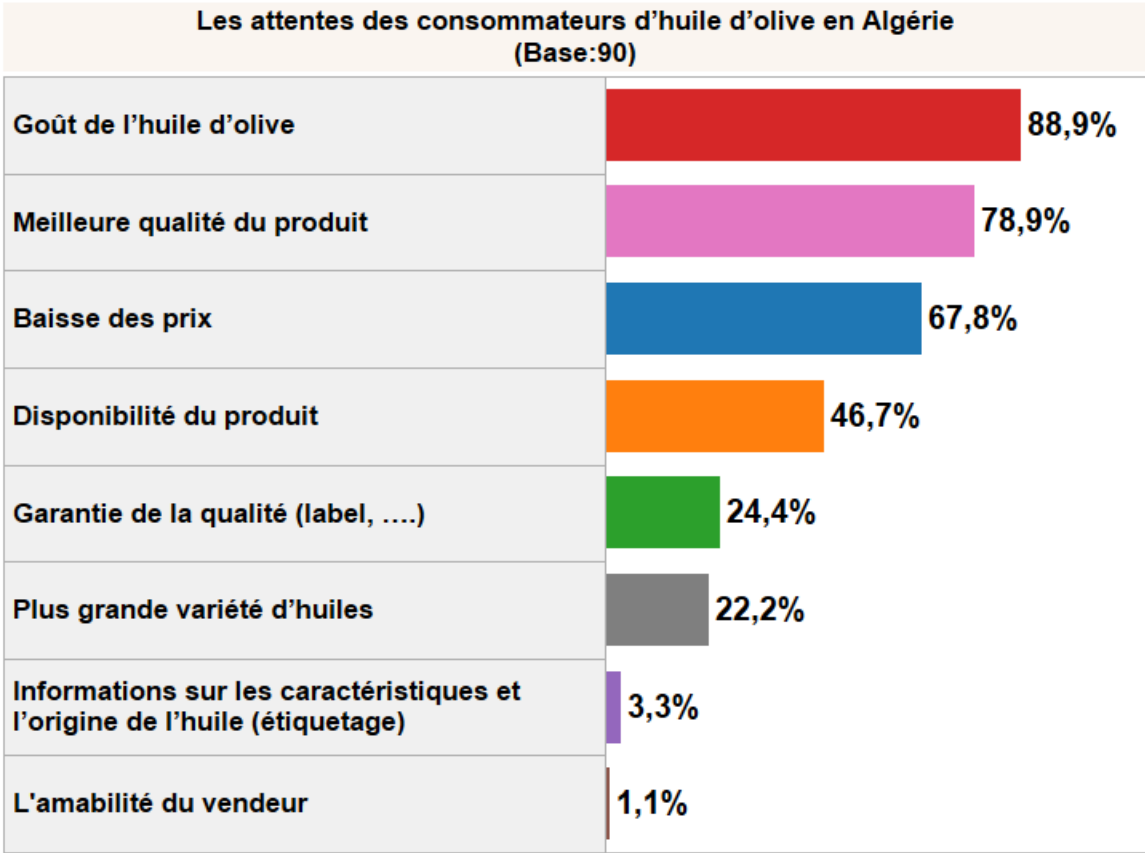


# Supports de communication publicitaire



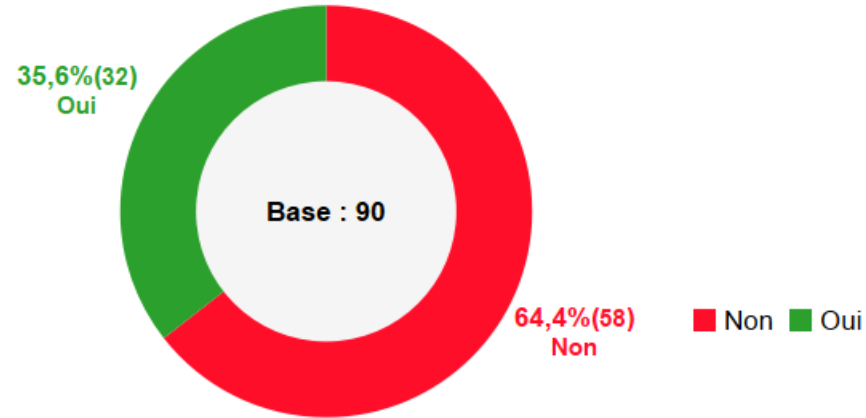
Supports de campagne publicitaire (Base:8)	
Publicité digitale (Ouedkniss, Facebook...)	5
Publicité Print (flyers, affichages...)	3
Publicité dans les médias (presse, TV, radios, etc.)	2

# Attentes des consommateurs de huiles d'olives

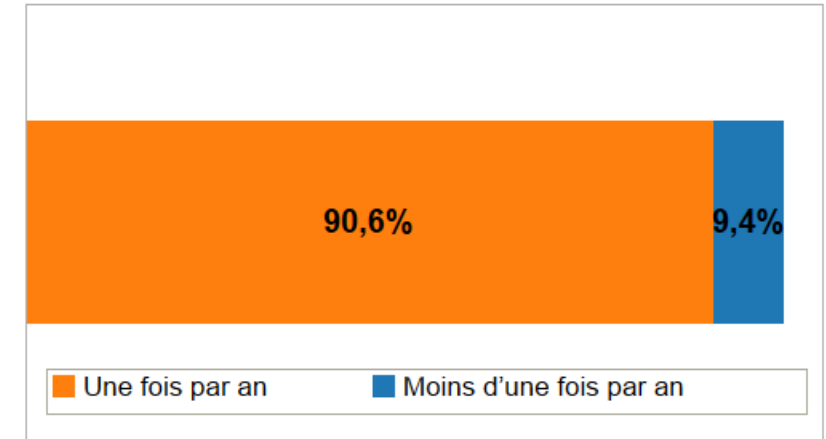


# Analyses d'huile d'olives

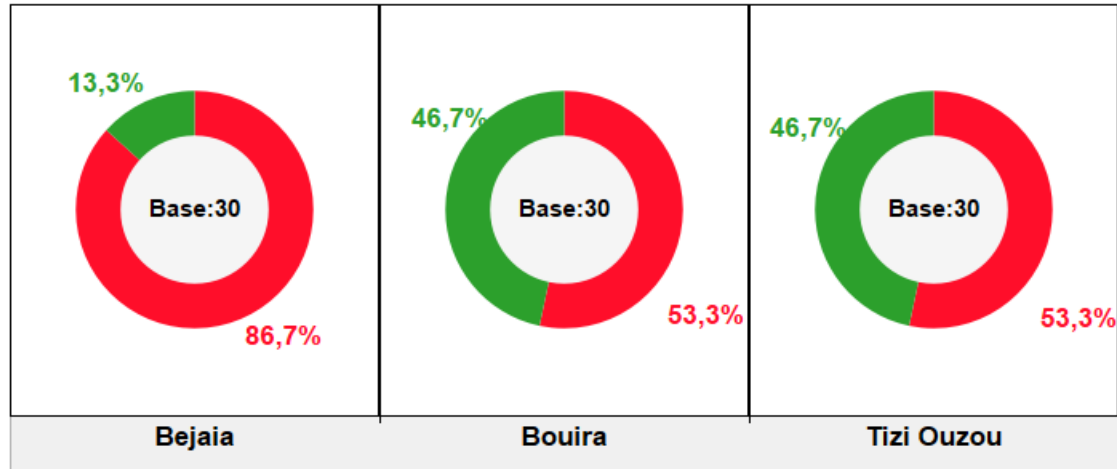
Analyse de l'huile par un laboratoire



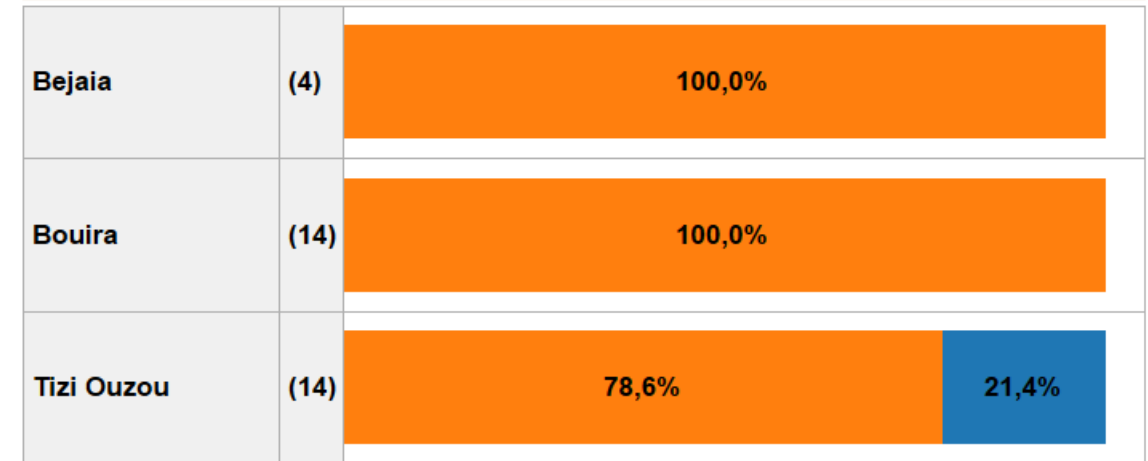
Fréquence d'analyse de l'huile par un laboratoire  
(Base : 32)



Analyse de l'huile par un laboratoire par wilaya

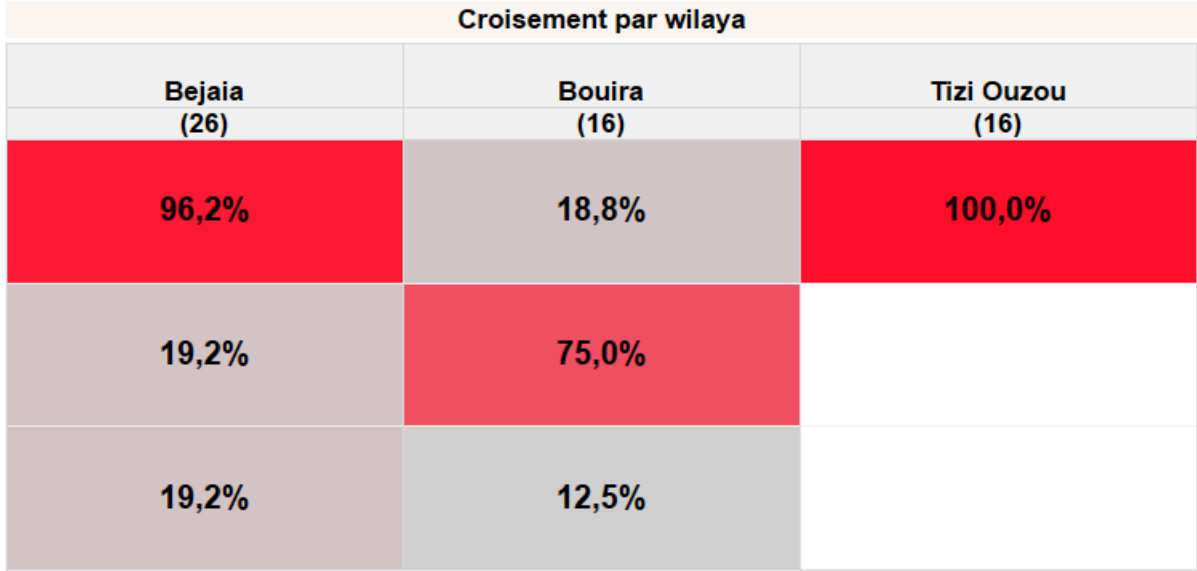
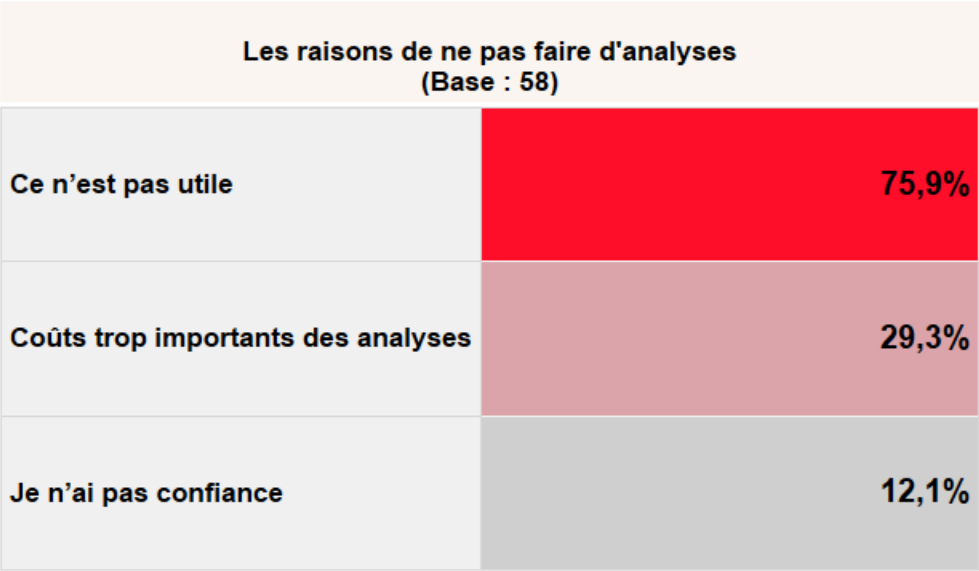
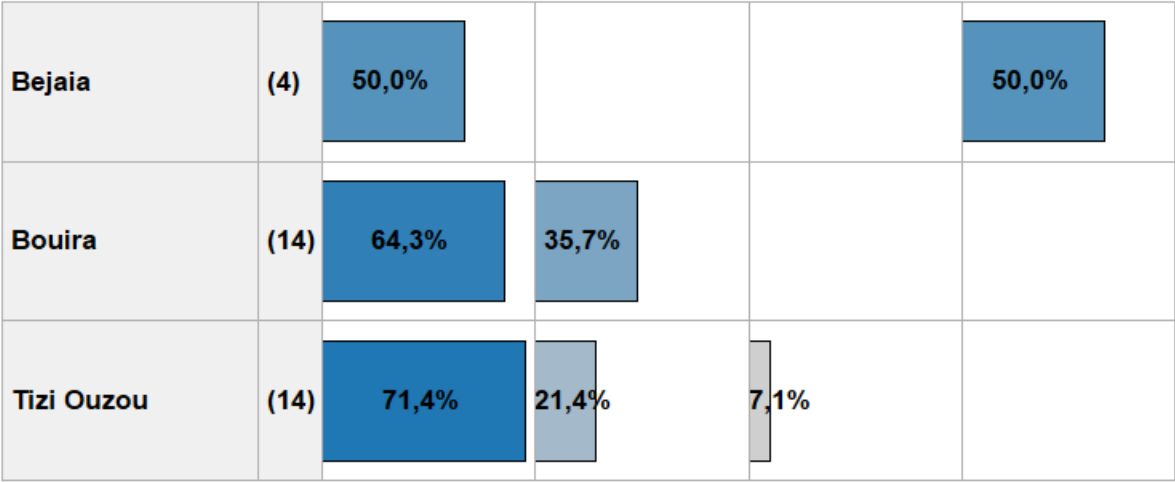
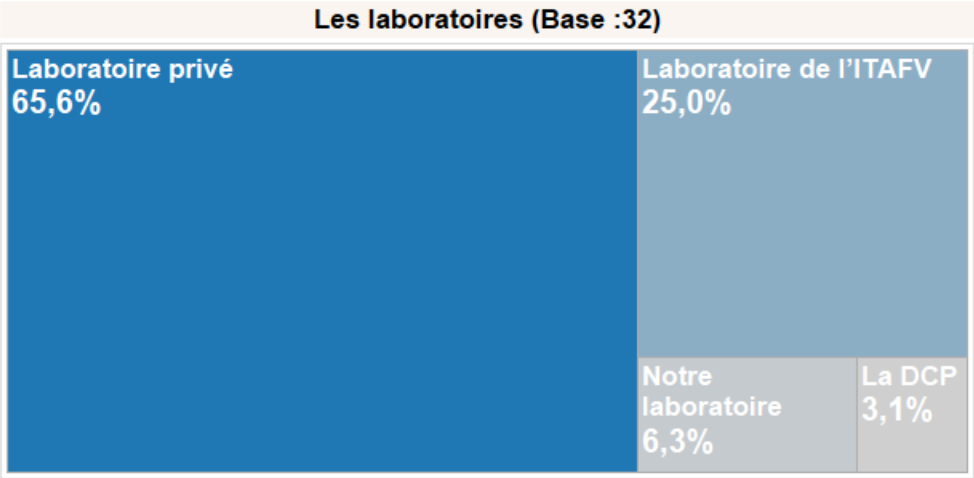


Fréquence d'analyse de l'huile par un laboratoire par wilaya



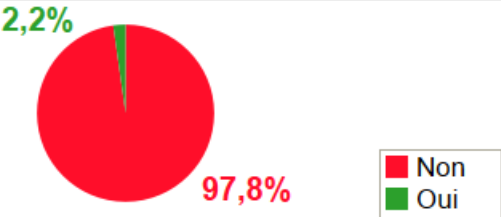


# Laboratoire et Raisons de non analyse de l'huile d'olives



# Formation et connaissance de l'ITAFV & de CNIFO

Bénéficier sur les deux dernières années d'activités de formation, de vulgarisation ou d'appui-conseil  
(Base : 90)



Membre d'une organisation professionnelle  
(Base : 90)

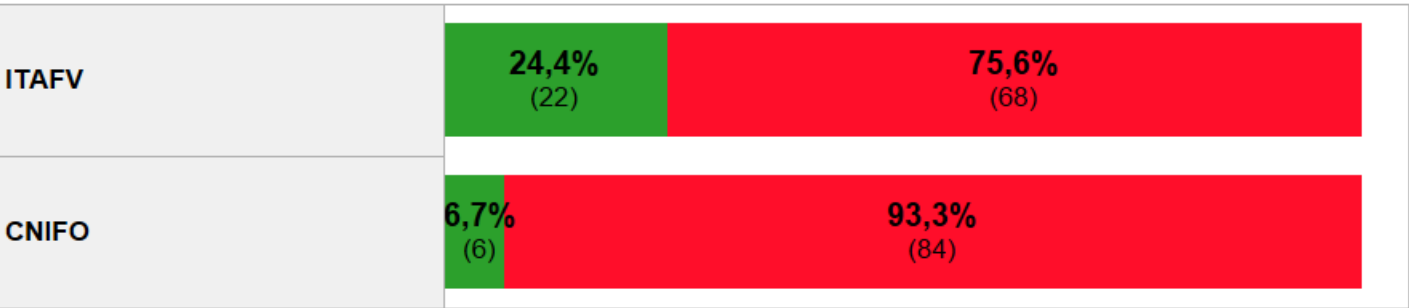
100%  
NON

Rôle de l'ITAFV & CNIFO  
(Base:23)

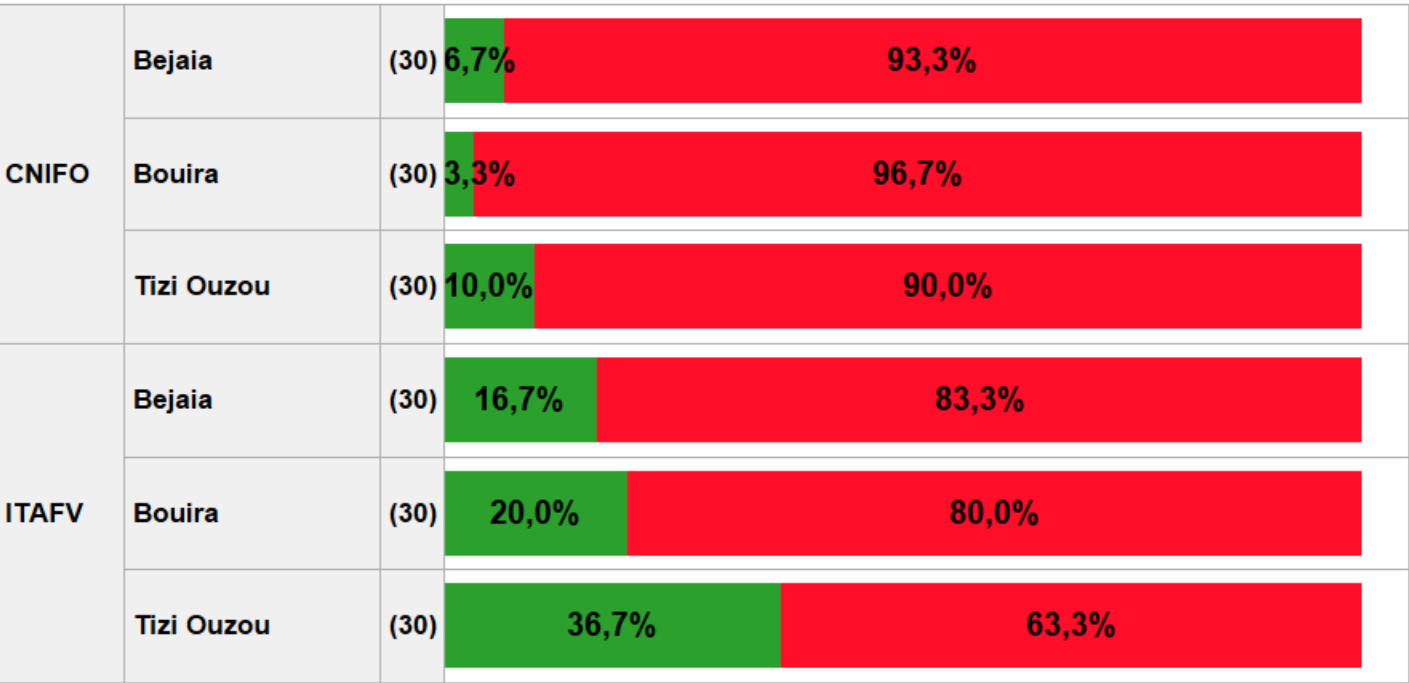
	ITAFV (22)	CNIFO (6)
Laboratoire d'analyses	14	
Formation et vulgarisation	10	
Je ne sais pas	3	4
Informers les acteurs de la filière		2
Valorisation des grignons et margines	1	
Fédérer les acteurs de la filière		1
Défendre les intérêts de professionnels		1

Connaissance du CNIFO & ITAFV  
(Base : 90)

Oui Non

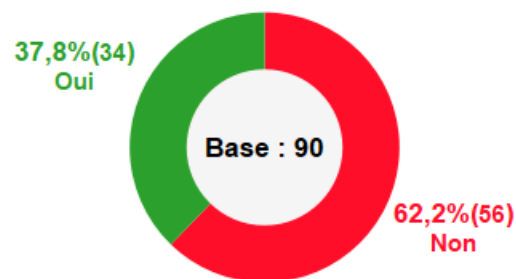


Connaissance du CNIFO & ITAFV par type wilaya

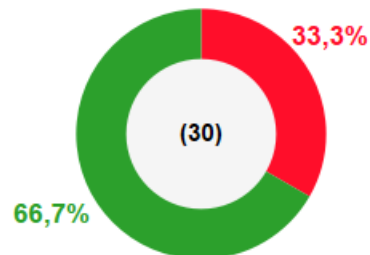


# Actions de mutualisation entre oléifacteurs

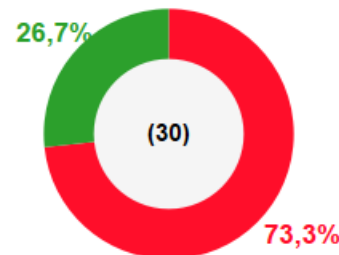
Echange entre les oléifacteurs



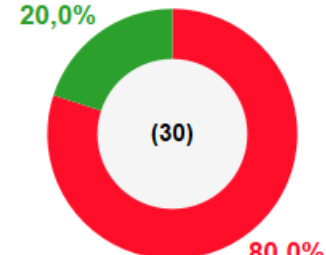
Croisement par wilaya



Bejaia



Bouira



Tizi Ouzou

Les échanges entre les oléifacteurs  
(Base:34)

Discussion ou d'échanges d'expérience	70,6%
Echange sur les moyens de transport	55,9%
Echange sur les moyens de maintenance (réparation des équipements)	44,1%
Echange sur les équipements	41,2%
Echange sur les moyens de conditionnement	29,4%
Echange sur les moyens commerciaux (marque commune, campagne de commu..)	14,7%

Croisement par wilaya

Bejaia (20)	Bouira (8)	Tizi Ouzou (6)
80,0%	37,5%	83,3%
60,0%	37,5%	66,7%
40,0%	37,5%	66,7%
40,0%	37,5%	50,0%
25,0%	50,0%	16,7%
15,0%	25,0%	

Pourquoi ne pas échanger avec les autres oléifacteurs ?  
(Base:56)

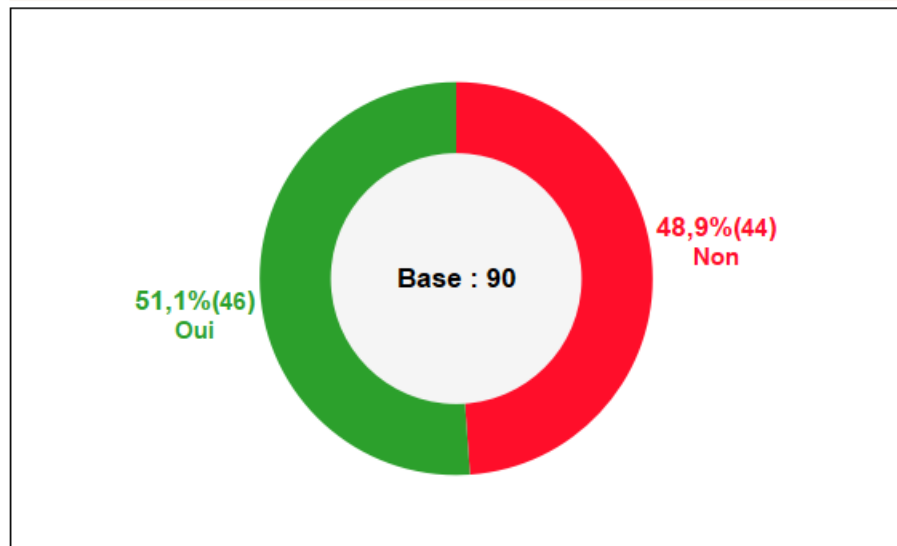
Je n'en vois pas l'utilité / Je n'en ai pas besoin	66,1%
Chacun pour soi	25,0%
Je n'ai pas trouvé de confrère intéressé	19,6%
Je n'ai pas le temps	1,8%
NSP/SR	1,8%

Croisement par wilaya

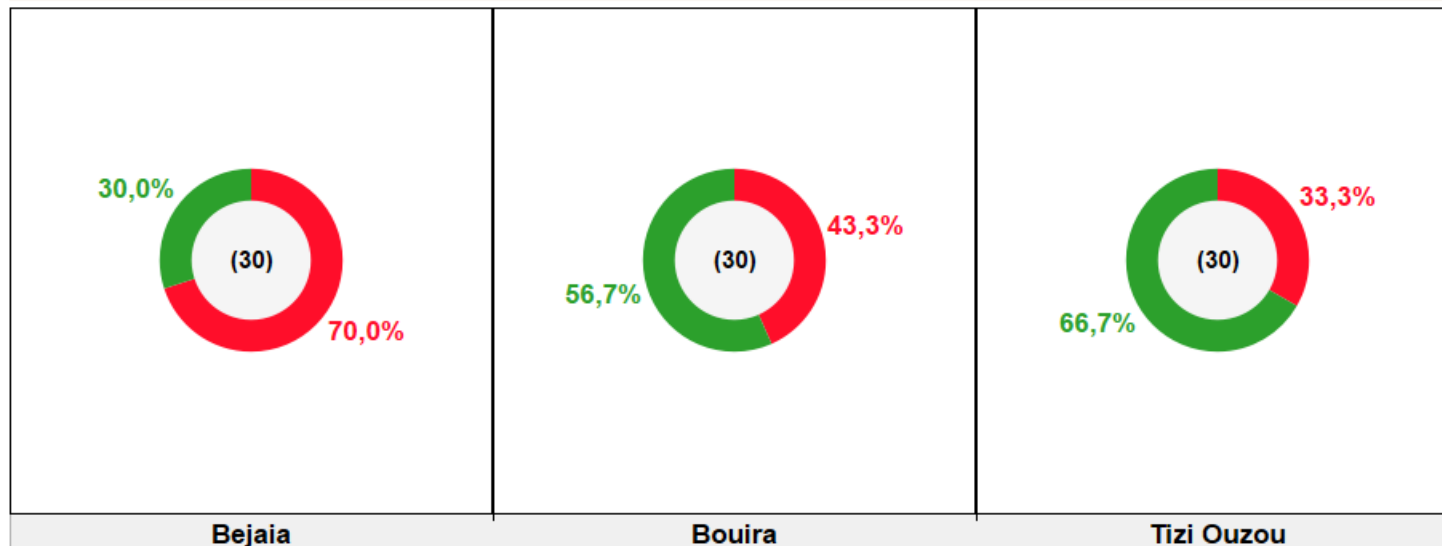
Bejaia (10)	Bouira (22)	Tizi Ouzou (24)
80,0%	68,2%	58,3%
10,0%		54,2%
10,0%	36,4%	8,3%
	4,5%	
10,0%		

# Services proposés aux oléiculteurs

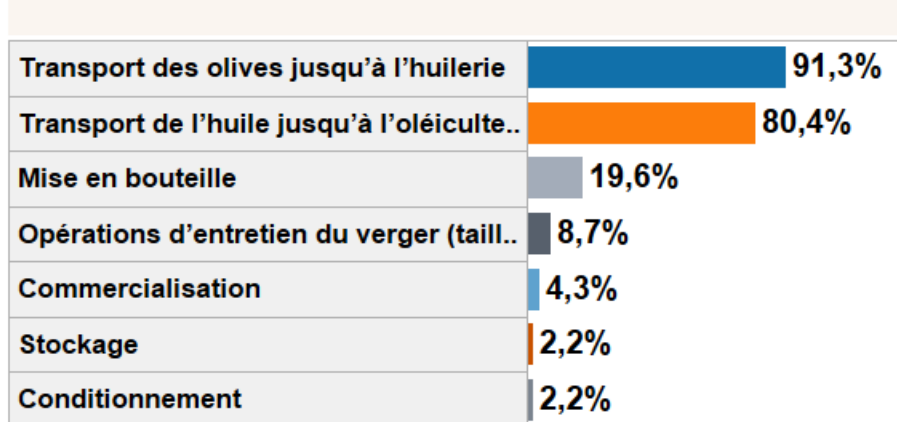
Proposition des services supplémentaires auprès des oléiculteurs



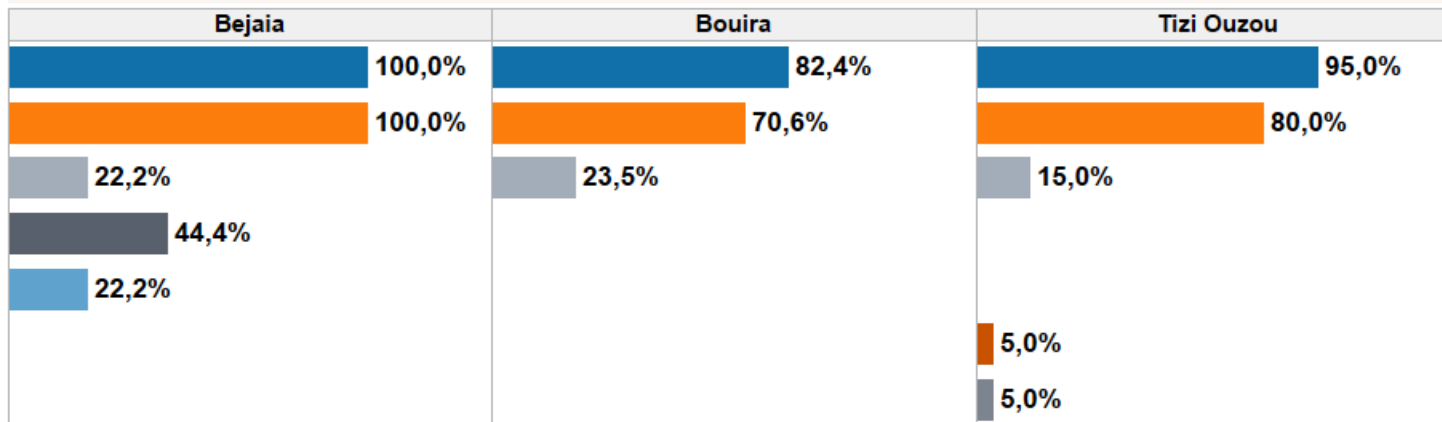
Croisement par wilaya



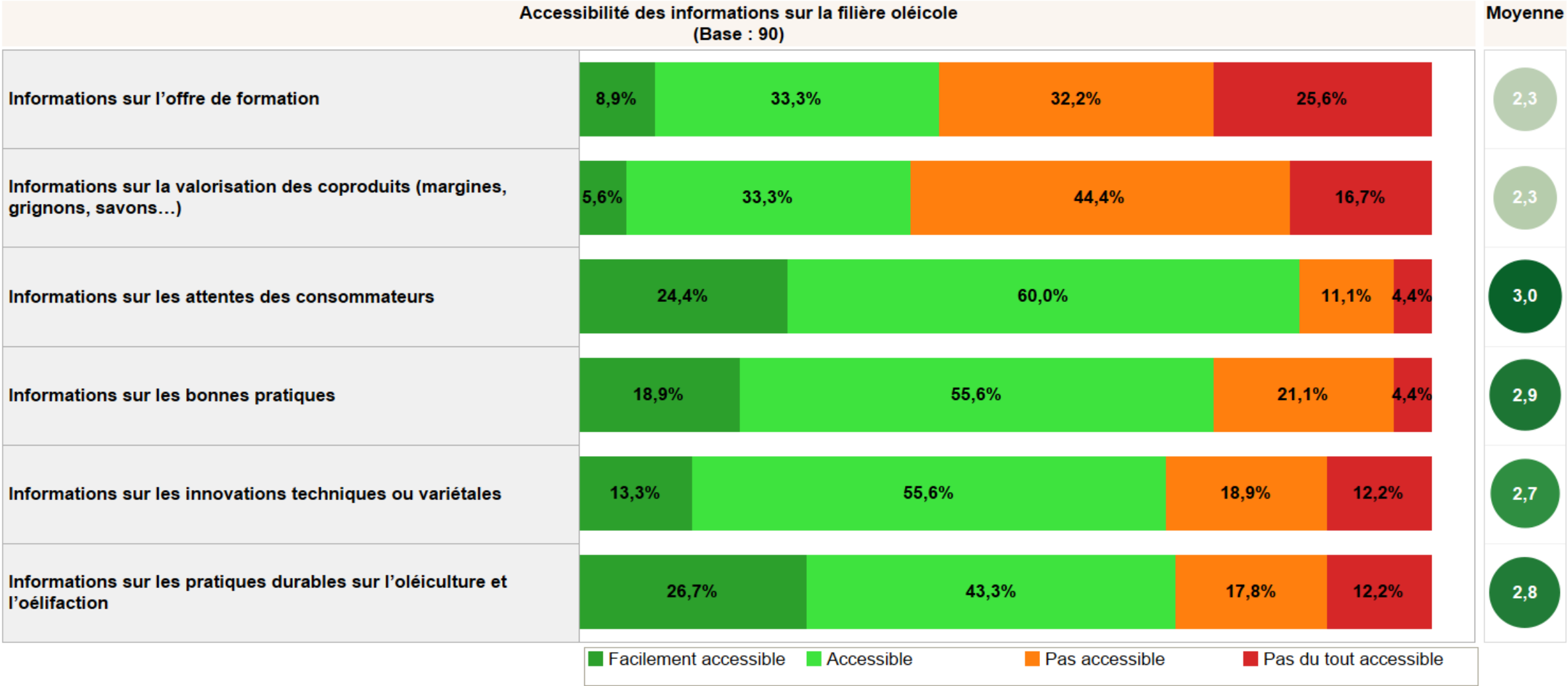
Les services proposés auprès oléiculteurs



Croisement par wilaya

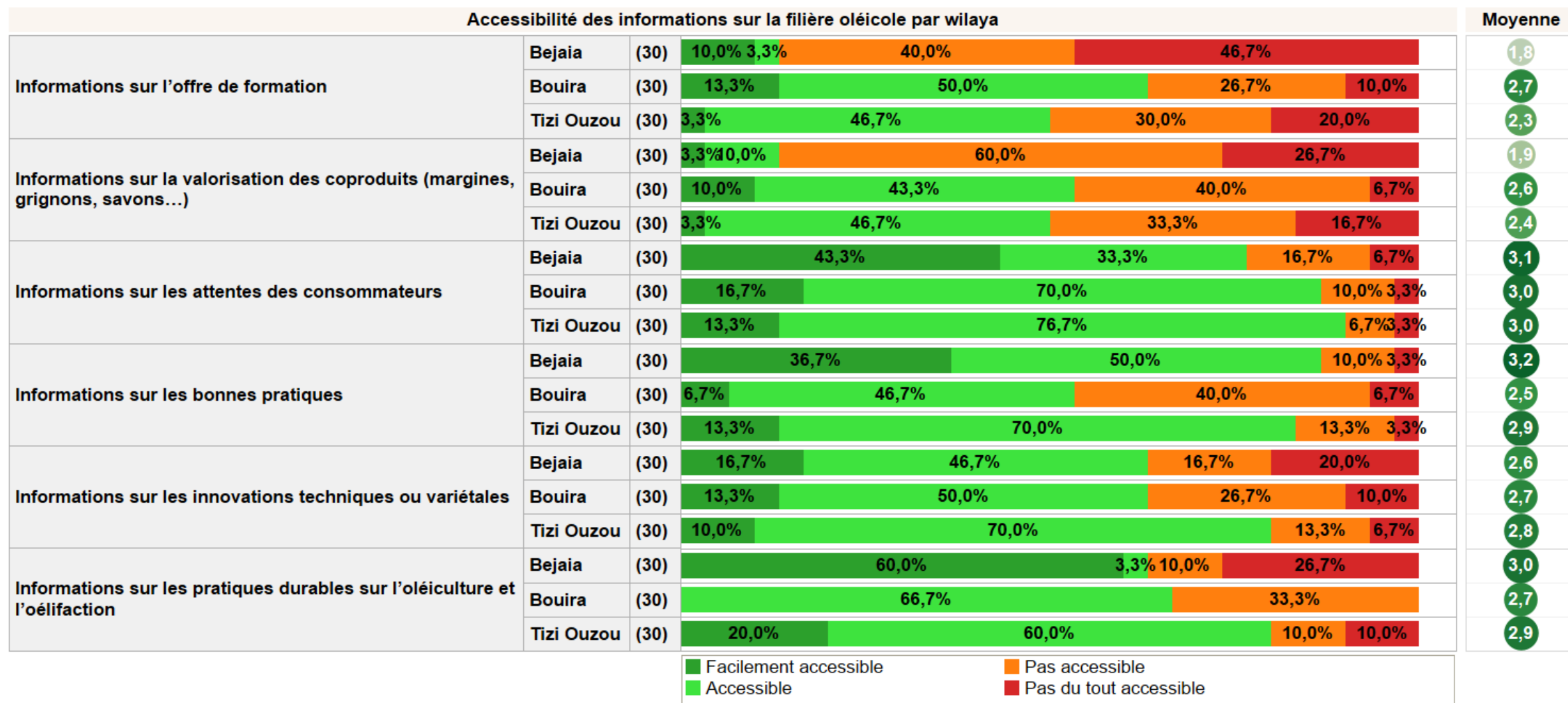


# Accessibilité des informations de la filière oléicole -1/3



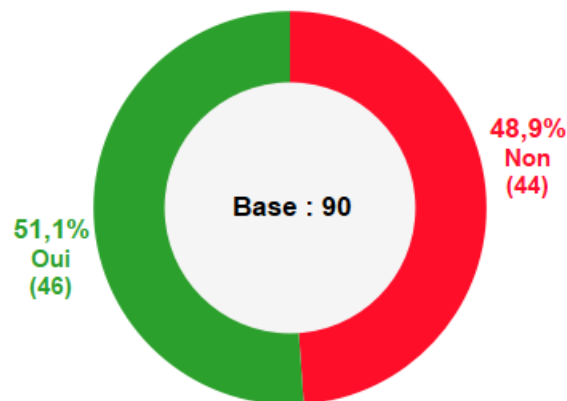
Calcul des moyennes : Facilement accessible =4 / Accessible=3 / Pas accessible =2 / Pas du tout accessible =1

# Accessibilité des informations de la filière oléicole -2/3-



# Satisfaction de l'offre d'appui-conseil

## Satisfaction par l'offre d'appui-conseil sur la filière oléicole



### Raisons de non satisfaction (Base : 44)

Qualité insuffisante des formations (contenu)	68,2%
Nombre de formations insuffisant	65,9%
Formateurs peu ou pas qualifiés	18,2%
Disponibilité (formations organisées au mauvais moment)	11,4%
NSP/SR	4,5%

### Croisement par wilaya

Bejaia (11)	Bouira (8)	Tizi Ouzou (25)
81,8%	75,0%	56,0%
63,6%	37,5%	80,0%
	12,5%	28,0%
		20,0%
		8,0%



# Synthèse



# Synthèse

- En moyenne, les huileries font travailler **4** employés permanents et **6** saisonniers.
- **66%** des oléifacteurs déclarent que les employés portent des équipements de protection individuelle, dont **11%** aux postes à risque.
- **87%** des salariés ne portent pas d'équipement de protection parce qu'ils estiment que ce n'est pas utile, **13%** à cause de leurs chertés.
- Les équipements portés sont principalement des tabliers (**80%**), chaussures à bout renforcé (**68%**) et des gants (**63%**).
- La quantité d'olives triturées a baissé en 2020 par rapport à 2018 et 2019.  
En 2020, la wilaya de Bejaia détenait **2 fois** plus de quantité d'olives triturées par rapport à Bouira & Tizi Ouzou.
- Le taux d'utilisation des capacités des huileries est de **73%**. En moyenne, la capacité de trituration théorique est de **14 quintaux/heure** alors la capacité réelle, elle est de **10,5 quintaux/heure**. Cet écart est justifié par le refus des oléiculteurs de mélanger leur production (**44%**), pénurie des olives (**43%**) et la faible qualité des olives (**12%**).
- Le temps d'activité moyen des huileries est de **12,3 heures**, et la rétribution de la prestation des moulins est en moyenne de **730 DA** par **Quintal** et de **13%** par **100 litres** de huile produite (**1/8 = 1 litre d'huile pour 8 produites**).
- **3/4** des huiles produites sont pour des tiers.
- Globalement, **+70%** des oléifacteurs connaissent les huiles **vierges, extra et normales** et **43%** l'huile lampante.
- **99%** des oléifacteurs goutent les huiles qu'ils produisent et la trouvent **douces** à **81%**.

# Synthèse

- Les oléifacteurs s'approvisionnent principalement en olives Chemlal (**84%**), Azeradj (**50%**) et Limli (**37%**).
- **70%** des olives réceptionnées par les oléifacteurs sont noires.
- **57%** des oléifacteurs interrogés refusent la trituration d'olives abîmées. En revanche les oléifacteurs acceptent la trituration de ces olives (**43%**) et cela pour respecter les consignes des oléiculteurs (**85%**).
- **81%** des oléifacteurs attendent **moins d'une semaine** avant la trituration des olives. (**29% moins de 24h**)
- Les olives sont laissées à maturation à cause du manque de temps (**53%**), des consignes des oléiculteurs (**33%**) et pour obtenir une huile spécifique (**25%**)
- **95%** des olives sont stockées à l'extérieurs : **52%** à l'abri du soleil et **43%** en plein air (plateforme de stockage). Que **18%** qui disposent d'une pièce à température ambiante.
- **23%** des oléifacteurs jugent à **52%** que ce n'est pas utile de laver les olives et à **43%** pour ne pas dégrader la qualité de l'olive.
- Les olives sont principalement lavées par l'eau des puits (**59% au global**) à plus de **67%** à Bejaia et Bouira, à l'eau du robinet (**41% au global**) et à **75%** à Tizi Ouzou.
- **88%** des oléifacteurs qui lavent les olives ne font pas de prélèvement d'eau pour analyses physico-chimiques parce qu'ils estiment que ce n'est pas utile (**57%**) et à cause de leur cherté (**30%**).
- **88%** des oléiculteurs déclarent effeuiller les olives récoltées avant trituration.

# Synthèse

- Les cuves / citernes en plastique et les bidons en plastique de 20 litres sont les récipients les plus utilisés pour le stockage de l'huile d'olive avec respectivement **69%** et **46%** pour leurs commodités.
- **92%** de l'huile produite est stockée à l'abri de la lumière.
- **12%** des oléifacteurs interrogés valorisent les grignons. L'usage principal des grignons est le chauffage domestique ou pour faire fonctionner la chaudière (**73%**). La valorisation en composte organique et en savon est marginale.
- La non valorisation des grignons trouve comme premier motif le manque de savoir-faire des oléifacteurs à **58%** suivi à **34%** par la non rentabilité. En plus **15%** ne trouvent pas de débouchés à leurs valorisation.
- **60%** des grignons non valorisés sont jetés dans la nature alors que **34%** restent entassés à côté des huileries.
- Aucun des oléifacteurs interrogés ne valorisent les margines à cause de l'absence du savoir-faire (**58%**) et de non rentabilité (**43%**). **79%** des margines finissent dans le réseau des eaux usées, le reste est déversé aux abords de l'huilerie ou dans les cours d'eau.
- La fréquence de nettoyage, allant de quotidiennement à rarement, est fortement liée à l'objet du lavage, allant du sol à la machinerie.
- **58%** des maintenances machines sont préventives et se résument dans le contrôle et la révision périodique (changement d'huile, filtres, courroies, vérifications...). **36%** concernent des maintenances curatives (intervention en cas de panne). Par ailleurs les contrats de maintenance avec les installateurs / fournisseurs sont très peu pratiqués.

# Synthèse

- Le canal principal de la vente de l'huile d'olive est la vente directe dans l'huilerie (les clients viennent acheter directement) **98%**. Et dans **81%** de cas c'est des ventes en vrac et sans étiquetage (bouteille d'eau minérale, coca, bidons, etc.).
- Le choix de la vente d'huile d'olive en vrac sans étiquetage est motivé par la rentabilité pour **59%** des oléifacteurs et les attentes du consommateur pour **47%** d'entre eux.
- Le conditionnement d'huile d'olive est assuré par **83%** des oléifacteurs eux-mêmes ou un employé avec une mise en bouteille manuelle. L'embouteillage automatique est plus présent à Bejaia (**34%**).
- **86%** des oléifacteurs ne possèdent pas de marque commerciale d'huile d'olive. **43%** disent que ce n'est pas utile, **40%** à cause des coûts importants de mise en marché et **37%** à cause du manque de la demande.
- **70%** des oléifacteurs n'utilisent aucun support de communication pour faire connaître leurs produits, ce sont les clients qui viennent directement à eux (Bouche à oreille).
- D'après les oléifacteurs, le consommateur algérien d'huile d'olive demande principalement à avoir une huile de meilleur goût (**89%**), de meilleure qualité (**79%**), à un prix plus bas (**69%**) et plus disponible (**47%**).
- **36%** des oléifacteurs analysent leur huile d'olive. Les analyses sont faites à **91%** une fois par an.
- **66%** des analyses sont faites dans des laboratoires privés et **25%** chez l'ITAFV.
- Les raisons principales de non analyse de l'huile d'olive sont leur non utilité (**76%**) aux yeux des oléifacteurs ainsi que les coûts élevés (**30%**), le manque de confiance est aussi évoqué à **12%**.

# Synthèse

- Aucun des oléifacteurs sondés ne fait parti d'une organisation professionnelle. Sur les deux dernières années, il y a que **2%** qui ont bénéficié d'activités de formation, de vulgarisation ou d'appui-conseil.
- La notoriété de l'**ITAFV** est établie à **24%** alors que le CNIFO n'est que très peu connu par **7%** d'oléifacteurs dont **2/3** n'en connaissent aucun rôle.
- Les rôles principaux attribués à l'**ITAFV** sont : Laboratoire d'analyse et Formation & vulgarisation.
- **38%** des oléifacteurs interrogés mènent des actions de mutualisation ou de concertation avec leurs confrères oléifacteurs. **71%** des actions mutualisées sont des ateliers d'échange d'expérience, **56%** en moyens de transport et **44%** en moyens de maintenance (Réparation). Notons une faible mutualisation des moyens commerciaux et de conditionnement.
- **51%** des oléifacteurs proposent leurs services aux oléiculteurs. Ces services sont principalement le transport des olives (**91%**) et de l'huile (**80%**) et la mise en bouteille (**20%**).

- L'accessibilité des informations de la filière oléicole :

	Accessibilité
Informations sur les attentes des consommateurs	84,4%
Informations sur les bonnes pratiques	74,4%
Informations sur les pratiques durables sur l'oléiculture et l'oléifaction	70,0%
Informations sur les innovations techniques ou variétales	68,9%
Informations sur l'offre de formation	42,2%
Informations sur la valorisation des coproduits (marges, grignons, savons...)	38,9%

- **49%** des oléifacteurs ne sont pas satisfaits de l'offre d'appui-conseil sur la filière oléicole, davantage à Tizi Ouzou. Les raisons de non satisfaction sont substantiellement la qualité du contenu, le nombre de formation et la qualité des formateurs.

# Key points & Recommendations-1/2

Au regard des chiffres présentés plus haut, il apparaît clairement une hétérogénéité de certains comportements (équipements de protection, réception et stockage des olives, traitement des olives abimés, lavage et sources de l'eau de lavage, fréquence de nettoyage) et attitudes (connaissance des variétés d'olives et des types d'huile d'olives et même de goût -douce, légère, amère...-) des oléifacteurs selon la wilaya de localisation.

De ce fait, certaines des actions à mener auprès d'eux sont donc personnalisables comme celles liées à la :

- Formation technique (contenu) et nombre de formations
- Vulgarisation, appui-conseil
- Mutualisation des moyens

Cependant, certains comportements sont homogènes quasiment partout : pas de marque commerciale, faible communication, 1/5 participent aux foires/salons. Les attentes du consommateurs résumés dans le goût, la qualité et la prix.

Par ailleurs, l'accompagnement dans la « syndication » des activités des oléifacteurs, l'intégration de la filière et la valorisation des produits (grignons et margines) pourraient se faire de la même manière auprès d'eux vu la faiblesse voire l'absence d'ancrage de ces activités dans la filière.

A titre d'exemple, l'intégration de la filière en amont vers les oléiculteurs est très faible et se limite aux opérations logistiques de transport de ou vers l'oléiculteur des olives ou de l'huile d'olive. Le même constat aussi pour les actions aval de commercialisation du produits quasiment absentes.

La mutualisation des moyens entre oléifacteurs restent aussi faible et concernent essentiellement les échanges d'expérience (souvent informels), le transport et les moyens de maintenance. Tout ce qui a trait aux équipements (production...), conditionnement et commercialisation des produits n'est que faiblement pratiqué.

# Key points & Recommendations-2/2

Nous retenons aussi le fait que le taux d'utilisation des capacités actuel offre des possibilités de trituration des quantités supplémentaires d'olives. D'où l'intérêt de chercher des olives récoltées dans d'autres régions du pays.

L'amélioration des rendements ne nécessitera pas l'augmentation des capacités de trituration, elle permettra l'amélioration de la rentabilité des oléifacteurs.

Malgré que nous n'avons pas posé la question expressément sur le prédominance du mode de rétribution de la trituration des olives des oléiculteurs, nous avons réinterrogé quelques oléiculteurs dans les trois wilayas qui nous ont confirmés que depuis quelques années, la tendance va vers le service (rappelons que  $\frac{3}{4}$  des quantités produites sont pour des tiers) :

- ✓ Payer la trituration de 100 kg d'olive entre 600 à 800 DZD voire plus selon l'endroit. Quand l'oléifacteur achète les olives pour soi, le prix dépend aussi de la qualité des olives.
- ✓ Par conséquent, la rétribution par pourcentage de l'huile est de moins en moins pratiquée.

Trois éléments peuvent expliquer le fait que la moitié des interrogés soit satisfaite de l'offre de formation de la filière oléicole actuelle :

- ✓ 2% seulement des oléifacteurs ont bénéficié de formations, vulgarisation et appui-conseil sur les 12 derniers mois,
- ✓ La faible notoriété des structures d'accompagnement comme l'ITAFV et le CNIFO
- ✓ Et la non accessibilité aux informations concernant les formations et la valorisation des coproduits



# Rapport oléifacteurs



EXPERTISE  
FRANCE

Mai 2021

01 rue des frères Hamza 16302 Dély Ibrahim, Alger - Algérie  
Tel. : +213 23 31 20 80