



Ministère de l'Agriculture
du Développement Rural



PwC

Etude et stratégie des options de conditionnement et de marketing de l'huile d'olive de Kabylie

Note méthodologique

Février 2023



Sommaire

Contents

Introduction générale et objectif de l'étude	2
Définition des termes et concepts clés de la méthodologie :	3
Approche méthodologique :	4
1. Benchmark.....	4
2. Méthodologie de l'enquête terrain des moulins.....	5
3. Méthodologie de l'enquête des conditionneurs	7

Introduction générale et objectif de l'étude

La filière oléicole Algérienne a connu un développement exceptionnel ces dernières années. La culture de l'olivier s'étend sur plusieurs wilayas, elle couvre actuellement une surface de près de 490 000 ha au niveau national. La production d'huile d'olive marque la vie sociale, économique et culturelle de plusieurs régions d'Algérie.

Cependant, le manque d'organisation qui caractérise la filière l'empêche de révéler son plein potentiel. Cette situation influe de manière négative sur le rendement et la qualité de l'huile d'olive produite. Ce qui retarde l'Algérie dans son intégration dans la dynamique créée au sein du marché mondial.

Dans un contexte de transition vers une économie indépendante des hydrocarbures, il est nécessaire pour l'Algérie de développer des alternatives durables comme l'oléiculture. Dans cet objectif, accroître la compétitivité des acteurs nationaux devient primordiale.

Le gouvernement algérien avec l'aide de l'Union Européen a initié le Programme d'appui au secteur agricole (PASA) pour poser les bases d'une agriculture durable. Ce programme agit sur deux volets principaux :

- Le renforcement de la compétitivité des acteurs de la filière oléicole, en amont et en aval.
- L'augmentation de la participation de tous les acteurs et l'amélioration de la gouvernance à l'échelle centrale et territoriale de la filière.

Afin de répondre à ces enjeux, le PASA envisage d'accompagner un échantillon d'huileries d'un point de vue organisationnel et technique et soutiendra le développement de services de conditionnement et de commercialisation de l'huile d'olive (Expertise France Groupe AFD, 2020). Cette démarche nécessite la sélection d'acteurs aptes à se regrouper et à développer une offre commune. Expertise France a confié au cabinet PwC la mission de réaliser une étude sur les options de conditionnement et de marketing et d'identifier les opportunités de développement en local sur un échantillon préalablement défini.

Ce présent document est une note méthodologique présentant l'approche utilisée pour la réalisation de l'enquête terrain, la collecte et le traitement des données.

Définition des termes et concepts clés de la méthodologie :

Benchmark :

Le benchmark qui est appelé aussi Benchmarking, est une technique marketing développée dès les débuts des années 1980. Elle vise à évaluer et à comparer des acteurs, de secteurs et/ou des pratiques similaires pour identifier les facteurs aboutissant à l'amélioration de la performance ainsi que les meilleures démarches favorisant le progrès.

Cette technique a pour objectifs de :

- Identifier les meilleures entreprises dans un domaine d'activité ciblé
- Connaitre les points forts et points faibles ainsi que le positionnement des acteurs du secteur étudié
- Définir les facteurs favorisant la performance et la réussite
- Réaliser une synthèse des bonnes pratiques

Cette démarche permet de construire un référentiel en se basant sur l'observation, la collecte de données et la comparaison des cibles. Elle permet également de comprendre les leviers de performance utilisés et d'en déduire les pistes d'amélioration déterminantes et durables et de savoir comment et quand actionner les leviers agissant sur la performance.

Enquête terrain :

L'enquête terrain ou l'étude terrain est une méthode de collecte de données qualitative et quantitative. Elle permet d'étudier les acteurs dans leur environnement de travail pour mieux les comprendre. Ce mode de recherche, contribue à transcrire une image tangible et de récolter des données informatives utiles.

Cette méthode de collecte permet de :

- Se rendre compte de la réalité du terrain et de mieux comprendre le sujet
- Identifier de nouvelle hypothèse de travail
- Obtenir des informations précises auprès des professionnels et de collecter des informations supplémentaires
- Avoir les avis et les opinions des personnes interviewées

Approche méthodologique :

1. Benchmark

Objectif du Benchmark

Le benchmark a pour objectif d'identifier des expériences privées et/ou collectives de packaging associées ou non à un marketing territorial du bassin méditerranéen afin de :

- Les mettre en comparaison ;
- Recenser les avantages et inconvénients de chaque expérience ;
- Evaluer les forces et les faiblesses de chaque expérience pour mettre en perspective les expériences de benchmark avec le cas de la Kabylie.

Les critères de sélection

Pour que le Benchmark soit pertinent, trois (03) critères ont permis de sélectionner des pays comparables, notamment :

- Un pays qui partage des caractéristiques culturelles proches de l'Algérie avec une filière oléicole active ;
- Un pays qui présente des configurations de marché et de niveaux de développement économiques différents ;
- Un pays qui a un potentiel de développement avéré dans le conditionnement et la commercialisation d'huile d'olive.

Le mode de collecte

Afin de réaliser le Benchmark, les données ont été recueillies à partir de :

- Publications gouvernementales et organisations professionnelles ;
- Études sectorielles ;
- Articles de presse ;
- Interviews téléphoniques avec les coopératives.

La méthodologie d'analyse

Les éléments d'analyse par pays sont structurés comme suit :

- Caractéristiques de la filière en termes de production et de conditionnement ;
- Description de la dynamique du marché ;

- Dispositifs de promotions et d'aides au secteur oléicole et plus précisément pour les coopératives ;
- Situation des coopératives et organisations ;
- Modèle d'affaire des regroupements professionnels (cluster, coopératives...).

2. Méthodologie de l'enquête terrain des moulins

La cible à atteindre

Compte tenu des objectifs de l'étude qui est de définir les options de conditionnement qui s'offrent aux producteurs d'huile d'olive ainsi que la structure concurrentielle du secteur oléicole, il est nécessaire de définir préalablement le groupe adressable par l'enquête.

Dans la présente étude, le groupe concerne **les oléifacteurs (moulins) de la région de Bejaia, Bouira et Tizi-Ouzou** pour couvrir la région de Kabylie **ainsi que Jijel, Bordj Bou Arreridj, Sétif et Médéa** pour analyser les régions avoisinantes. Cela nous permettra de déterminer le nombre d'huileries devant être interrogées, et comment les atteindre.

Echantillon : taille et composition

Nous avons opté pour une méthode d'échantillonnage qualitative en nous basant sur les critères suivants :

- Priorité à la région Béjaïa, Bouira et Tizi-Ouzou ;
- Typologie des moulins selon :
 - Equipement et capacité de production
 - Leur approvisionnement en olive et la part du conditionné
- Pratiques de ventes de l'huile d'olive conditionnée et vrac
- Etat des lieux sur la marque et les outils de marketing
- Contraintes et limites du conditionnement

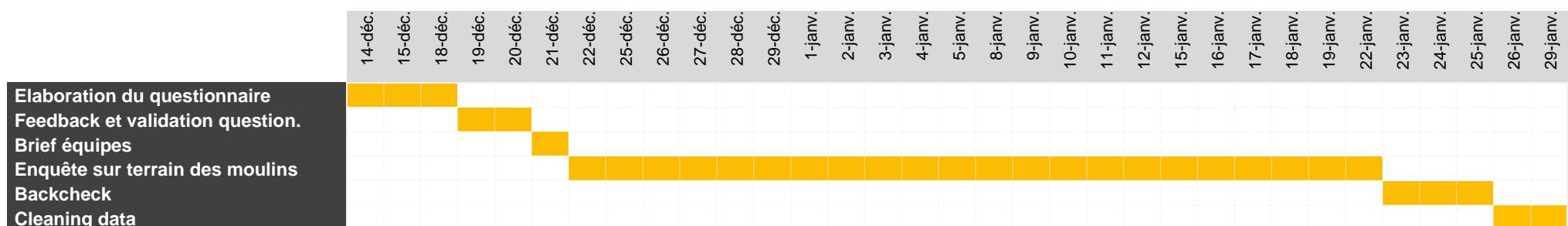
L'objectif de l'enquête terrain étant de collecter des informations qualitatives plus que quantitative, cette méthodologie offre la flexibilité permettant d'atteindre cet objectif tout en tenant compte des contraintes relatives au temps et au coût tout en permettant une représentativité fiable des tendances des acteurs de la filière oléicole.

La taille de l'échantillon a donc été fixée à 30 moulins distribués selon la région et le degré de couverture de la chaîne de valeur comme suit :

Région	N#	Chaine continue 2 phases	Chaine continue 3 phases	Chaine continue 3 phases ET super presse	Chaine discontinue	Chaines continues 3 phases	Coopérative des huileries traditionnelles	Répartition
Béjaïa	4	1	-	-	-	3	-	16%
Bouira	8	1	5	-	2	-	-	32%
Tizi Ouzou	7	-	4	-	1	-	1	28%
Bordj Bou Arreridj	2	-	2	-	-	-	-	8%
Jijel	3	-	2	-	1	-	-	12%
Sétif	1	1	-	-	-	-	-	4%
Répartition	N.A	12%	52%	4%	12%	16%	4%	N.A
Total	25	3	13	1	3	4	1	100%

Planning

Afin de respecter le calendrier culturel et le rythme de l'activité calendaire des moulins, nous avons choisi de réaliser l'essentiel de l'enquête en début d'année. En effet, les moulins sont en campagne de production durant la période de fin d'année (début hiver). Nos visites coïncideront ainsi avec leur présence sur site pour la commercialisation.



Mode de collecte de données

La population représentative sera adressée aux moyens d'entretiens par **CAPI** (Computer Assisted Personal Interviewing), à savoir le mode d'administration du questionnaire est réalisé en **face à face*** à l'aide d'un questionnaire préalablement déterminé.

Questionnaire : Enquête sur les options de conditionnement auprès des producteurs d'huile d'olive

Fiche d'identité du producteur :

Date	
Région	
Adresse	
Nom	
Nom du moulin	
Type de moulin	
Code	

1ère partie – Typologie

- Type de moulin
 - Chaine continue 3 phases
 - Chaine continue 2 phases
 - Traditionnelle
- Quelles sont vos activités aujourd'hui ?

Oléiculture Oléification Conditionnement Distribution

- Quel est le volume d'huile d'olive moyen produit annuellement ?
..... Tonnes (année...)
- Pouvez-vous me dire d'où proviennent les olives utilisées dans votre huilerie ?

		Quantités	Variétés	Région si Possible
Olives produites dans votre propre verger	Kabylie			
	Hors Kabylie			
Olives achetées	Kabylie			
	Hors Kabylie			
Olives/huile* récupérées dans le cadre de la prestation (rémunération)				

*Barrez la mention huile ou olives lors de l'enquête.

- Quelles sont les méthodes de stockage d'huile d'olive avant le conditionnement ? Cochez la bonne réponse

Type de stockage	Capacité/volume	Nombre
Inox		
IBC		
Citerne métallique		
Fut en PVC		
Tote		

Quelle est votre capacité totale de stockage ? (Confirmez la capacité totale)
..... litres

2ème partie : Le conditionnement

- Avez-vous une activité de conditionnement pour les huiles d'olive ?
Oui Pourquoi ? (brièvement)

Non Pourquoi ? (brièvement)

Qui réalise le conditionnement de votre huile d'olive ?

Dans votre huilerie, avec votre équipement

Sous-traitée : Autre huilerie qui a sa propre ligne de conditionnement (qui)

.....
Un conditionneur/mise en bouteille spécialisée ou non (qui)

1^{er} cas : S'il sous traite le conditionnement (réalise chez d'autres huileries ou conditionneurs comme huiles végétales)

- Pourquoi vous sous-tratez le conditionnement ?
.....
- Pourquoi ce choix (prix, proximité, commercialisation, connaissance...)
.....

2eme cas : S'il a sa propre ligne de conditionnement :

- Quelle est votre capacité de conditionnement (embouteillage) par heure ?

..... litres/h Bouteilles/h

- Est-ce que vous réalisez le service de conditionnement pour d'autres oléifacteurs ?
(Nom de la marque si possible)

Oui Non

Si oui

- Comment avez-vous développé cette activité ?

.....

- Souhaitez-vous développer ce marché ?

.....

S'il conditionne son HO en propre

- Depuis quand vous réalisez votre conditionnement en propre ?

..... ans

- Comment se déroulent les étapes d'embouteillage ? (État des lieux des équipements)

	Filtration	Soufflage	Remplissage	Sertissage	Gainage	Etiquetage
Manuel	<input type="checkbox"/>					
Semi - automatique	<input type="checkbox"/>					
Automatique	<input type="checkbox"/>					

- Quel type de conditionnement vous faites pour votre huile d'olive ?

Type de conditionnement	Réalisé	Part dans les ventes	Sous marque-nom	Sans marque- nom
Bouteille en plastique PET transparente sous marque	<input type="checkbox"/>			
Bouteille en plastique PET colorée sousmarque	<input type="checkbox"/>			

Bouteille en verre transparente sous marque	<input type="checkbox"/>			
Bouteille en verre colorée sous marque	<input type="checkbox"/>			
Bidon en métal	<input type="checkbox"/>			
Contenant en PVC	<input type="checkbox"/>			
Contenant en Hard PET	<input type="checkbox"/>			
En vrac (bidon, jerrican, bouteille d'eau, coca)	<input type="checkbox"/>		-	
Autre :	<input type="checkbox"/>			

- Quels sont les formats de conditionnement que vous réalisez auprès de votre fournisseur ?

PET			Verre			Autre :		
Volum e	Présen t	Part (en%)	Volum e	Présen t	Part (en%)	Volum e	Présen t	Part (en%)
25 cl	<input type="checkbox"/>		25 cl	<input type="checkbox"/>		25 cl	<input type="checkbox"/>	
50 cl	<input type="checkbox"/>		50 cl	<input type="checkbox"/>		50 cl	<input type="checkbox"/>	
1l	<input type="checkbox"/>		1l	<input type="checkbox"/>		1l	<input type="checkbox"/>	
1,5l	<input type="checkbox"/>		1,5l	<input type="checkbox"/>		1,5l	<input type="checkbox"/>	
2l	<input type="checkbox"/>		2l	<input type="checkbox"/>		2l	<input type="checkbox"/>	
3l	<input type="checkbox"/>		3l	<input type="checkbox"/>		3l	<input type="checkbox"/>	
5l	<input type="checkbox"/>		5l	<input type="checkbox"/>		5l	<input type="checkbox"/>	
l	<input type="checkbox"/>		l	<input type="checkbox"/>		l	<input type="checkbox"/>	

Approvisionnement en contenants/emballage

- Où achetez-vous généralement vos contenants ?

En Algérie (citez l'entreprise) :

- Importateur
- Fabricant

A l'export (citez le pays et l'entreprise)

- Quel est le budget alloué pour l'achat de contenants pour l'huile d'olive ? ou bien combien vous coûte une bouteille ?

.....

- Quels critères prenez-vous en compte lors de l'achat des contenants (multiple choix par importance)

Prix qualité design durabilité Facilité d'achat

- Achetez-vous souvent des contenants en grandes quantités ou seulement lorsque vous en avez besoin ? (Poussez la réponse pour connaître les volumes d'achat et s'il y a une différence selon le fournisseur)
- Quel est la forme des bouteilles achetées
 - Forme (arrondie, carrée...):
 - Couleur (vert, transparent):
- Préférez-vous acheter des contenants réutilisables ou jetables ? Pourquoi ?
- Êtes-vous prêt à payer un peu plus cher pour des contenants écologiques ou respectueux de l'environnement ?
- Avez-vous des commentaires ou suggestions pour améliorer l'expérience d'achat de contenants ?
- Quelles sont les contraintes qui vous empêchent d'investir dans le conditionnement ? (Pour ceux qui sous traitent le conditionnement et ceux qui ont conditionnement manuel)

.....

- Quelles sont les contraintes opérationnelles qui nuisent à votre activité ? (Liées au conditionnement)

.....

- Selon vous, quel conditionnement pourrait intéresser les consommateurs ?(choix multiple)

Verre Emballage métallique Plastique PET Bag in

box Autres

Et pourquoi ?

- Quels sont les formats qui les intéresseraient ?

3eme partie : Qualité des huiles produites

- Quelles sont les variétés que vous utilisez pour la production des huiles d'olive conditionnées ?

| Réinterroger sur les quantités s'il n'a pas répondu à la question plus haut

Chemlal Azeradj Rougette Sigoise Limli

Autres :

- Type d'huile produite pour le conditionnement (réinterroger et confirmer avec les quantités)
- Mono variétale Blend variétale (coupage) mélange

Pourquoi ?

- Quelle est la classification de l'huile d'olive que vous produisez ?

Vierge Extra Vierge Lampante Grignons

- Qui a effectué la classification de l'huile d'olive produite ? (Laboratoire, jury de dégustation, où et quand ?)

- Avez-vous, déjà, effectué des analyses dans un laboratoire pour évaluer la qualité de votre huile d'olive ? (nom du labo, région et quand)/ avant le conditionnement

4ème partie Commercialisation et distribution : (l'ensemble des huiles conditionnées)

- Qui sont vos clients ? et quelle est la part des ventes pour chaque client ? (Cette partie n'inclut pas les huiles produites dans le cadre de la presta/ Attention)

Clients	Part des ventes Nombre (quantités vendus/ (%)) ou CA)	Les packagings	Prix unitaire
Centrale d'achats-collectivités			
Distributeur -Grossistes-Demi-grossistes			
GMS (UNO, ARDIS)			
Détaillants- Superettes			
Epiceries Fine (3atar) Spécialisée (haut de gamme)			
Store concept- Particuliers- boutique sur site – boutique délocalisée			
Restaurateurs (lesquels)			
Hotels (lesquels)			
Vente en ligne Oued kniss Site web propre Autres sites			
Export			
Autre :			
Autre :			
Autre :			

5ème partie : Marque et Marketing

- Avez-vous votre propre marque d'huile d'olive ? Oui Non

- Quel est son nom ?
.....

Pourquoi ce nom ?
.....

- Selon vous, quelles sont les attentes d'un consommateur d'une marque d'huile d'olive de la région ?
.....

- Quel est le pourcentage d'huile vendue sous marque ?
.....% Marque propres% marque blanche ou sans marque
- Avez-vous une charte graphique établie pour la personnalisation des contenants ? (qui l'a réalisée si possible/ professionnel ou propres moyens)

- Quels canaux de communication utilisez-vous pour atteindre votre cible (réseaux sociaux, publicité en ligne, événements, etc.) ?
.....

- Présentation de l'entreprise (Doc PDF, ou autres formats prêts à être envoyée)
- Site internet : (citer).....
- Catalogue en ligne
- Vente en ligne Publicité (encarts dans des journaux, affichage...)Flyer
- Réseaux sociaux : Facebook, IG, ...
- Autres : Gamme : (détails/ photos)

Ramener toutes infos : bouteilles, catégorie (biologique, aromatisée ou conventionnelle), classification (V, VE)
.....

- Avez-vous une équipe dédiée à la gestion de la communication et du marketing ou travaillez-vous avec une agence externe ?

- Marketing en interne (gérant, salarié)
- Agence externe

- Comment vous différenciez-vous de vos concurrents sur le marché en termes demarketing et de communication ?
.....

- Avez-vous des commentaires ou des suggestions pour améliorer votre stratégie demarketing et de communication ?

6ème partie : Les aides et les subventions :

- Quelles sont les aides/subventions qui vous sont accordées dans le cadre de votre activité ?

	X	Détails : nom du fond et de l'organisme
Production		
Achat d'équipement		
Conditionnement et étiquetage		
Qualité et normes		
Promotion, foire, communication		
Export (promotion, prospection...)		

7ème partie : Perspectives :

- Est-ce que vous êtes intéressé par :
1- Une démarche collective (regrouper les achats, le conditionnement et la commercialisation)
Oui Non
Pourquoi ? (Motivation)

2- Une marque collective ?

Oui Non

3- Quelles seraient vos objectifs dans cette démarche ?

.....
.....

4- Quelles sont les contraintes que vous avez pour réaliser une telle démarche ?

.....
.....

- Souhaitez-vous certifier votre unité ISO 22000 ?

Oui Non

- Seriez-vous intéressé par une démarche ou un signe de qualité ?

Oui Non

Lequel ? (IG/ AOP, AOC...)

- Souhaitez-vous faire du tourisme oléicole ?

Oui Non

- Quelles sont vos attentes futures ?

.....
.....

3. Méthodologie de l'enquête des conditionneurs

La cible à atteindre :

Pour étudier les options de conditionnement, l'enquête terrain s'est focalisée sur plusieurs entreprises qui réalisent différents types de packaging. Les entreprises sont segmentées en (4) familles d'emballages d'huile d'olive :

- Emballage en verre ;
- Emballage plastique ;
- Emballage métallique ;
- Emballage en carton.

Dans la présente étude, les entreprises concernées devront répondre aux critères d'évaluation et de sélection suivants :

- La proximité des régions productrices d'huile d'olive ;
- Les offres disponibles ou possibles répondant aux exigences de la filière oléicole ;
- Les facilités accordées pour la réalisation d'un partenariat

Mode de collecte de données

Les entreprises constituant l'ensemble représentatif seront abordées grâce à deux (02) canaux :

- Aux moyens d'entretiens physiques : Plusieurs déplacements des équipes de collectes de données sont à prévoir afin de réaliser des ateliers en face-to-face avec les représentants des entreprises dotées d'un potentiel de conditionnement des huiles d'olive important ;
- Aux moyens d'entretiens téléphoniques : Les entreprises se situant à des distances importantes de la région BBTO mais sont de tailles importantes, et qui sont incluses dans la liste fournie par le client seront adressées par téléphone pour optimiser le temps et les coûts.

Echantillon : taille et composition

Pour l'intérêt de l'enquête, nous avons également choisi la méthode d'échantillonnage qualitative de la population des conditionneurs en nous basant sur les critères suivants :

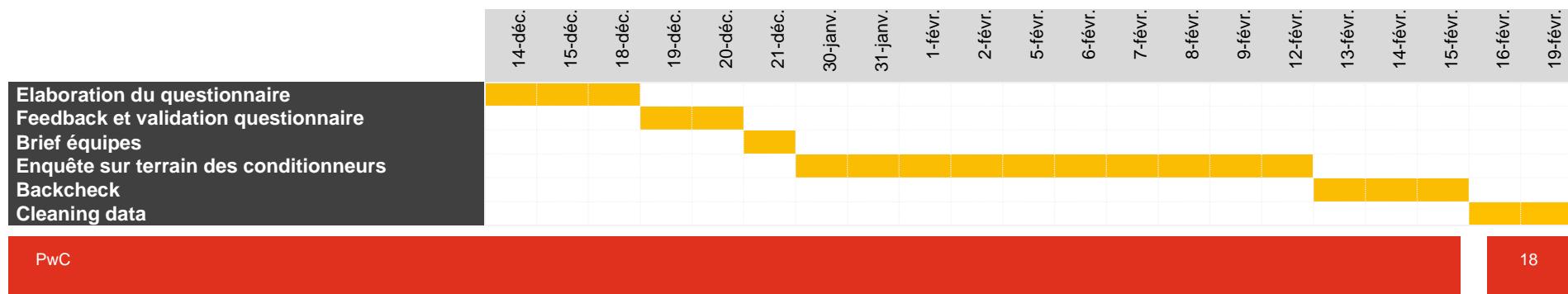
- Proximité à la région Béjaïa, Bouira et Tizi-Ouzou ;
- Type de conditionnement (Carton, verre ou métallique) ;
- Taille de l'entreprise.

La taille de l'échantillon a donc été fixée à 20 conditionneurs distribués selon la région et le type de conditionnement comme suit :

Région	N#	Carton	Métal	Plastique	Verre	Importation	Répartition
Alger	5		1	1	1	1	23%
Annaba	1				1		6%
Batna	1					1	6%
Béjaïa	3		1			2	13%
Blida	3		1		1	1	13%
Bouira	1					1	6%
Boumerdes	1					1	3%
Chlef	1			1			3%
Constantine	1				1		6%
Oran	2		1	1			10%
Sétif	1					1	6%
Bordj Bou Ariridj	1		1				3%
Répartition		23%	13%	19%	42%	3%	N.A
Total	20	5	3	4	8	1	100%

Planning

Afin de respecter les délais contractuels de l'enquête, certaines activités seront parallélisées avec les activités similaires des moulins. Nos visites de terrain seront réalisées dans un second temps, après la réalisation de l'enquête terrain pour les moulins.



Questionnaire : Enquête sur les options de conditionnement auprès des entreprises de conditionnement

Dans le cadre d'une étude sur le conditionnement de l'huile d'olive de Kabylie dans le cadre du programme PASA, PwC réalise une enquête auprès des entreprises actives dans le secteur de l'emballage alimentaire. Nous vous remercions par avance de nous accorder quelques minutes pour répondre à ce questionnaire. Vos réponses demeureront confidentielles et anonymes. Nous nous y engageons formellement.

- Date :
- Nom de l'entreprise :
- Région :
- Adresse :
- Nom de la personne interviewée :
- Poste :

Informations générales

- 1- Taille de l'entreprise : (CA sinon nombre de salariés)
- 2- Quel est le volume de production moyen au cours de ces cinq (05) dernières années ?
- 3- Dans quels secteurs d'activité opère votre entreprise ?

Papier Plastique rigide Métal Coffret cadeau

Carton ondulé Plastique souple Bois Céramique

Etuis carton compact Verre Etiquette /Adhésif Autres

- 4- Quelles sont vos capacités de production annuelle ?

Gamme de produit	Plastique	Carton ondulé				
..... Unités						

- 5- Le marché de votre entreprise est :

	Local/ régional <input type="checkbox"/>	National <input type="checkbox"/>	International <input type="checkbox"/>
Part de l'activité (Chiffre d'affaires)	Moins de 0-30% Plus de 30-60% Plus de 60% 100%	Moins de 0-30% Plus de 30-60% Plus de 60% 100%	Moins de 0-30% Plus de 30-60% Plus de 60% 100%

6- Quels sont les principaux facteurs clés de succès dans votre secteur :

- Qualité (produit fiable et durable)
- Respect des normes règlementaires
- Respect de l'environnement (matériaux écologiques)
- Prix
- Services : transport, flexibilité, adaptation aux cahiers des charges : travail à façon exp : impression
- Aspects graphiques (relief sur la bouteille/bidon, dorure à chaud...)
- Innovation technologique (nouvelles techniques et nouvelles machines, dark PET, bag in box...)
- Proximité géographique (Km)
- Autres

Information par famille d'emballage

7- Pour le verre : (même question pour importateur ou fabricant)

- Quelles formes (question ouverte), Couleurs (question) :

Type de bouteille / Couleur	Transparent	Teinté vert
Marasca	%	%
Dorica	%	%
Autres :	%	%

- Est -ce que vous êtes prêts à investir dans de nouvelles formes (nouveaux moules de production) ?

- Quelles sont les contenances que vous proposez :

Contenance	Parts de vente	Prix de vente
Bouteille 20 ml		
Bouteille 250 ml		
Bouteille 500 ml		
Bouteille 750 ml		
Bouteille 1L		
Bouteille 3L		
Bouteille 5L		
Bouteille 10L		
Bouteille 20L		
Autres :		

- Est-ce que vous produisez des bouteilles imprimées avec la charte du client et les quantités minimums (sérigraphie) ?
 - Oui
 - Non
- Quantités minimum requises pour produire:
- Exemples de clients :

8- Pour le METAL :

- Vous produisez quel type d'emballage métallique ?

- INOX Avec verni alimentaire
- Sans verni alimentaire Autres formes (Photos)
- Fer blanc INOX

- Contenance et prix :

Contenance	Parts de vente	Prix de vente
Bidon 175 ml		
Bidon 250 ml		
Bidon 500 ml		
Bidon 1L		
Bidon 3L		
Bidon 5L		
Bidon 10L		
Bidon 1L		
Bidon 20L		
Autres :		

- Quelles sont les formes que vous proposez ?
 - Rectangulaire
 - Rond
 - Gaufrage (destiné au haut de gamme / relief sur métal)
 - Quelle est la quantité minimale requise pour produire un nouveau format ?
 - Est-ce que vous produisez des bidons imprimés avec la charte du client ?
 - Oui
 - Non
 - Quelle est la quantité minimale requise pour produire un emballage imprimé (impression sur métal)
- 9- **Pour le fabricant du plastique :**
- Quels types de polymères utilisez-vous dans la fabrication des bouteilles alimentaires ?
- (PET, PEHD, Autres)

- Quelles sont les couleurs et qualités des polymères dans la fabrication de l'emballage alimentaire ?

Transparent

Vert fonce

Moins de 85g

Autres grammages

85g

HARD PET

Autres couleurs

10- Pour les importateurs du Bag-in-Box ; contenances et prix de la poche et du carton séparément ;

- Poche 1L
 - Poche 3L
 - Poche 5L
 - Poche 10L
 - Poche 15L
-
- D'où est ce que vous importez le Bag in box ?

11-Quels sont les quantités minimums de commandes par articles ?

.....
.....
.....
.....

Management qualité :

1. Quelles certifications votre entreprise détient-elle ?
 - ISO 22000
 - ISO
 - Autres :

2. Quels sont les principaux problèmes que vous avez rencontrés au niveau de l'exportation ?
 - Recherche d'informations (veille sur le marché)
 - Commercialisation / distribution
 - Communication avec les clients, fournisseurs, partenaires, distributeurs et acheteurs (langue, culture différente)
 - Promotion de l'entreprise et de ses produits (marketing)
 - Recherche, développement et innovation (relation avec les centres techniques, université.)
 - Recherche de partenaires commerciaux
 - Coûts à l'export élevés
 - Normes et réglementations difficiles
 - Autres

Perspectives de développement d'un partenariat

- ⇒ Mieux comprendre leur intérêt pour le secteur de l'huile d'olive et la possibilité d'investir et de s'adapter :
1. Avez-vous une idée sur le marché de l'huile d'olive en Algérie ?
 - a. Oui
 - b. Non

 2. Avez-vous déjà travaillé sur des projets de conditionnement pour l'huile d'olive ?
 - a. Oui
 - b. Non

Pourquoi ?

3. Seriez-vous intéressés de travailler dans le secteur de l'huile d'olive, en collaborant avec les entreprises du secteur afin de concevoir un nouvel emballage pour leur gamme de produits ?
 - a. Oui, je suis intéressé.
 - b. Non, je ne suis pas intéressé.
 - c. Peut-être, je voudrais en savoir plus.
4. Si c'est le cas, quels sont vos critères pour choisir un projet de conditionnement de l'huile d'olive ?
 - Volume de production (quantité minimum à identifier)
 - Coûts
 - Marché cible
 - Qualité produit « huile d'olive »
 - Délais de livraison (pour voir les délais de commandes)
 - Autres
5. Quels sont les investissements / adaptations nécessaires pour collaborer avec le secteur du conditionnement de l'huile d'olive ?
 - Nouveaux outils et équipements pour produire des emballages spécifiques** pour ce secteur.
 - Former notre personnel** sur les spécifications et les exigences spécifiques de l'emballage pour l'huile d'olive, ce qui pourrait nécessiter un investissement en formation.
 - Revoir notre stratégie de production** pour inclure les spécifications du secteur de l'huile d'olive, ce qui pourrait nécessiter **un investissement en planification et en gestion des opérations**.
 - Mise en place de **nouvelles méthodes de conception et de production** pour répondre aux exigences de qualité et de durabilité spécifiques de l'emballage pour l'huile d'olive, ce qui pourrait nécessiter un investissement en recherche et développement.
6. De combien est estimé l'investissement dans le secteur de l'huile d'olive ? (citez les éléments si besoin et le chiffre en face)

7. Commentaires : Toutes les idées, opinions, attitudes, perceptions et autres remarques personnelles sont les bienvenues

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....