

Expertise France Programme PASA

Etude des options de conditionnement de l'huile d'olive algérienne

Résumé Exécutif
Juillet 2023



Sommaire

1	Contexte, objectifs et méthodologie	03
2	Activité de conditionnement de l'huile d'olive	05
3	Situation actuelle des entreprises de conditionnement	13
4	Synthèse conclusive et recommandations	18

1

Contexte, objectifs et méthodologie



Contexte, objectifs et méthodologie

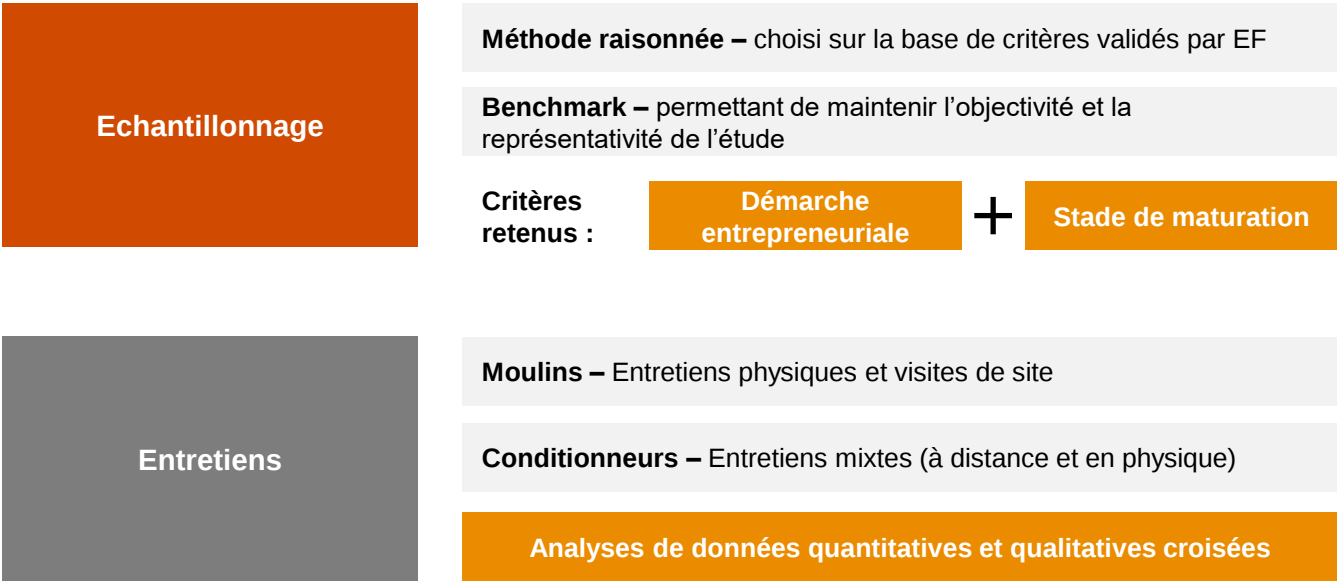
Contexte et objectifs de l'étude

Cette étude porte sur 30 moulins oléicoles du Nord Est Algérien. Elle vise à **évaluer la situation actuelle de ces entreprises dans le domaine du conditionnement** ainsi qu'à **identifier les défis et opportunités pour leur développement futur**. La présente enquête s'inscrit dans une perspective d'analyse descriptive et de compréhension des enjeux liés au développement de ces entreprises et de leur capacité à se positionner sur le marché de l'huile d'olive conditionnée.

Les objectifs sont :

- L'évaluation de l'opportunité de lancement d'un nouveau groupement de producteurs avec une vision stratégique marketing commune
- La pertinence d'un business model du groupement pour la pénétration du marché de l'huile d'olive conditionnée (typologie BM, points forts, points à améliorer)
- le recensement des principales options de conditionnement et de marketing
- Identifier les structures locales capables de répondre aux besoins de conditionnement et de marketing de la filière oléicole de Kabylie.

Méthodologie de l'étude



Il est important de noter que la constitution de l'échantillon ne se fonde pas sur un système de probabilités, ce qui peut entraîner une non-représentativité des profils et un biais potentiel des résultats. Par conséquent, les résultats doivent être analysés avec prudence dans le cadre d'une étude méthodologique de recherche.

2

Activité de conditionnement de l'huile d'olive

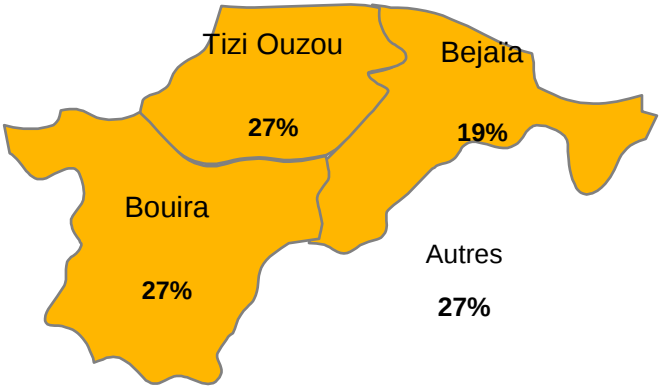


Les moulins modernes de la région BBTO dépendent fortement de la trituration pour autrui

74% des moulins ciblés se trouvent dans la région BBTO :

Un échantillon de **30 moulins** du nord est algérien a été étudié dont **74%** font partie de la région Béjaïa, Bouira et Tizi Ouzou (BBTO). Le quart des moulins restants se trouvent administrativement en dehors de cette région, mais des wilayas limitrophes (Sétif, Boumerdes, Jijel et Bordj Bou Arreridj) que nous appellerons "AUTRES". Les moulins situés en dehors de la région BBTO ont été pris en compte pour identifier d'autres pratiques de conditionnement dans la filière oléicole. Ces régions voisines présentent une proximité culturelle et territoriale de la région BBTO.

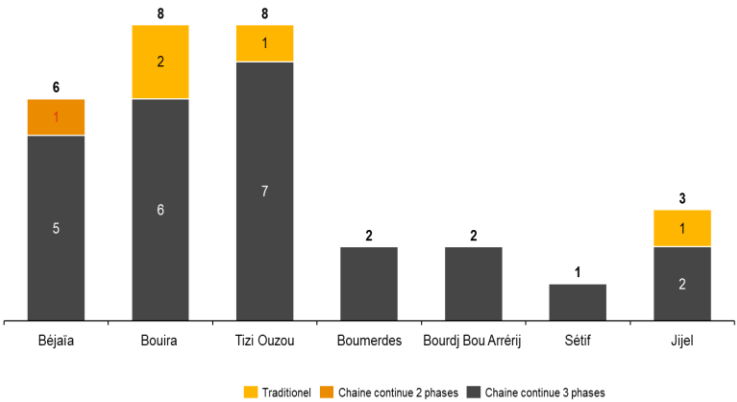
Répartition géographique des oléifacteurs adressés



87% des moulins adressés sont modernes :

La chaîne de production de l'huile d'olive est différente d'une technologie à une autre. A des fins d'analyse, l'échantillon adressé regroupe les différentes typologies de moulins selon le taux d'automatisation ainsi que le nombre d'étape dans la chaîne. **87%** des moulins adressés sont modernes avec une répartition de **3%** en chaîne continue à deux (2) phases, **83%** en chaîne continue à trois (3) phases. Le reste sont des moulins traditionnels (13%).

Répartition de l'échantillon par type de moulin



La qualité de l'huile d'olive dépend fortement de la qualité de l'olive triturée ce qui accentue l'importance de la traçabilité

L'étude de la structure d'approvisionnement en olives a révélé également les points suivants :

20% des olives triturées proviennent des vergers appartenant aux propriétaires des huileries situées dans la région BBTO. et **1%** du volume de vergers en dehors de la région BBTO.

1/3 des olives triturées sont achetées, dont 30% en dehors de la région BBTO, et seulement **7%** des olives achetées proviennent de la région BBTO.

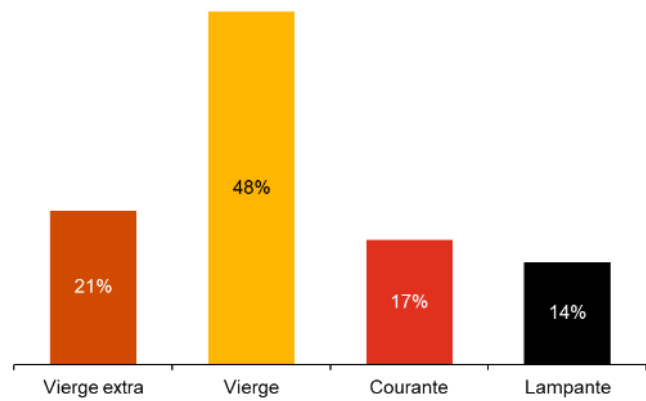
La structure de production de l'huile d'olive dans la région est principalement caractérisée par la dominance des circuits informels.

L'activité de prestation de services représente plus de **40%** des quantités d'olive triturées. La plupart des mouliniers dépendent fortement de cette activité car elle génère des liquidités

Les moulins qui conditionnent, produisent de l'huile d'olive qui répond aux standards qualité

Près de 70% de l'huile d'olive produite par le panel respecte les normes de qualité

Répartition de la production des catégories d'huile conditionnées



Selon l'étude de consommation précédente, la culture alimentaire algérienne de consommation de l'huile d'olive lampante et son usage « traditionnel » dans les plats traditionnels joue un rôle important dans la **préférence pour le goût de l'huile d'olive lampante**.

Cependant, **la consommation d'huile d'olive vierge ou vierge-extra tend à augmenter**, notamment avec une prise de conscience croissante des bienfaits pour la santé de ces huiles et une demande croissante de produits de qualité supérieure.

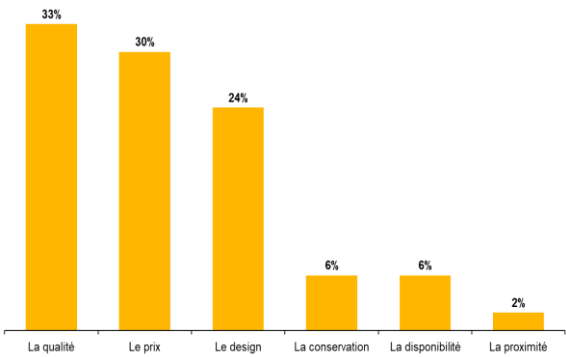
Les critères de choix du packaging de l'huile d'olive conditionnée en point de vente :

Le choix du packaging de l'huile d'olive conditionnée en point de vente est un processus complexe qui implique de nombreux critères notamment :

- La qualité à hauteur de 33% (primordiale pour éviter les mésaventures lors du transport des lots) ,
- le prix à hauteur de 30%,
- la forme et la couleur des bouteilles sont des éléments clés qui jouent un rôle déterminant dans la décision des moulins.

Les moulins ont tendance à éviter d'investir dans des packagings plus élaborés car ils ont du mal à répercuter le coût du conditionnement sur les clients finaux.

Les critères de choix du packaging

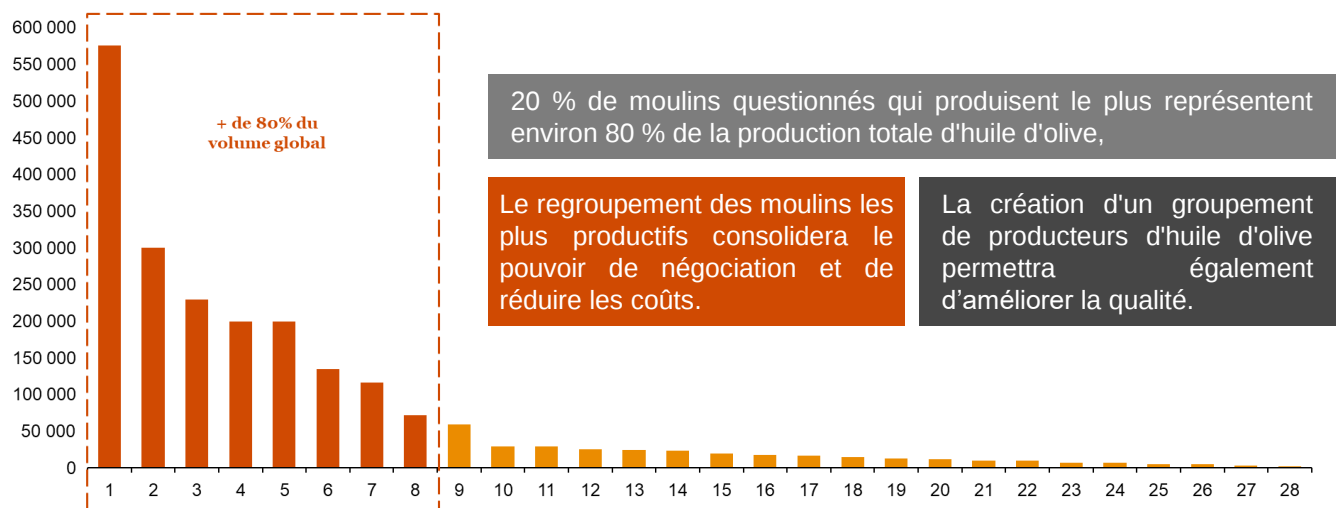


En ce qui concerne la forme et le design, la plupart des moulins optent pour **des contenants en plastique de forme arrondie et de couleur translucide en raison de leur disponibilité sur le marché** ainsi que de la forte demande sur ce type de bouteilles.



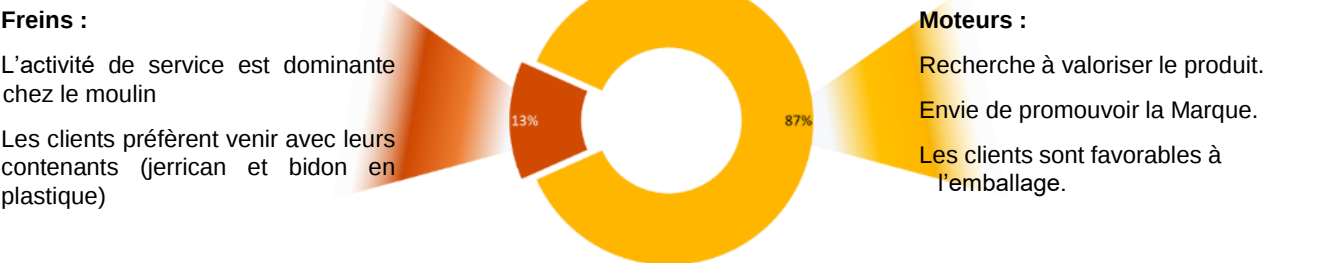
Le regroupement permettrait de réduire les coûts de production et de conditionnement

Le regroupement des moulins les plus productifs ciblés offrirait divers avantages



87% des huileries visitées effectuent le conditionnement sur le site de production avec leurs propres installations

Au cours des cinq (5) dernières années, on observe une tendance à l'émergence de l'activité de conditionnement dans notre échantillon, et cela a été particulièrement marqué chez la majorité des huileries que nous avons visitées dans différentes régions cibles. Nous avons constaté que :



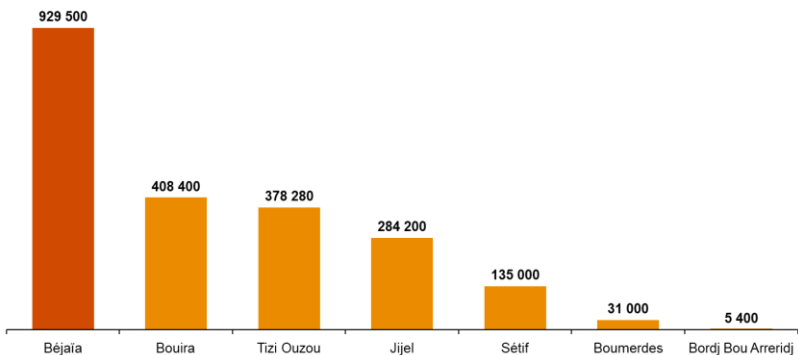
Taux de moulin avec une activité de conditionnement établi

Le panel de moulins de la région BBTO réalise un volume de production de **1 716 180 litres**. Cette performance est principalement expliquée par :

- une **concentration en moulin moderne** dont la capacité de trituration est supérieure aux autres régions ;
- la **disponibilité de vergers en propres** qui contribuent en moyenne à **49%** de leurs productions d'huile.

L'augmentation du prix des olives a poussé les moulins des autres régions à baisser leur production.

Volume de production d'huile d'olive conditionnée par région (en litres)

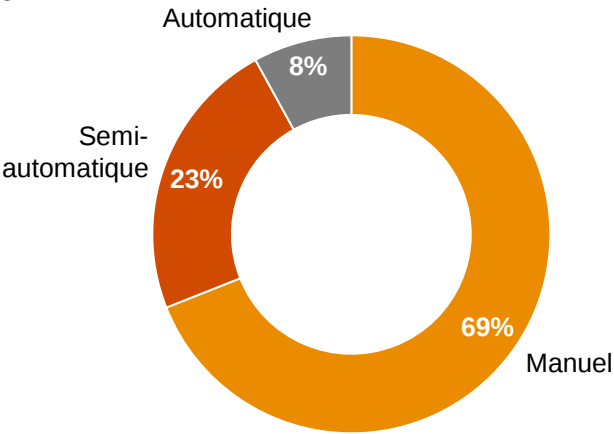


En général, le conditionnement de l'huile d'olive se fait manuellement et dans des bouteilles en PET

Seulement deux moulins (soient 8%) disposent d'équipements automatiques couvrant l'ensemble de la chaîne de conditionnement :

Les résultats de notre enquête auprès des moulins ont révélé des conditions économiques défavorables qui limitent l'utilisation d'équipements automatisés ou semi-automatisés, tant dans les zones commerciales que dans tout le pays.

Nous avons distingué trois (3) groupes de moulins selon leur niveau d'automatisation de la chaîne de conditionnement : près de 70% des moulins conditionnent leur huile totalement manuellement. Seulement 8% ont les équipements nécessaires pour automatiser le maillon du conditionnement.



L'enquête révèle une rupture dans la chaîne de conditionnement de l'huile d'olive. Les moulins utilisent principalement un remplissage manuel des bouteilles depuis les cuves

	Filtration	Soufflage	Remplissage	Sertissage	Etiquetage
 Absence	77%	81%	-	-	-
 Manuel	12%	8%	69%	77%	77%
 Semi-automatique	4%	4%	23%	15%	15%
 Automatique	8%	8%	8%	8%	8%

Le PET translucide est le conditionnement de l'huile d'olive le plus répandu et le plus utilisé actuellement pour son prix accessible et sa praticité de transport et de stockage.

	 PET	 Verre	 BIB	 Vrac
Export	2%	≈0%		15%
Centrale d'achat	4%	1%		
Grossistes	4%			
Distributeurs	2%	17%	2%	
GMS	6%	9%		
Détaillants	4%	≈0%	≈0%	1%
Horeca		2%		
Particuliers	32%	≈0%		

- Les **contenants en PET** sont les plus utilisés pour la commercialisation de l'huile d'olive. Les moulins ont réussi à **référer ce produit dans des circuits de grande distribution**. Cependant, le plus gros volume de vente reste les particuliers qui s'approvisionnent directement auprès des moulins.
- Principalement vendu par les grandes surfaces et les distributeurs, **le verre est le deuxième conditionnement le plus utilisé**.
- L'huile vendue en vrac est principalement destinée à l'exportation et préparée en conteneurs IBC de 1 000 litres.

Les contraintes liées au conditionnement peuvent être contournées par le regroupement

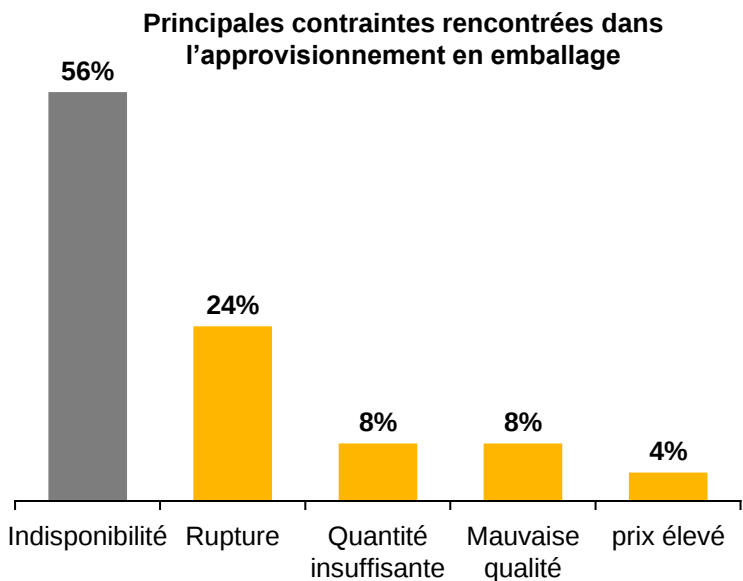
Plusieurs contraintes limitent la capacité des moulins à répondre à la demande croissante

La combinaison de :

- la rareté des bouteilles en verre,
- des quantités minimales d'achat élevées imposées par les fournisseurs,
- des coûts de transport et d'importation, et
- du manque de pouvoir de négociation des moulins,

constitue un défi pour l'approvisionnement en emballage de l'huile d'olive.

- Pour pallier les contraintes d'approvisionnement en emballages, les achats groupés apparaissent comme une solution efficace pour cette industrie fragilisée par sa fragmentation et la faiblesse de son pouvoir de négociation.



Le système coopératif pourrait venir en réponse aux défis du conditionnement de l'huile d'olive pourtant les moulins préfèrent protéger cette activité considérée familiale

Le système coopératif et mutuel reste peu développé en Algérie, en particulier dans la filière oléicole. Les huileries doivent supporter seules les coûts matériels et financiers liés à la production d'huile d'olive conditionnée de qualité.

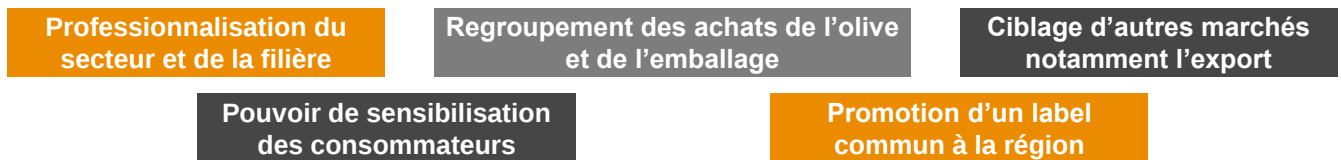


Les propriétaires des différentes huileries ont exprimé plusieurs contraintes qui pourraient entraver la réussite la constitution d'une coopérative telles que : l'individualisme, la mentalité, la confiance et la tutelle.

L'exploitation des terres est souvent considérée comme une activité familiale et individuelle, et la coopération avec d'autres producteurs peut être perçue comme une intrusion dans cette sphère culturellement privée.

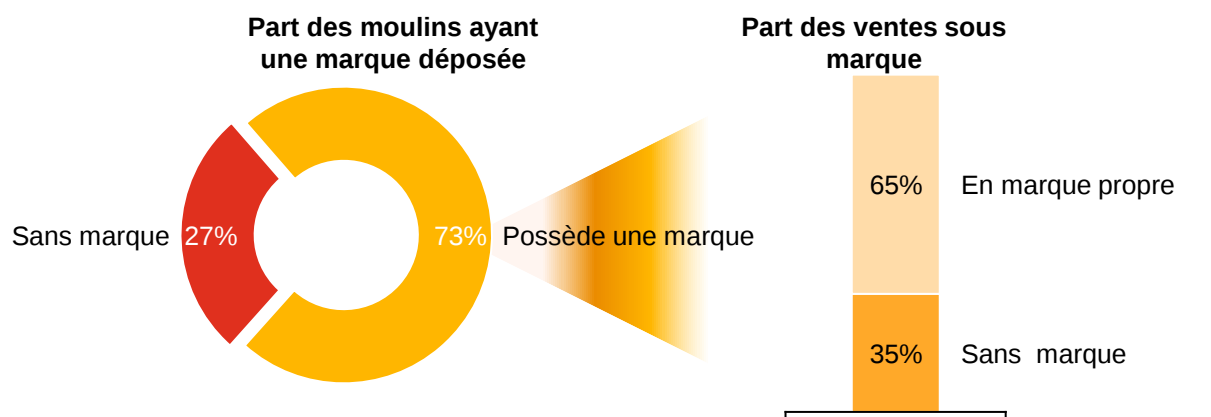
Ils s'interrogent également sur l'efficacité de l'organisation collective et le niveau de qualité à atteindre.

En dépit de leurs réticences, notre enquête révèle que plus de **80%** des moulins adressés répondent positivement à une démarche de regroupement et de se constituer en coopérative. Cette perspective, les intéresse, car elles leur pourraient leur permettre de réaliser les objectifs mentionnés ci-après :



La commercialisation sous une marque reconnue permet de dégager une meilleure marge

La vente sous marque : un choix stratégique pour les producteurs de l'huile d'olive conditionnée



La plupart des huileries qui produisent de l'huile d'olive conditionnée ont créé une marque sous laquelle elles commercialisent leurs produits (73%). Selon plusieurs producteurs, la création d'une marque était une étape indispensable pour la distribution et la commercialisation de l'huile d'olive auprès des grandes et moyennes surfaces. Elle leur permet de gagner en visibilité et de faire connaître leur travail au niveau national, voire international pour ceux qui exportent.

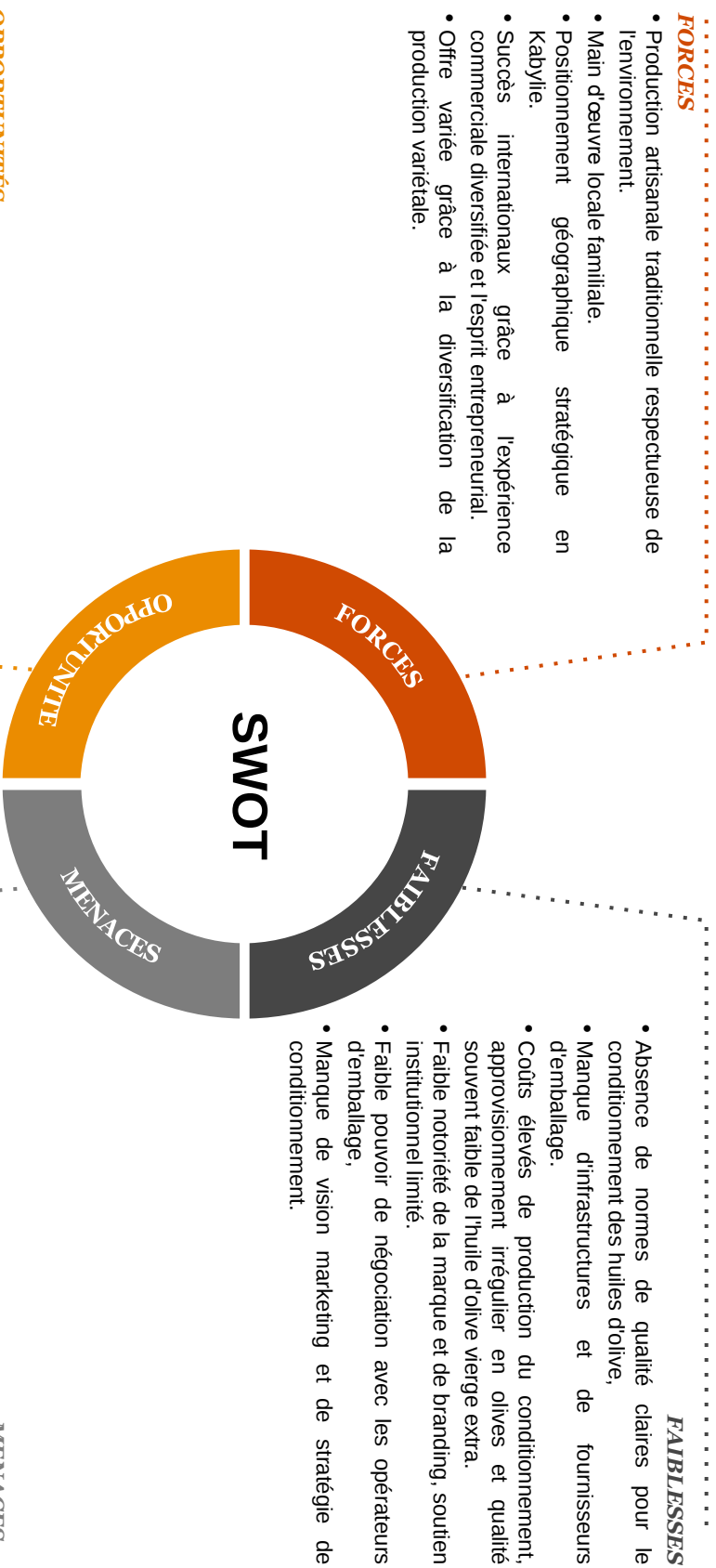
Structure des coûts du conditionnement

Désignation	Centre de coûts	PET 1l	Verre 1l
Approvisionnement	Total coût d'approvisionnement (35% en vergers propres ; 65% en achats)	542	542
Production d'huile d'olive	Total coût de production huile d'olive	34	34
Conditionnement d'huile d'olive	Total coût de conditionnement de l'huile d'olive	29	49
Commercialisation	Total coût de commercialisation de l'huile d'olive	8	8
Charges directes	Total charges directes	613	633
Charges indirects	Total charges indirectes	153	158
Total coût de production		767	792
Marge		4%	51%
Prix de ventes		800	1600

Les marges pratiquées dans la région sont relativement faibles cette année (800 DZD pour le PET et 1 600 DZD pour le verre 1L). Le verre est plus cher en raison de son indisponibilité chez les distributeurs, ce qui permet aux huileries de fixer des prix plus élevés et de cibler une clientèle haut de gamme.

Les marges élevées sur la vente d'huile d'olive peuvent être liées à sa qualité supérieure ou à sa rareté, incitant ainsi les consommateurs à accepter un prix plus élevé.

Huile d'olive conditionnée de Kabylie : SWOT d'une production artisanale en quête de visibilité et qualité



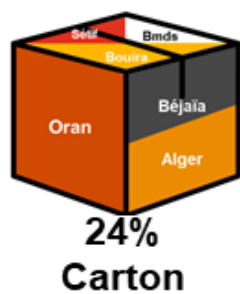


3

**Situation actuelle
des entreprises de
conditionnement**

Le secteur du conditionnement en Algérie est dominé par l'emballage plastique ...

- Le secteur de l'emballage et du conditionnement connaît une croissance tirée par divers secteurs en développement qui impactent directement les dépenses des ménages.
- Ce secteur est dominé en Algérie par l'emballage plastique et carton car il souffre drastiquement du manque de matières premières.
- La politique des pouvoirs publics encourage l'investissement dans le secteur du conditionnement



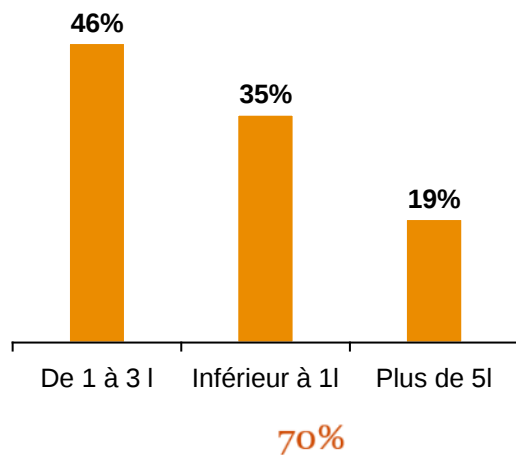
- Les entreprises interrogées se trouvent en majorité dans les grandes villes et la région BBTO.
- Les entreprises d'emballage adressées se répartissent entre TPE, PME et grandes entreprises.
- Près de 60% des entreprises interrogées activent dans le secteur de la plasturgie.



1. Conditionnement au plastique

- Les entreprises interrogées produisent généralement des **formats individuels en PET**
- Les plasturgistes déclarent connaître assez bien le secteur oléicole

60%
Pourcentage de la production de bouteilles est en matière PET



250 KDZD
Montant d'investissement dans un nouveau moule de soufflage

2500 à 6000 Bouteilles
Quantité minimale requise à commander pour l'installation d'un nouveau moule

70%
Pourcentage des opérateurs interrogés détenant un certificat d'alimentarité

- L'enquête terrain révèle que 100% des acteurs interrogés sont intéressés par un investissement dans la conception de nouveaux emballages personnalisés. Ils ont affirmé que le seul investissement nécessaire est l'achat d'un nouveau moule qui coûte approximativement 250 KDZD.
- La quantité minimale de production varie entre 2 500 et 6 000 bouteilles selon la contenance et la densité du plastique utilisé.
- De plus, 70% des acteurs interrogés détiennent des certificats d'alimentarité ce qui facilite leur introduction dans l'industrie oléicole.
- D'ailleurs, les acteurs dotés de ce certificat ont des bouteilles de contenance variée entre 100 ml et 5 l et essaient de couvrir toutes les capacités possibles de l'agro-alimentaire.

... suivi par les entreprises de conditionnement en carton



2. Conditionnement en carton

Le conditionnement en carton offre à l'huile d'olive une **protection optimale contre la lumière**. Il est considéré plus écologique et plus léger que la bouteille en verre. Il existe **deux principaux types d'emballage en carton dédiés au conditionnement de l'huile d'olive** :

Bag in Box

- **Peu d'acteurs commercialisent leurs produits dans le bag in box (BIB)** hormis ceux dont la production est exportée.
- **Le sac du BIB est importé** car les acteurs de ce segment ne proposent que des sacs dédiés au conditionnement de petits volumes de produits alimentaires solides dont le bouchon est en polypropylène.
- **Les offres du marché de l'emballage en carton en Algérie ne sont pas alignées aux méthodes universelles de conditionnement de l'huile d'olive dans le carton.**



Tetra Pack

- Les **différentes couches du pack assurent** sa solidité, son étanchéité ainsi et **protègent le produit de la lumière et de l'oxygène**.
- Etant aseptisé, le **tetra pack est donc très utilisé dans la conservation des aliments** par plusieurs acteurs de l'agroalimentaire.
- Cet **emballage est privilégié car il assure une protection sur 3 axes** : le vide au niveau du bouchon, la barrière à l'oxygène et la barrière à la lumière ce qui empêche l'oxydation et permet une conservation de 36 mois.

Le Bag in Box n'est pas connu chez les producteurs d'emballage en carton, et préconisent d'éventuels études approfondies afin de mieux cerner le potentiel du marché ainsi que ses exigences.



L'emballage métallique reste un des conditionnements les plus protecteurs de l'huile



3. Conditionnement en métal

5

Acteurs de l'emballage métallique

...dont ...

3

Conditionneurs de l'agroalimentaire

...et ...

1

Seul acteur intéressé par le développement du secteur

L'Algérie n'a connu que l'huile de table conditionnée dans des contenants métalliques. Aujourd'hui, ces contenants sont substitués par le plastique. Cela est dû à plusieurs facteurs, notamment :

- **le coût élevé** des boîtes métalliques qui est dû à la rareté de la matière première
- **la culture de consommation** qui ne favorise pas l'utilisation de ce type d'emballage.

Un des acteurs interrogés a choisi **de ne pas s'attarder sur le secteur oléicole** et de mieux se focaliser sur ses autres marchés de l'agroalimentaire qui sont plus rentables et mieux maîtrisés car :

- **L'investissement nécessaire est colossal** pouvant atteindre les 2,5 millions d'euros ;
- **La quantité minimale requise** pour lancer une production **est importante** ;
- **La qualité premium est nécessaire** pour un conditionnement métallique de l'huile d'olive.

Un seul acteur est intéressé de tisser un partenariat avec les acteurs du secteur oléicole afin de conditionner l'huile d'olive dans des bouteilles métalliques sous trois formats : 500 ml, 1l et 5l



Le conditionnement en verre est rare en Algérie et présente un niveau de maturité faible

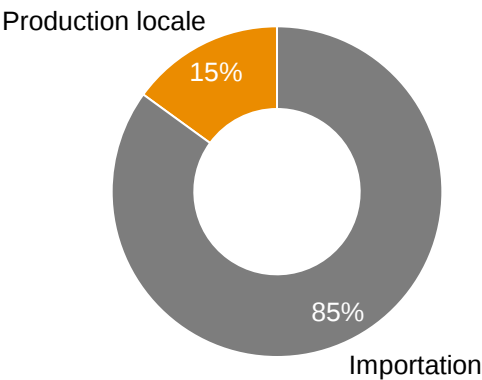


4. Conditionnement en verre

L'offre du marché de l'emballage en verre est relativement faible

L'industrie du verre en Algérie est encore embryonnaire comparativement à la demande intérieure. La production d'emballage en verre est limitée ce qui signifie que le pays importe encore une grande partie de ses besoins en bouteilles en verre. **En 2021, l'Algérie a importé l'équivalent de 6.7 milliards de dinars** de tout type confondu d'emballages en verre; Cependant, les investissements récents dans ce secteur indiquent un certain potentiel pour le développement de la production locale de bouteilles en verre.

Répartition entre la production locale et les importations des emballages en verre en Algérie en 2021



Le marché de conditionnement en verre en Algérie est principalement représenté par deux entreprises : NOVER et ALVER.

Le marché du conditionnement présente des niveaux de maturité divergents d'un type à l'autre

Type de condition.	Opportunités	Risques	Niveau de maturité
Bag in Box	- Disponibilité du carton (partie extérieure) du bag in box. - Intérêt des acteurs de l'emballage en carton pour d'éventuels partenariats permettant l'investissement dans cet emballage.	- Absence de producteurs des poches et robinets de bag in box. - Méconnaissance de cet emballage. - Manque de visibilité sur le marché du Bag in box en Algérie. - Nécessite de réaliser une étude de faisabilité et prototypage avant de prendre une décision finale quant à l'investissement dans le BIB	
Tetra pack	- Intérêt porté pour un potentiel accord commercial avec les acteurs du secteur oléicole. - Connaissance de l'emballage Tetra pack de la part des consommateurs algériens. - Emballage recyclable et écologique	- Emballage non répandu sur le marché de l'huile d'olive dans le monde - Huile non visible pour le consommateur qui demande à estimer son huile à l'oeil nu	
Verre	- Potentialité d'augmentation des capacités de production locales. - Intérêt des pouvoirs publics pour le développement de ce type d'emballage.	- Faibles capacités locales et important recours à l'importation. - Incapacité d'un des acteurs à adresser le secteur oléicole en raison de son faible potentiel industriel. - Présence d'un seul acteur en mesure de produire des bouteilles adaptées à l'huile d'olive.	
Metal	Possibilité de tisser un accord commercial avec l'entreprise nationale pour la fourniture d'emballage métallique de forme cylindrique de 1l, 3l et 5l.	- Peu d'acteurs en mesure de produire ce type d'emballage. - Absence de production d'emballage métallique rectangulaire dédié à l'huile d'olive. - Désintérêt du leader du marché pour l'investissement dans un emballage métallique spécifique à l'huile d'olive.	
Plastique	- Présence d'un nombre important de producteurs de bouteilles en plastique PET ayant une offre en mesure de satisfaire le besoin du secteur oléicole en Algérie. - Intérêt des acteurs interrogés dans l'investissement dans de nouveaux moules de soufflage.	- Emballage non écologique - Incapacité à préserver les propriétés organoleptiques de l'huile d'olive	

The image features two glass bottles of olive oil. The bottle on the left is larger and has a wider body, while the one on the right is smaller and more slender. Both bottles are filled with a golden-yellow liquid and have green-tinted glass necks with silver-colored caps. They are placed on a dark, reflective surface. A bright yellow vertical bar runs along the right edge of the frame. The background is a neutral, light gray.

4

Synthèse conclusive et recommandations

Le marché du conditionnement offre aux moulins 2 options adéquates aux exigences sanitaires

Nos études et investigations ont mis en exergue la nécessité d'améliorer le conditionnement et de mettre en place des normes pour répondre aux exigences de consommation, tout en valorisant l'image et les valeurs véhiculées par le produit et son patrimoine.

Cette partie de l'étude évalue le potentiel de développement de partenariats entre les moulins producteurs d'huile d'olive et les entreprises fournissant des emballages adaptés. Cela a permis de distinguer 4 typologies d'entreprises :

		Intérêt	Capacité industrielle
G1	Les entreprises avec lesquelles un partenariat est envisageable.	●	●
G2	Les entreprises avec lesquelles le partenariat serait envisageable mais nécessite un encouragement et une incitation à l'investissement	●	●
G3	L'entreprise avec laquelle un partenariat serait envisageable mais nécessitent des investissements	●	●
G4	Les entreprises avec lesquelles il est impossible d'établir un partenariat,	●	●

Clé de lecture ● Présent ● Manquant

En l'état actuel, les entreprises algériennes de production d'emballage peuvent fournir aux moulins uniquement avec deux options de conditionnement répondant aux critères sanitaires et environnementaux. Ainsi, nous préconisons un schéma de développement avec trois options de conditionnement :

Option 1 : Emballage métallique



- ✓ Protection efficace de l'air et de la lumière.
 - ✓ Emballages légers et compacts, facilitant ainsi le transport.
 - Grande surface permettant un étiquetage créatif
 - Association à une image haut de gamme.
 - Matériaux pouvant être recyclés et réutilisés à l'infini,
 - Disponibilité auprès de l'entreprise publique EMB, favorable à un partenariat.
-
- ✗ Pas de recul sur l'acceptabilité et la recevabilité de ce type d'emballage par le consommateur algérien. Avant d'envisager d'importants investissements dans ce domaine.

Option 2 : Emballage en verre



- Meilleur emballage pour la protection des caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques de l'huile d'olive
 - Secteur du verre creux en Algérie présentant des perspectives de développement avec l'entrée en activité de deux nouveaux acteurs dans la production de verre creux
 - Partenariats avec la Tunisie des producteurs étrangers pour la gamme Prémium afin de fournir des contenants adaptés à l'huile d'olive et de garantir un approvisionnement régulier.
-
- Une seule entreprise sur le marché national capable d'établir un partenariat
 - Indisponibilité des moules spécifiques pour l'huile d'olive
 - Nécessité d'un regroupement des moulins pour le passage de commande

Merci

[pwc.fr](https://www.pwc.fr)

© 2023 PricewaterhouseCoopers Algérie. Tous droits réservés. PricewaterhouseCoopers Algérie est membre de PricewaterhouseCoopers International Ltd, société de droit anglais. PwC désigne la marque sous laquelle les entités membres de PricewaterhouseCoopers International Ltd rendent leurs services professionnels et peut également faire référence à l'une ou plusieurs des entités membres de PricewaterhouseCoopers International Ltd dont chacune est une entité juridique distincte et indépendante.