

**UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES
ET DES SCIENCES DE GESTION**

Mémoire

En vue de l'obtention du diplôme de **Magister** en Sciences Economiques

OPTION

Economie et Géographie

Thème

**Analyse de la fonction de distribution et son rôle dans
le développement. Cas des produits des industries
agroalimentaires à Béjaia**

Présenté par : KHELADI Houda

Devant le jury composé de :

Président : Pr. KHERBACHI Hamid, Université de Béjaia

Examineurs : Pr. DJENANE Abdelmadjid, Université de Sétif

Dr. OUKACI Kamel, Université de Béjaia

Rapporteur : Pr. KHELADI Mokhtar, Université de Béjaia

Année 2012

Dédicace

A mes très chers parents

*« Lorsque l'on donne peu de soi au Savoir, on obtient rien
et lorsqu'on lui donne tout, on obtient peu ».*

Remerciements

Au bout de ce travail, je tiens à remercier tous ceux et celles qui m'ont aidé et encouragé :

En premier lieu, Louange à Dieu Tout Puissant pour m'avoir donné le courage et la patience pour aboutir;

Je tiens à remercier vivement mon encadreur le Pr. KHELADI Mokhtar pour l'apprentissage qu'il m'a prodigué dans un domaine aussi passionnant que la « Recherche », pour m'avoir formé dans la rigueur, pour ses remarques, orientations et encouragements ;

Je remercie aussi, le Pr. KHERBACHI Hamid pour ses vifs encouragements ;

Messieurs les membres du jury, pour avoir examiné ce travail ; pour leurs remarques pertinentes ;

Un grand merci à tous les responsables et cadres des entreprises agroalimentaires de la wilaya de Béjaïa qui m'ont donné de leur temps et accepté de répondre au questionnaire, sans oublier ceux des organismes publics ;

Mes très chers parents pour leur amour et sacrifices depuis des années ;

Mon mari ainsi que ma belle famille pour leurs encouragements ;

Mes chères sœurs et mon cher frère et toute ma famille, particulièrement Djamilia et Anissa, pour leurs encouragements ;

Mes amis et amies, particulièrement TOUATI Karima ;

Mes collègues de promotion ;

Tout le personnel du Vice Décanat chargé de la post- graduation de la recherche et des relations extérieures ;

*L'*université de Béjaïa, pour avoir mis à notre disposition les moyens nécessaires à notre travail ;

Tous ceux et celles qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GENERALE.....	1
Chapitre 1 : La distribution : Son rôle dans le développement économique et son efficacité.....	5
Introduction.....	5
1. Rôle économique et utilité de la fonction de distribution.....	5
1.1. L'utilité de la fonction de distribution.....	5
1.2. L'utilité d'existence des intermédiaires de distribution.....	8
2. Analyse microéconomique de la distribution.....	10
2.1. Le circuit de distribution.....	11
2.2. Enjeux de la distribution pour l'entreprise.....	16
3. Analyse macro-économique de la distribution et son rôle dans le développement économique	19
3.1. Rôle de la distribution dans le développement économique	20
3.2. L'environnement de la distribution.....	23
4. L'efficacité de la distribution.....	26
4.1. Identification des coûts de distribution.....	27
4.2. Les déterminants de l'efficacité de la distribution.....	29
4.3. Le rôle de L'Etat dans l'activité de distribution.....	31
Conclusion du premier chapitre.....	33
Chapitre 2 : La distribution des produits alimentaires.....	35
Introduction.....	35
1. Des produits alimentaires et de la distribution.....	36
1.1. Caractéristiques des produits alimentaires.....	36
1.2. Chaîne alimentaire, urbanisation et distribution.....	38
2. Pertes alimentaires et conservation de la production.....	40
2.1. Les pertes alimentaires.....	40
2.2. Les enjeux des pertes alimentaires.....	42
2.3. La conservation des produits alimentaires.....	46
3. La sécurité sanitaire des aliments, l'indispensable condition.....	51
3.1. Les maladies d'origine alimentaire.....	51
3.2. Responsabilité des acteurs et sécurité sanitaire des aliments.....	56
Conclusion du deuxième chapitre.....	59
Chapitre 3 : La distribution en Algérie depuis 1962.....	60
Introduction.....	60
1. Cadre général de la distribution en Algérie.....	60
1.1. L'espace naturel.....	60
1.2. La population.....	64
1.3. La production agricole.....	66
2. Mise en place du circuit socialiste en Algérie.....	68
2.1. Processus de nationalisation de la distribution.....	69
2.2. Organisation des circuits de distribution.....	73
3. Echec du circuit socialiste et libéralisation de la distribution.....	77
3.1. Le circuit socialiste : les causes de l'échec.....	77
3.2. Réforme économique en Algérie et libéralisation de la distribution.....	80
3.3. Organisation générale de la distribution en Algérie depuis 1990.....	83
Conclusion du troisième chapitre.....	89

Chapitre 4 : Présentation de la wilaya de Béjaia	90
Introduction.....	90
1. Espace géographique et population à Béjaia.....	90
1.1. L'espace géographique.....	90
1.2. La population.....	93
2. Agriculture, pêche et agroalimentaire à Béjaia.....	96
2.1. L'agriculture.....	97
2.2. La pêche.....	100
2.3. L'industrie agroalimentaire.....	101
3. Transport et activité commerciale.....	106
3.1. Le transport.....	106
3.2. L'activité commerciale.....	109
Conclusion du quatrième chapitre.....	109
Chapitre 5 : Etude de la distribution de quelques produits agroalimentaires à Béjaia	110
Introduction.....	110
1. Méthodologie de l'enquête.....	110
1.1. collecte de données.....	110
1.2. Echantillon d'étude.....	111
1.3. Contenu du questionnaire et déroulement de l'enquête.....	113
2. Organisation de l'activité de distribution.....	113
2.1. Aire du marché des entreprises enquêtées.....	113
2.2. Les acteurs de la distribution.....	113
2.3. Le transport et le stockage des produits.....	116
2.4. Les circuits de distribution.....	116
2.5. La sécurité sanitaire des produits agroalimentaires.....	117
2.6. Le suivi des circuits de distribution.....	118
2.7. Le développement des circuits de distribution.....	119
3. Présentation des circuits de distribution de quelques produits agro-alimentaires à Béjaia.....	119
3.1. La distribution du lait.....	120
3.2. La distribution de la semoule- farine.....	124
3.3. La distribution de l'huile	128
3.4. La distribution du yaourt.....	132
3.5. Les difficultés de l'activité de distribution.....	137
Conclusion du cinquième chapitre.....	139
CONCLUSION GENERALE	141
Bibliographie	144
Annexe	149
Liste des tableaux	157

Introduction Générale

Chaque jour, des millions de consommateurs dans le monde se rendent chez un ou plusieurs magasin(s) proche(s) d'eux pour s'approvisionner en différents produits. Ces produits ne sont pas toujours fabriqués dans la région, ils peuvent provenir aussi bien d'autres régions du pays que de l'étranger. Les consommateurs sans l'avoir explicitement demandé trouvent ce qu'ils « désirent » sur le marché¹. Dans le système économique, ce rôle de mettre les produits des producteurs à la disposition des consommateurs est assuré par la fonction de distribution. La distribution a l'air d'un simple service complémentaire à la production, presque invisible et pendant longtemps elle a été vue péjorativement comme une activité parasite. Pourtant, ce n'est pas aussi simple qu'il y paraît.

L'accomplissement de la distribution nécessite l'intervention de plusieurs acteurs (producteurs, distributeurs), mais aussi la réalisation de multiples fonctions matérielles et immatérielles (transport-stockage-déstockage, manutention, assortiment, communication, financement,...), toutes indispensables. Le nombre d'intermédiaires qui existent entre le producteur et le consommateur définit la longueur d'un circuit de distribution. Parfois, la multitude des intervenants dans le circuit est nécessaire et économique ; mais ces différents agents n'ont pas toujours les mêmes intérêts, ce qui peut donner lieu à des situations conflictuelles. Quand à la multiplicité des opérations, plus la **distance** qui sépare le producteur du consommateur est importante, plus le nombre d'opérations logistiques à réaliser, est important. La distribution implique deux types de flux, de sens opposés : les flux physiques de produits d'amont en aval des chaînes de distribution d'une part et les flux d'informations aval-amont, d'autre part. Les flux d'informations jouent un rôle important dans l'adaptation de la production à la demande, cette transmission des préférences des consommateurs aux producteurs est assurée par les distributeurs (détaillants).

La fonction de distribution a deux caractéristiques fondamentales reliées l'une à l'autre : une activité grandement influencée par son environnement, mais aussi une activité dynamique qui doit s'adapter aux changements qui y surviennent. La distribution est influencée par son environnement économique, social, juridique et institutionnel, géo-climatique, mais aussi, par le niveau de développement économique du pays. L'environnement économique, renvoie à l'état de la production (état d'abondance, état de pénurie). L'environnement social est relatif aux caractéristiques de la demande. L'environnement juridique représente la réglementation qui régit l'activité alors que les institutions renvoient au rôle de l'Etat comme acteur dans l'activité. Les caractéristiques géo-climatiques d'un pays renvoient à celles qui peuvent influencer sur l'activité (étendue géographique, relief...). L'influçabilité de l'activité de distribution par son environnement en fait une activité dynamique qui doit s'adapter aux changements qui surviennent dans celui-ci.

Le dilemme que pose la distribution pour le producteur est le suivant : distribuer lui-même ses produits ou bien sous-traiter la distribution. Trois cas de figure peuvent se présenter : le producteur assure lui-même la distribution de ses produits ; il assure une partie des fonctions de distribution et sous-traite l'autre partie ; il sous-traite complètement la distribution de sa production. Plusieurs facteurs déterminent le choix de l'un ou de l'autre, mais dans la pratique, les entreprises sous-traitent généralement la distribution pour se

¹ Une telle situation est expliquée par la régulation automatique par les mécanismes du marché.

concentrer sur la production. Pour être efficace la distribution, d'un produit donné, doit assurer le niveau de service demandé par les consommateurs à un moindre coût économique. La réduction des coûts de distribution ne doit pas être l'unique objectif car les entreprises doivent s'assurer que leurs produits se trouvent à l'endroit, au moment, et sous la forme demandée par les consommateurs.

Au niveau de l'entreprise (échelle micro-économique), la distribution revêt des enjeux primordiaux : en premier, la distribution représente un coût non des moindres¹ et sa maîtrise est la source d'un véritable *avantage concurrentiel* pour le producteur. En second, la distribution met en jeu l'image de marque et la notoriété de l'entreprise sur le marché. En effet, cette activité implique un certain niveau de service demandé ou attendu par les clients, et il appartient à l'entreprise de l'assurer. A l'échelle macro-économique, la distribution est une activité intermédiaire entre deux autres fonctions économiques : la production et la consommation. L'une des fonctions fondamentales de la distribution est l'ajustement de l'offre à la demande. L'offre et la demande sont séparées sur plusieurs plans : spatial, temporel, quantitatif, informationnel, prix, ... le rôle de la distribution consiste alors à réduire ces divergences. Cela permet de rendre plus efficace la fonction de production. Par ailleurs, la maîtrise des coûts de distribution de manière générale permet, l'offre de produits à des prix plus accessibles. L'accessibilité des consommateurs aux produits contribue à la croissance de leur bien-être, alors que la hausse de la demande qui en résulte donne un signe positif aux producteurs pour augmenter leurs productions. D'où l'importance de la distribution tant à l'échelle micro-économique, que macro-économique.

Durant longtemps l'activité principale de l'Homme a été l'agriculture, chaque individu produisant pour ses propres besoins il n'y avait pas besoin de distribution. Avec la Révolution Industrielle tout change : développement de moyens de transport plus rapides et moins coûteux, urbanisation, travail des femmes... produisant une nette séparation entre producteur et consommateur, qui jusque-là étaient une seule et même entité. La mondialisation amplifie les distances et allonge les chaînes alimentaires ; un consommateur, se trouvant au point « A » peut trouver dans un supermarché de sa région des produits provenant de très lointaines contrées et ces produits ne sont pas arrivés à ce point par hasard. Distribuer des produits alimentaires, c'est-à-dire les acheminer du lieu de production vers le lieu de consommation implique plusieurs intervenants, la réalisation de différentes opérations, et le respect de la réglementation nationale et internationale sur la question. Il y a un aspect fondamental dans la distribution des produits alimentaires la **qualité sanitaire**. Les produits doivent être dans **toutes** ces phases propres à la consommation humaine et ne présenter aucun risque sanitaire. Cette tâche n'est pas facile à réaliser, elle nécessite la mise en place de moyens humains et techniques importants et un service de contrôle de la qualité infaillible. La situation se complique avec la mondialisation économique et l'internationalisation des filières alimentaires. La sécurité sanitaire des produits alimentaires se pose et s'impose partout et toujours dans les pays développés et dans les pays en développement.

L'Algérie est un grand pays où les producteurs sont concentrés alors que les consommateurs sont éparpillés ; le climat y est chaud sur une grande partie du territoire et sur une longue période de l'année. Ces caractéristiques géo-climatiques affectent de manière directe ou indirecte, l'activité de distribution, spécialement la distribution des produits

¹ 8,8% du C.A des entreprises performantes, d'après Helfer J. P., Orsoni J. (2007), Marketing, 10^e édition, Vuibert, Paris, p.319.

alimentaires. Par ailleurs, et depuis l'indépendance, le pays a connu de nombreux changements (sociaux, économiques, institutionnels et juridiques) qui ont des effets sur l'organisation de la distribution. Sur le plan social, le pays a connu une croissance démographique galopante et plus de la moitié des dépenses des ménages est consacrée à l'alimentation¹ ; en outre l'explosion de l'urbanisation modifie les habitudes alimentaires et les consommateurs sont de plus en plus demandeurs de produits transformés. Sur le plan économique, l'Algérie est un importateur net de produits alimentaires (blé, lait, oléagineux...) et la tendance est à la hausse ; les factures d'importations se chiffrent en milliards de dollars. La situation est dramatique car la production nationale est insuffisante et le pays paie tout sur ses recettes en hydrocarbures. Sur le plan institutionnel, l'Algérie a vécu un changement de sa doctrine de développement économique, passant du dirigisme étatique à la libéralisation.

Eu égard, aux enjeux socio-économiques que revêt la fonction de distribution des produits alimentaires et aux caractéristiques naturelles du pays, plusieurs interrogations se posent concernant l'activité de distribution : Comment est organisée la distribution des produits alimentaires ? L'organisation des circuits est-elle efficace ? La qualité sanitaire des produits est-elle garantie ? Quelles sont les difficultés rencontrées dans ce secteur ?

Pour discuter de ces questions, une enquête de terrain sur l'activité de distribution en Algérie est nécessaire, exigeant beaucoup plus de temps et de moyens que ceux dont nous disposons pour une étude de cette envergure. Cela, nous a obligés à limiter l'enquête à ce qui se passe dans la wilaya de Béjaïa et même dans cette région il a fallu sélectionner quelques entreprises et quelques produits agroalimentaires de large consommation. Pour les entreprises, il a été ciblé principalement les grandes entreprises, car leurs produits sont distribués sur tout le territoire national, mais des PME seront aussi visitées pour avoir une idée la plus proche de la réalité possible.

L'enquête consiste en des entretiens réalisés auprès des entreprises. Les entretiens sont faits sur la base d'un questionnaire divisé en trois parties : la première partie est consacrée à la présentation générale de l'entreprise, la deuxième porte sur la fonction d'approvisionnement en matières premières ainsi que des difficultés qui en émanent et la troisième est consacrée à l'activité de distribution. Cette dernière partie comporte plusieurs points :

- Détermination des acteurs de distribution et rôle de chacun d'entre eux ;
- Organisation des fonctions logistiques, transport et stockage et moyens utilisés ;
- Description des circuits de distribution de l'entreprise ;
- Détermination des coûts de distribution.

Le travail est structuré en cinq chapitres. Le premier chapitre tente de comprendre ce qu'est l'activité de distribution et le rôle qu'elle joue dans l'économie d'un pays. Nous y évoquerons également le problème de l'efficacité de la distribution, ses déterminants et le rôle de l'Etat dans la question. Le deuxième chapitre met l'accent sur la distribution des produits alimentaires, ses spécificités, ses implications et ses enjeux. Dans, un premier temps, il sera mis l'accent sur la spécificité des produits alimentaires : la périssabilité. La périssabilité des produits a deux conséquences. La première est la nécessité de la mise en place de moyens de conservation des produits alimentaires, le long des chaînes de distribution, faute de quoi, les produits seraient perdus, et n'auront pas profité à l'agent qui les détient. La seconde porte sur la sécurité sanitaire des produits le long des chaînes de distribution. Le troisième chapitre analyse l'organisation de l'activité de distribution en Algérie depuis l'indépendance. Nous y décrirons le cadre général de la distribution en Algérie (géo-climatique, social économique et

¹ Bouyacoub A. : Libéralisation des prix et consommation alimentaire des différents groupes sociaux, Les Cahiers du CREAD, N°38- 3^{ième} Trimestre, CREAD, Alger, 1995, p. 114.

réglementaire). Il sera, également, analysé l'organisation de la distribution durant la phase de l'économie socialiste. Ce qui va nous permettre de mieux comprendre l'organisation actuelle de la distribution en Algérie. Le quatrième présente la wilaya de Béjaia, en mettant l'accent sur les secteurs et activités qui touchent de près ou de loin l'activité de distribution. Le cinquième et dernier chapitre analyse le schéma de distribution de quelques produits agroalimentaires des entreprises de la wilaya. Il vise à déterminer l'organisation des circuits de distribution de quelques produits agroalimentaires de large consommation, l'analyse des difficultés rencontrées dans son accomplissement ainsi que des perspectives de son développement.

Nous ne terminerons pas sans attirer l'attention sur l'absence de références bibliographiques, sur l'absence de données et le faible niveau de coopération des acteurs (les entreprises, souvent pour absence de données).

Chapitre 1

La distribution : son rôle dans le développement économique et son efficacité

La distribution est l'activité économique qui permet d'acheminer les biens des lieux de production vers les lieux de consommation (le marché). Ayant l'air d'un service complémentaire à la production, l'activité de distribution n'est pourtant pas aussi simple qu'elle paraît. Son analyse montre que les opérations nécessaires à sa réalisation et les acteurs qui peuvent y intervenir sont multiples. Aussi, l'analyse de l'efficacité de la distribution¹ montre qu'elle revêt des enjeux majeurs que ce soit à l'échelle micro-économique ou à l'échelle macro-économique. De par le rôle qu'elle est appelée à remplir, et de par sa complexité liée à la multiplicité de ses intervenants, des opérations à réaliser et de ses formes, il serait essentiel de présenter les éléments de définition de cette activité économique, comprendre en quoi consiste exactement cette fonction pour assimiler les difficultés qui peuvent en naître. Eu égard à son importance dans le système économique, se pose aussi, la question de l'efficacité de cette fonction pour atteindre les objectifs visés.

Ce chapitre sera consacré à la présentation de la distribution, son utilité, son rôle économique et à l'analyse de la question de son efficacité. Il est divisé en quatre sections. La première porte sur l'analyse de l'utilité de la distribution et sa fonction dans le système économique, la deuxième est consacrée à déterminer le rôle de la distribution au niveau micro-économique, la troisième met l'accent sur la place de cette fonction à l'échelle macro-économique et à l'échelle d'un pays ainsi que sa contribution au développement économique et la dernière est une analyse de la question de l'efficacité de cette activité.

1. ROLE ECONOMIQUE ET UTILITE DE LA FONCTION DE DISTRIBUTION

La distribution a été perçue pendant longtemps comme une activité non productive, pis encore elle est vue péjorativement comme un facteur de surcoût, puisque les distributeurs en retenant une marge, contribuent à accroître le prix final du produit sur le marché, la marge (bénéfice) est payée par les consommateurs, sans profiter aux producteurs. Il est donc important d'analyser et de saisir le rôle de cette fonction économique d'une manière générale.

La section va porter sur l'utilité de la fonction de distribution que l'on va présenter en deux points. Dans le premier, il s'agit de comprendre le rôle économique de la fonction de distribution et dans le second, on s'intéressera à la raison d'être des intermédiaires (les intermédiaires sont appelés « distributeurs spécialisés » et renvoient aux grossistes et aux commerçants de détail).

1.1. L'UTILITE DE LA FONCTION DE DISTRIBUTION

Du point de vue économique et technique les producteurs ne peuvent-ils pas réaliser la tâche de distribution eux-mêmes sans avoir à recourir à des distributeurs ? Une analyse de

¹L'efficacité de la distribution renvoie d'une manière générale à la réalisation d'un certain niveau de service au consommateur au moindre coût, entre la phase de la production (prix sortie-usine) et celle de la consommation (prix de vente au consommateur final).

l'utilité de cette fonction est nécessaire. Mais avant, il convient de savoir en quoi consiste cette fonction avec précision, et ne pas se limiter à sa compréhension générale comme l'acheminement des produits vers le(s) lieu(x) de vente aux consommateurs finals.

1.1.1. De la distribution et du commerce

La compréhension de ce chapitre et de tout ce travail, nécessite de bien comprendre ce qu'est la distribution, d'abord pour délimiter son champ d'analyse, ensuite pour ne pas la confondre avec d'autres fonctions (commercialisation, marketing). Dans la pratique et même pour certains auteurs, il y a une assimilation presque automatique de la distribution avec l'activité commerciale. Cependant, il existe une différence entre les deux, située au niveau du principe : le principe du commerce est « *d'acheter le moins cher possible pour vendre le plus cher possible* » alors que celui de la distribution est « *d'acheter le moins cher possible pour vendre le moins cher possible* ». Cette différence renvoie dans les pays occidentaux à l'apparition de la nouvelle distribution et des nouvelles formules de vente basée sur une politique commerciale à bas prix, autrement dit, les distributeurs misent sur la quantité et non sur le prix, comme c'est le cas dans le commerce. Ceci a été possible grâce à la mise en place de nouvelles techniques (grande surface de vente, le libre-service, réduction des coûts de présentation du magasin, rotation rapide des stocks,...). Dans ce travail, l'un comme l'autre terme seront utilisés invariablement. Ci-après sont présentées quelques définitions de la distribution.

- a) « *Distribution involves the physical movement of products to ultimate consumers...Distribution is not simply a matter of moving products into the hands of consumers, it involves a product's movement throughout all stages of development from resource procurement, through manufacturing to final sales* »¹.
- b) « *On entend par distribution l'ensemble des opérations nécessaires pour que les biens produits soient mis à la disposition des consommateurs ou des entreprises constituant la cible de clientèle visée et pour que ceux-ci soient incités à les acheter* »².
- c) « *La distribution est une partie de la commercialisation. Elle regroupe les activités qui s'exercent depuis le moment où le produit, sous sa forme utilisable par le consommateur, entre dans l'entrepôt du producteur agricole ou de l'industrie agro-alimentaire, jusqu'au moment où le consommateur en prend livraison. Elle consiste à mettre le produit à la disposition des consommateurs. L'objet de la distribution est la diffusion des produits auprès de tous les utilisateurs potentiels. Elle regroupe toutes les activités qui permettent la mise à la disposition des consommateurs, ou des autres utilisateurs (restaurants, collectivités), des produits agricoles ou alimentaires créés par les agriculteurs et les industries agro-alimentaires. Le produit circule entre différents opérateurs ce qui se traduit par des transferts de propriété (achat et vente) qui sont autant de transactions ou d'échanges* »³.

¹ Shewe D. C. et Smith R.M. : Marketing : concepts and applications, Library of Congress Cataloging in publication Data, United States of America, 1980, p. 386.

² Vigny J. : Distribution, 3^e édition, Dalloz, Paris, 2000, p.03.

³ Lagrange L. : La commercialisation des produits agricoles et alimentaires, 2^{ième} édition, éditions Techniques et Documentation- Lavoisier, 1995. , pp.02 et 155.

- d) « *La distribution est l'ensemble des activités logistiques, financières, administratives et commerciales réalisées à partir du moment où les produits sont finis et attendent d'être écoulés jusqu'à celui où ils sont en possession du consommateur final. La distribution est par voie de conséquence, un ensemble de fonctions qui font passer le produit de son état de production à son état de consommation, chacun d'eux se caractérisant par un état de lieu, un état de lot et un état de temps* »¹.
- e) « *Les services de distribution incluent les services de courtage, les services de commerce de gros, les services de commerce de détail et les services de franchisage* »²

Dans ces définitions, il est à relever les points suivants : la distribution est une suite d'opérations entre la production et la consommation, et non, donc, une seule opération ; la distribution est considérée à partir du moment où le produit est mis sous sa forme finale utilisable par le consommateur et pas avant. Après avoir défini la distribution, il faut en comprendre l'utilité.

1.1.2. L'ajustement de l'offre à la demande

La distribution est une fonction intermédiaire entre la production et la consommation. La séparation physique entre les deux fonctions est située à plusieurs niveaux : spatial, temporel, quantitatif, ... le rôle de la distribution consiste alors à ajuster l'offre à la demande, sur ces différents plans. C'est cet ajustement qui permet aux producteurs de produire ce que demandent les consommateurs, dans les quantités, les variétés et dans les moments souhaités. Par ce fait, la distribution contribue à la rationalisation des ressources (leur meilleure utilisation). Ci-après sont expliquées les différentes séparations existantes entre la production et la consommation.

La séparation spatiale

Les producteurs et les consommateurs sont séparés dans l'espace : les lieux de production ne coïncident pas avec ceux de la consommation. Les consommateurs dispersés géographiquement sont beaucoup plus nombreux que les producteurs, et la rencontre des deux nécessite le déplacement des uns ou des autres, ce qui peut s'avérer très coûteux. L'existence d'intermédiaires est plus économique pour les deux. Le progrès technique a permis de réduire les contraintes liées à la distribution des produits dans l'espace, notamment grâce au développement des moyens de transport plus rapides et à grande possibilité de charge, mais aussi grâce au développement de techniques de conservation des produits périssables (ex. : chaîne du froid). Le progrès, cependant, n'annule pas la contrainte spatiale, il réduit seulement les coûts.

La séparation temporelle

Le moment de la production ne correspond pas souvent au moment précis de la consommation (sauf celui de la production à la demande). Il revient à la fonction de distribution de faire arriver le produit au consommateur au moment voulu. Cette séparation temporelle est aussi liée à la séparation spatiale des deux fonctions. Certains produits par exemple sont fabriqués en une période limitée de l'année (produit agricoles saisonniers) alors que, leur consommation se prolonge sur toute l'année ; certaines autres catégories de

¹ Y. Chirouze : Le marketing : Etude et stratégies, Ellipses édition, Paris, 2007, p. 574.

² OMC / Conseil du commerce des services : services de distribution, note du secrétariat, 1998, p.02.

biens par contre sont produits tout au long de l'année mais, leurs demande est importante à une période déterminée. Dans ce dernier cas, le producteur peut concentrer ses efforts sur la période de forte demande. Cet ajustement n'est pas une tâche aisée à réaliser et la rentabilité des investissements engagés par le producteur en dépend.

La séparation de l'information

Les producteurs ne sont pas le plus souvent confrontés aux consommateurs, et ils n'ont pas par conséquent les informations sur les produits les plus demandés, à quels prix, à quels moments et à quels endroits. Il revient au distributeur de transmettre ces informations aux producteurs et de les orienter dans le sens de l'évolution de la demande. Cela permet une rationalisation de l'utilisation des ressources.

La séparation des valeurs

La valeur que donnent les agents économiques aux produits diffère. Les producteurs évaluent les produits en termes de coûts de production et de compétitivité de leurs prix sur les marchés, les consommateurs quant à eux, les évaluent en termes d'utilité économique que leurs procurent ces biens et /ou services et de leur capacité ou non à acquérir les produits.

La divergence de quantités

La production et la demande diffèrent au niveau des quantités produites et demandées. Les producteurs préfèrent produire et vendre en grandes quantités, alors que les consommateurs eux, achètent et consomment en petites quantités. L'existence d'intermédiaires entre les deux permet de réduire cet écart.

La divergence d'assortiment

Les producteurs sont généralement spécialisés, autrement dit leurs assortiment est limité à un produit voire quelques produits. Par contre, les consommateurs sont demandeurs d'une grande variété de produits pour satisfaire leurs besoins. Dans ce cas, la fonction du distributeur consiste à choisir les produits et à les mettre à la disposition des clients, cette opération constitue la fonction d'assortiment du détaillant. Ce choix doit répondre à la demande des consommateurs. Sur ce point le rôle du commerçant de détail peut s'avérer décisif dans tout le processus de distribution, de par son contact avec les clients, il est le maillon de distribution le plus informé sur les attentes de ses clients, qu'il va transmettre en amont de la filière de distribution.

En réduisant les divergences offre-demande, les distributeurs contribuent à la création d'utilité économique, considérée comme **la valeur ajoutée** de la distribution, ce qui justifie l'application des marges.

« Le commerçant n'est pas un vendeur de bien mais avant tout un prestataire de services. Il propose des solutions de procuration de biens. Autant que le produit, il vend la possibilité de le trouver au bon moment, dans les conditions d'achat adaptées, avec des services associés, etc. »¹.

L'utilité de la fonction de distribution consiste à transformer les caractéristiques des biens produits pour les adapter aux caractéristiques des biens demandés.

1.2. L'UTILITE D'EXISTENCE DES INTERMEDIAIRES DE DISTRIBUTION

Dans ce point, il sera analysé l'utilité économique de l'existence des intermédiaires de distribution. A partir du moment où est admis le rôle de la distribution et son caractère de fonction nécessaire, se pose la question de la réalisation de la distribution (son accomplissement). La distribution peut être réalisée par le producteur lui-même ou bien être

¹ Brudey N., Ducrocq C. : La distribution, Vuibert, Belgique, 2000, p.56.

sous-traitée à des distributeurs spécialisée (les grossistes, les détaillants). A première vue, il semble que la distribution serait moins coûteuse si elle est accomplie par le producteur lui-même. Dans ce cas, les marges ne seraient pas prélevées sur les produits. Mais, cette analyse n'est pas toujours vraie. Dans certains cas, il serait moins coûteux pour le producteur de recourir à des distributeurs (des intermédiaires) ; dans certaines autres situations le producteur n'a pas d'autres choix (du fait du manque de moyens financiers, matériels, ou de connaissances et compétences en matière de distribution). Le recours à des intermédiaires est parfois plus économique. Analysons l'utilité d'existence des intermédiaires de distribution entre le producteur et le consommateur final.

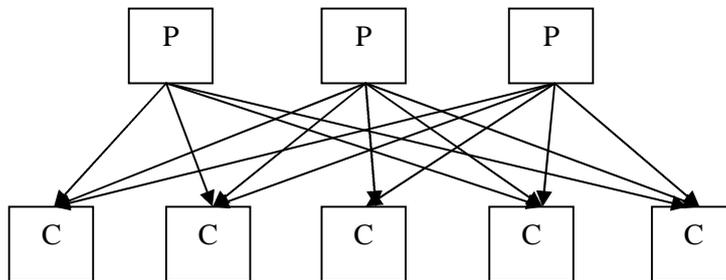
Les intermédiaires sont les agents économiques qui interviennent entre le producteur et les consommateurs ; ils sont payés à la marge¹, ce qui contribue à accroître le prix final du produit ; mais malgré cela, les producteurs recourent généralement aux intermédiaires car, ils sont incapables d'acheminer leurs produits vers tous les clients d'une manière économique.

La réduction du nombre de transaction

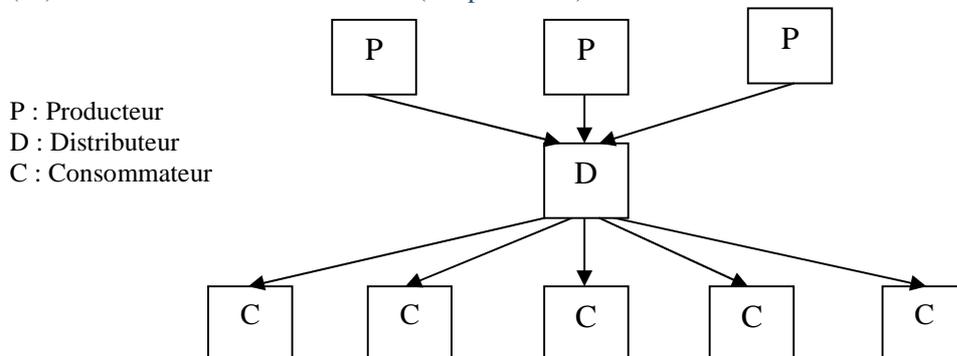
L'existence d'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs permet de réduire le nombre de transactions entre les deux. En situation d'absence d'intermédiaires, l'échange, va nécessiter autant de transactions pour le producteur qu'il y a de consommateurs (*). La mise en place d'un service intermédiaire permet de réduire ce nombre, car les producteurs auront à faire à un seul partenaire, auquel ils vendront leur production, de leurs côté, les consommateurs s'approvisionneront aussi différents soient leurs choix de produits chez un nombre limité de commerçants (de points de vente), (***) et ils ne se déplaceraient pas vers tous les producteurs.

Figure I.1 : Le principe de la démultiplication des contacts

(*) : Distribution sans intermédiaires ($n \times p$ contacts)



(***) : Distribution avec intermédiaire ($n + p$ contacts)



Source : Lambin J. J., Chumpitaz R. et De Moerloose C. : Marketing stratégique et opérationnel (Du marketing à l'orientation du marché), 6^e édition, Dunod, Paris, 2005, p.510.

¹ La marge commerciale = prix de vente - prix d'achat.

Les économies d'échelles

L'intervention d'un intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs permet la réalisation d'économies d'échelle par la centralisation des différentes fonctions de distribution : transport, stockage, communication, etc. En situation d'absence d'intermédiaire, chaque producteur est obligé de réaliser les différentes fonctions distributives à ses propres frais, ce qui implique la multiplication des coûts totaux de distribution, qui vont se répercuter obligatoirement sur le prix final.

La réduction des disparités de fonctionnement

Les disparités existantes entre les produits à leur état de production et leur état de consommation (ce point a déjà été traité plus haut).

Un meilleur service

La proximité de l'intermédiaire du consommateur lui permet d'offrir un meilleur service à celui-ci, que si le producteur le faisait lui-même. La proximité est le premier atout de la distribution indirecte. Le producteur ne pourrait pas couvrir une étendue géographique de la même manière que les distributeurs.

L'existence d'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs est un facteur d'efficacité. Cependant, cette contribution positive n'est effective que lorsque chaque intermédiaire effectue ses tâches plus efficacement que n'importe quel autre agent, que cet agent soit l'entreprise elle-même ou un autre intermédiaire, comme l'écrivent Lambin et al. :

« Un distributeur ne subsistera dans un circuit qu'aussi longtemps que les autres partenaires dans le processus d'échange jugent que cet intermédiaire exerce ses fonctions mieux qu'ils ne pourraient le faire eux-mêmes ou que d'autres institutions extérieures au circuit existant ne pourraient le faire »¹.

Mais aussi, Brudey et Ducrocq.

« Il est à priori impossible de dire quel est le système de distribution ou le nombre d'intermédiaires le plus efficace. L'idée générale est que chaque tâche devrait être accomplie par l'agent économique qui peut l'assurer avec la plus grande efficacité. ... tout dépend des produits, des opérateurs, des circonstances, ... et des critères »².

La distribution est conditionnée par un rapport de rendement niveau de service/coût, autrement dit, les distributeurs sont économiquement utiles s'ils arrivent à accomplir leurs tâches mieux et plus efficacement que d'autres agents internes ou externes au circuit. Pour une entreprise de production acheminer efficacement ses produits est une question vitale et capitale.

2. ANALYSE MICRO-ECONOMIQUE DE LA DISTRIBUTION

Une fois la production réalisée, le producteur doit l'écouler, les résultats comptables et la survie de l'entreprise en dépendent. Pour analyser la distribution au niveau de l'entreprise, il est nécessaire de présenter une structure de base, celle du *circuit de distribution*. Le circuit de distribution de l'entreprise est le support qui assure la distribution de ses produits, et il en existe plusieurs entre lesquels un choix doit être réalisé. Cette section analyse la distribution au niveau de l'entreprise.

¹ Lambin J. J., Chumpitaz R. et De Moerloose C. : Marketing stratégique et opérationnel (Du marketing à l'orientation du marché), 6^e édition, Dunod, Paris, 2005, p.512.

² Brudey N., Ducrocq C. : op.cit., pp.44-45.

2.1. LE CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Le circuit de distribution est représenté par l'ensemble des agents distincts qui interviennent entre le producteur et le consommateur et qui concourent à la distribution du produit.

« On appelle circuit de distribution une filière d'agents, dépendants de l'entreprise ou extérieurs à elle, qui assurent les transferts successifs du produit depuis le producteur jusqu'au client final »¹.

Parallèlement au circuit, il y a le canal de distribution ainsi défini :

« Le canal est le sous-ensemble du circuit constitué par les magasins d'un même type (supermarchés, hypermarchés, magasins traditionnels, etc.) ou caractérisé par l'utilisation d'une méthode de vente particulière (vente par correspondance, vente sur catalogues, vente à domicile, etc.). Le circuit de fabrication d'un producteur donné comprend souvent plusieurs canaux »².

Un fabricant distribue généralement son produit en empruntant plusieurs canaux à la fois, et l'ensemble des canaux forme le circuit de distribution.

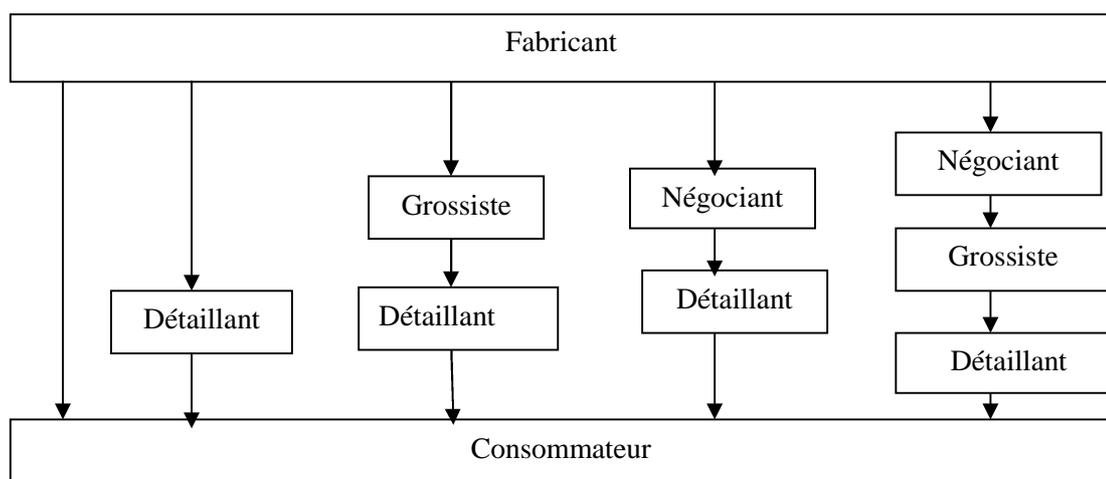
2.1.1. Type des circuits de distribution

Il existe plusieurs types de circuits de distribution et il appartient à l'entreprise de faire un choix. Les circuits de distribution peuvent être distingués selon deux critères : la **longueur** et l'**organisation**, comme il sera développé ci-après.

2.1.1.1. Les circuits de distribution selon leur longueur

Il existe trois types de circuits distingués selon leurs longueurs : le circuit ultracourt (dit aussi extracourt), le circuit court et le circuit long.

Figure I.2 : Configuration des circuits de distribution selon leur longueur



Source: Shewe D. C. et Smith R.M. : Marketing : concepts and applications, Library of Congress Cataloging in publication Data, United States of America, 1980, p. 329.

¹ Lindon D., Jallat F. : Le marketing, 5^e édition, Dunod, Paris, 2005, p.160.

² Vigny J. : op.cit., p.04.

Pour comprendre chaque type de circuit il faut d'abord saisir la définition de l'intermédiaire de distribution. Il existe un intermédiaire entre le producteur et le consommateur lorsque l'opération réalisée entre deux intervenants du circuit fait passer la propriété de l'un à l'autre¹. Lorsque la réalisation d'une fonction de distribution n'est pas accompagnée d'un transfert de la propriété (cas d'un négociant ou d'une centrale d'achat), il n'est pas question d'intermédiation (ex. : un négociant qui met en contact des producteurs et des distributeurs sans prendre la possession des produits, une centrale d'achat qui réalise des opérations d'achats pour des commerçants ou des groupes de commerçants sans être propriétaire des produits).

a) Le circuit ultracourt

Un circuit est ultracourt s'il n'existe pas d'intermédiaire entre le producteur et le consommateur final et la distribution est dite alors, directe. Elle est indirecte dans le cas où il existe au moins un intermédiaire entre le producteur et le consommateur. La distribution directe est indiquée lorsque les clients sont peu nombreux, l'entreprise a une bonne connaissance du marché, elle souhaite ou elle estime utile de limiter les marges des intermédiaires. Les formes de vente suivantes constituent un circuit ultracourt : la vente à la ferme, la vente directe par les artisans, la vente dans des magasins appartenant au producteur, mais aussi : la vente par correspondance, la vente à domicile, la vente par téléphone, la vente dans les magasins de l'usine, la vente par Internet, etc. lorsque celles-ci sont réalisées par le producteur ou l'importateur.

b) Le circuit court

Un circuit court comporte un seul intermédiaire entre le producteur et le consommateur, il s'agit du commerçant détaillant. Le détaillant prend à sa charge les fonctions de *gros*, et d'autres fonctions. Il existe des organisations spécifiques des commerçants de détail qui permettent le détournement de la fonction de gros : le succursalisme ou le groupement de commerçants par exemple. Les formes d'organisation du commerce de détail seront développées dans le point consacré à l'organisation des circuits de distribution (le sous-titre suivant).

c) Le circuit long

Un circuit long est un circuit comptant deux intermédiaires au moins entre le producteur et le consommateur, grossiste et détaillant, parfois des demis - grossistes. Le grossiste est l'intermédiaire qui achète des produits, en prend possession, pour les revendre à des clients commerçants, mais ne peut vendre directement aux consommateurs. C'est l'un des intermédiaires invisibles pour les consommateurs. Les relations entre grossistes et détaillants peuvent être indépendantes, dans ce cas le circuit est dit *traditionnel*, ou au contraire *organisées*, c'est-à-dire contractuelle. A l'exemple de la franchise où le franchiseur peut réaliser la fonction de gros et s'approvisionner auprès des producteurs pour vendre ensuite les produits à ses franchisés. Le choix d'un circuit indirect (court ou long) peut se faire pour les raisons suivantes : un grand nombre de clients, un ratio chiffre d'affaire/client faible, une clientèle dispersée géographiquement, une clientèle très fidèle à un circuit, l'entreprise a une faible connaissance de sa clientèle et du marché.

¹ Brudey N., Ducrocq C. : op.cit., p.169.

Une entreprise peut recourir à plusieurs circuits de distribution, son choix ne va pas porter forcément sur un seul type de circuit ; elle peut ainsi distribuer ses produits par un seul circuit comme, elle peut le faire par plusieurs. Dans ce dernier cas, on parle d'un circuit de distribution multiple. Ce choix multiple pour une entreprise peut-être guidé par sa volonté de créer un climat de concurrence entre les distributeurs ou pour toucher des clients ayant des habitudes d'achats différentes.

2.1.1.2. Type des circuits selon leur organisation

L'organisation du circuit de distribution est définie à travers les liens qui peuvent exister entre les différents intervenants. Cela permet de distinguer entre les circuits de distribution dits *traditionnels* et les circuits dits *coordonnés*. Les circuits sont traditionnels ou conventionnels lorsqu'il n'existe pas de **relations** entre les membres d'un circuit de distribution. Dans ce type de circuit chaque membre accomplit sa tâche et se fixe comme objectif son propre intérêt sans se soucier des autres membres du circuit. Au contraire des premiers, les circuits coordonnés se caractérisent par le travail des membres dans un seul objectif, celui de la vente du produit au consommateur final, et cela grâce à l'action coordonnée des différents membres, comme définie ci-après.

a) Structures verticales conventionnelles

La structure verticale conventionnelle est la forme traditionnelle des circuits de distribution, caractérisée par l'absence de coordination entre les membres du circuit. Dans ce genre de circuit les participants font peu ou pas d'effort de coopération mutuelle ; ils achètent et vendent de l'un à l'autre et c'est tout. Chaque participant ne fait que ce qu'il considère être de son propre intérêt et il ne se soucie pas beaucoup de l'effet de sa politique sur les autres participants¹.

b) Structures verticales coordonnées

A l'opposé des circuits à structure conventionnelle, il existe des systèmes à structures verticales coordonnées où le circuit de distribution tout entier vise le même marché-cible situé à l'extrémité du circuit. Dans ce type de circuit, les partenaires du processus d'échange coordonnent une partie ou l'ensemble de leurs fonctions, de manière à réaliser des économies d'exploitation et à renforcer leur impact sur le marché ainsi que leur force de négociation. De tels systèmes sont plus compétitifs car la coordination entre les partenaires commerciaux est la source d'économies d'échelle.

Comme il vient d'être décrit, le circuit de distribution est la structure de distribution qui permet de véhiculer le produit du producteur jusqu'au consommateur. Un circuit de distribution est représenté par les différents agents qui interviennent dans l'accomplissement des différentes tâches distributives. Les circuits peuvent être différenciés par leurs longueurs c'est-à-dire le nombre d'intervenants entre le producteur et le consommateur mais, aussi par leurs organisations ou non.

Une des questions importantes liées au circuit de distribution d'un producteur est celle du choix de son (ses) circuit(s).

¹ Mc Carthy E. J., Perrault Jr. W. D. : Le marketing (une approche managériale), traduction de Jean-Luc Bernard, Economica, 1986, p.370.

2.1.2. Les déterminants du choix du circuit de distribution

Pour distribuer ses produits une entreprise doit choisir entre deux solutions « faire » ou « faire faire ». Ce choix est important à plusieurs niveaux : en premier lieu, le choix et la mise en place du circuit de distribution est pour l'entreprise une action de long terme, qu'il est coûteux et difficile de modifier, d'où l'intérêt de faire le « bon choix ». En second lieu, la distribution est un facteur déterminant de la rentabilité de l'entreprise (son chiffre d'affaire) à court terme et de sa survie à moyen-long terme, car elle est reliée au volume de ses ventes. Il existe plusieurs critères qui peuvent orienter le choix des circuits de distribution d'une entreprise et qui sont : la clientèle, les caractéristiques des produits, les caractéristiques de l'entreprise, les caractéristiques des canaux de distribution disponibles, les contraintes légales, la stratégie de l'entreprise et la distribution de la concurrence, analysés ci-après.

2.1.2.1. La clientèle

Le circuit de distribution doit être adapté aux caractéristiques et aux comportements d'achats des clients potentiels finaux. L'entreprise doit avoir des connaissances sur certains points : la localisation et la dispersion géographique des clients potentiels, les lieux où ils effectuent leurs achats pour le produit considéré, quand et avec quelle fréquence ils font leurs achats, le volume et le montant de leurs achats unitaires, les besoins d'information, de conseils et de services exprimés par les clients. Dans la prise de sa décision, l'entreprise doit prendre en considération chacun de ces éléments. Une clientèle nombreuse et géographiquement dispersée, nécessite, par exemple, l'intervention d'intermédiaires qui réduiraient considérablement le coût afférant à celle-ci. Dans le cas contraire (le marché est étroit) l'entreprise pourrait elle-même réaliser aisément la distribution de ses produits.

2.1.2.2. Les caractéristiques des produits

Les caractéristiques physiques et techniques des produits influent sur la structure du circuit de distribution comme suit :

- Pour les produits hautement périssables le circuit le plus court est le plus adapté ;
- Pour les produits volumineux et pondéreux vu l'importance de leurs coûts de distribution physique, un circuit court est recommandé ;
- Les produits de grande technicité qui demandent un service après-vente et une assistance à l'utilisation nécessitent des circuits spécialisés, c'est-à-dire que l'entreprise distribue elle-même ses produits (circuit direct) ou bien choisit avec soin des distributeurs qui doivent avoir une certaine compétence. Aussi, pour les produits de grande valeur un circuit direct est plus adapté. Par contre pour les produits standardisés à faible valeur unitaire, il n'y a pas besoin de vendeur spécialisés ;
- L'assortiment du producteur est un facteur influant sur son circuit de distribution. En effet un producteur spécialisé en un seul produit doit recourir à des grossistes pour mettre son produit dans différents points de vente. Au contraire si son assortiment est grand (varié) il peut s'adresser directement aux détaillants ;
- L'image du produit ou sa marque influence le choix du circuit. Pour certains produits de luxe les distributeurs sont scrupuleusement choisis et contrôlés par le fabricant (grandes marque : vêtement, parfum, bijoux, etc.).

2.1.2.3. Les caractéristiques de l'entreprise

La part d'intervention de l'entreprise dans la distribution de ces produits est liée à la taille de l'entreprise (capacité financière) mais aussi à son savoir-faire dans le domaine de la distribution. Une entreprise qui dispose de moyens financiers et physiques peut prendre en charge plusieurs fonctions de distribution. Certaines grandes entreprises utilisent même cela pour attirer des clients (distributeurs). Pour les petites entreprises aux moyens limités le recours aux intermédiaires est indispensable. Le manque de savoir-faire et du marché peut aussi être un facteur pour sous-traiter la distribution de la part de l'entreprise. Un manque de savoir-faire en matière de techniques de distribution et de gestion commerciale peut pousser aussi les entreprises à faire appel à des intermédiaires plus spécialisés qu'elle.

2.1.2.4. Les caractéristiques des canaux de distribution disponibles

L'analyse quantitative et qualitative des circuits de distribution est essentielle pour l'entreprise et porte sur les points suivants :

- L'évolution de la part des ventes du produit en général et des marques réalisées par les différents circuits ;
- Les marges pratiquées dans les différents circuits ;
- Les avantages et les inconvénients de chaque circuit ;
- Les différences en termes de : coûts, rotation stocks, chiffre d'affaire réalisé, couverture du marché, image distributeurs, coopération à la politique commerciale du producteur, compétence, respect des délais de livraison, potentiel humain et financier nécessaire au fabricant ;
- Le nombre de distributeurs à chaque échelon du circuit et leur répartition géographique...

L'analyse de ces éléments va permettre à l'entreprise de réaliser un classement des circuits, et orienter de manière pertinente son choix.

2.1.2.5. Le cadre juridique

L'activité commerciale est régie par le code de commerce et le respect de la réglementation en vigueur est indispensable. Dans ses relations avec les distributeurs le producteur ne peut pas refuser d'approvisionner un grossiste ou un détaillant qui lui adresse une commande. La pratique de conditions discriminatoires ou de différenciations abusives dans la fixation des prix est illégale, si elles ne font pas l'objet de contrat comme dans le cas de la franchise par exemple. Aussi, pour certains produits, les circuits de distribution sont obligatoires (produits pharmaceutiques).

2.1.2.6. La stratégie de couverture du marché

La stratégie de couverture du marché de l'entreprise est liée aux caractéristiques des produits et des cibles clientèles auxquelles ils sont destinés (J. Vigny, 2000). On peut distinguer entre deux catégories de biens de consommation : les produits banals (ou les produits de grande consommation) et les produits anomaux. Les caractéristiques de chaque groupe sont présentées dans le tableau I.1 :

Tableau I.1 : Caractéristiques du produit banal et du produit anormal

Caractéristiques du produit banal	Caractéristiques du produit anormal
Le prix unitaire faible	Le prix unitaire est moyen ou élevé
La vente en magasin demande peu de services	Le magasin doit apporter aux clients des services étendus (informations, retouches, livraison, service après-vente, etc.)
Les motivations d'achat sont utilitaires plus que symboliques	Les motivations d'achats ont un contenu symbolique souvent très marqué
La fréquence d'achat peut-être élevée, voire quotidienne	La fréquence d'achat est faible
Le marché du produit est étendue (un marché de masse)	Le marché du produit peut-être restreint
Le consommateur s'efforce de limiter le temps consacré à l'achat de ce produit et s'il ne trouve pas une marque dans un magasin, il achète une marque concurrente plutôt que de se rendre dans un autre magasin	Le consommateur est disposé à attendre pour prendre possession du produit (délais de livraison), il consacre plus de temps et d'efforts à l'achat, il est aussi prêt à se déplacer pour trouver le produit qu'il recherche.

Source : Etabli à partir des définitions de Vigny J. : Distribution, 3^e éditions, Dalloz éditions, Paris, 2000, pp.4-5.

Selon la nature du produit une entreprise peut choisir entre trois stratégies de distribution distinctes : intensive, sélective ou exclusive. La distribution *intensive* implique une disponibilité des produits aussi large que possible. Les consommateurs doivent pouvoir disposer des produits à tout moment ; et toutes les catégories de détaillants peuvent présenter ce produit. Cette distribution est très adaptée aux produits banals, tels les produits alimentaires. La distribution est *sélective*, lorsque le fabricant sélectionne un nombre déterminé de distributeurs parmi ceux qui existent pour leurs compétences en matière de vente. Ce type de stratégie de distribution est conforme aux produits que le consommateur choisit avec soins (produits anomaux qu'il n'achète pas fréquemment). La distribution *exclusive* est une relation contractuelle entre un producteur qui, accorde l'exclusivité de vente de son produit à un distributeur dans un territoire défini, en contrepartie duquel le distributeur accepte de ne pas référencer (vendre) les marques concurrentes. Ce cas s'observe par exemple chez les concessionnaires automobiles.

2.1.2.7. La distribution des concurrents

L'étude des méthodes de distribution des entreprises concurrentes est une source non négligeable d'informations sur les circuits les plus efficaces et ceux à éviter. L'entreprise peut même faire sa « petite » enquête sur les circuits de la concurrence ce qui va lui permettre d'avoir des éléments de réponse au sujet de certaines interrogations. Le choix du circuit de distribution est une question capitale pour un producteur, qui engage aussi bien la rentabilité de l'entreprise que son image sur le marché, d'autant plus que ce choix se fait à long terme et qui n'est pas, par conséquent facile de revoir, vu les engagements qu'il suppose auprès d'autres agents économiques.

2.2. ENJEUX DE LA DISTRIBUTION POUR L'ENTREPRISE

L'objectif poursuivi en tout temps par l'entreprise est de produire pour vendre. La vente et la réalisation de bénéfices est une question de survie. Cependant, il ne suffit pas de fabriquer pour vendre spécialement dans un environnement concurrentiel, mondialisé et où le développement technique des moyens de transport et de communication, raccourcissent les distances et favorisant par cela les échanges.

Michael Porter (1986) explique que pour faire face à ses concurrents, une entreprise doit se construire un *avantage concurrentiel* et surtout le maintenir. Cet avantage peut provenir

soit de coûts de production inférieurs à ceux du marché, soit d'une différenciation du produit qui permet d'en obtenir un prix supérieur à celui du marché. Les coûts de distribution peuvent représenter jusqu'à 50 % du prix du produit final sur le marché et leur maîtrise peut fournir à l'entreprise un véritable avantage concurrentiel¹. Ces coûts proviennent des différentes tâches réalisées entre le producteur et le consommateur nécessaires à faire arriver le produit au marché. Ces différentes tâches sont appelées les fonctions de distributions et elles sont de deux natures différentes : les fonctions de distribution physique et les fonctions de services.

2.2.1. Les fonctions de distribution physique

La distribution physique correspond aux opérations matérielles de mise à disposition des produits aux clients et consommateurs. Ces opérations réduisent les écarts spatiaux-temporels entre la production et la consommation, et aussi les écarts de lots (quantité) et d'assortiment. Ces fonctions sont : le transport/éclatement de la production, l'assortiment et le stockage.

Les fonctions de transport et d'éclatement de la production

Le transport permet d'acheminer les produits des lieux de la production vers les lieux de la consommation, et cela suppose la réalisation des opérations de **manutention** à chaque fois nécessaire, opération qui peut s'avérer coûteuse le long du processus de distribution. Le transport peut se réaliser par différents moyens de transport existants : routiers, ferroviaires, maritimes et fluviaux, aérien et pipelines. Le choix de l'un ou de l'autre moyen dépend de la nature des produits, la destination et les infrastructures de transport. Le producteur peut recourir à plusieurs moyens en même temps, spécialement sur de longues distances.

La fonction d'éclatement permet de diffuser les biens produits en grandes quantités sur des territoires géographiques donnés : c'est l'utilité de lot ; la distribution assure une transformation des quantités produites progressivement le long de la chaîne de distribution pour l'adapter au niveau de la demande.

Tableau I.2 : Avantages et inconvénients des différents modes de transport

Mode de transport	Avantages	Inconvénients
Transport routier	Très flexible	Encombrement sur les voies Dommages causés aux routes
Transport ferroviaire	Grande capacité de tonnage Adaptables aux conteneurs Peut lier les lieux de production et les ports et l'inverse.	
Transport maritime et fluvial	Le moins coûteux Grande capacité à manipuler une variété de produits	Le plus lent
Transport aérien	Le plus rapide	Le plus cher
Pipelines²	Fréquence des expéditions Régulières Sûreté dans le respect des horaires	

Source: Mc Carthy E. J., Perrault Jr. W. D.: Marketing, 8e, Economica, Paris, 1985, pp. 444-452.

¹ Porter M. : L'avantage concurrentiel : comment devancer ses concurrents et maintenir son avance, traduction française de Lavergne Phillippe, Dunod, 1999.

² Un pipeline (mot anglais) qui désigne les canalisations de transport à distance de liquides tels : le pétrole (les oléoducs) et gaz liquéfié (gazoduc), Le Petit Larousse (1995).

L'assortiment

Il consiste à réunir en un même lieu des biens d'origine et de type divers dans le but de les transporter ou de les stocker avec une plus grande efficacité économique. Autrement dit, il s'agit de transformer des lots de production en lots de vente. Le distributeur va former son offre à partir de différents produits de producteurs distincts pour l'adapter à ce que demandent les consommateurs.

Le stockage

La fonction de stockage permet de réguler l'inadéquation des quantités offertes par rapport aux quantités demandées dans le temps. Le stockage peut être pris en charge par le producteur lui-même (à l'usine ou dans des entrepôts régionaux à proximité de la demande) ou par le distributeur. L'opération de stockage implique un coût (d'immobilisation du capital) et un risque (apparition de nouveaux produits, pertes, baisse des prix) pour l'agent qui la réalise.

Les fonctions de distribution physique sont des fonctions nécessaires et coûteuses¹ et leur maîtrise est indispensable, mission qui revient à la fonction logistique. L'importance des coûts de distribution physique dans le coût global de l'entreprise rend nécessaire une gestion rationnelle de ceux-ci. Les coûts de distribution physique sont différents d'un produit à un autre ; les produits volumineux et pondéreux par exemple ont des coûts parmi les plus élevés².

2.2.2. Les fonctions de service

Les services de distribution sont les fonctions autres que physiques, nécessaires pour une distribution satisfaisante. Ces opérations sont : les services financiers, les services de communication et les services matériels.

La fonction de financement

La fonction de financement est : « *celle que les intermédiaires assument lorsqu'ils achètent aux producteurs, en prenant à leurs charges les risques de la commercialisation. Ils apportent la contrepartie financière de la production sans que, les producteurs soient obligés d'attendre que les consommateurs aient acheté le produit* »³. Ce qui veut dire que les distributeurs jouent un rôle de financement de la production. Cependant, les producteurs eux aussi, jouent ce même rôle en accordant aux distributeurs des délais de paiement supérieurs aux délais de vente.

La fonction de communication

Ce sont les différentes fonctions de communication qui informent les consommateurs sur les biens et services offerts, à travers notamment : l'affichage des prix, les informations sur les caractéristiques des produits, publicité sur le lieu de vente (PLV), promotion, conseils donnés par le vendeur...

Les services matériels

Ce sont les divers services qui peuvent accompagner l'opération de vente au consommateur : livraison, mise en place, garantie, retouches...

Ainsi, diverses fonctions doivent être assurées par le distributeur entre le producteur et le consommateur. D'autres services comme, la proximité, les horaires d'ouverture, la rapidité

¹ Leurs coûts représentent en moyenne 8,8 % du chiffre d'affaire des entreprises, Helfer J. P. et Orsoni J. : op.cit. p.319.

² Mc Carthy E. J., Perrault Jr. W. D.: op.cit. p.444.

³ Lendrevie J., Lindon D. : Mercator, 6^e édition, Dalloz, Paris, 2000, pp. 304-305.

de la livraison, l'entretien... peuvent être fournis par les distributeurs. **Toutes les fonctions** de distribution doivent être **réalisées**, quel que soit l'agent qui les prend en charge. En d'autres termes, un producteur ne peut pas éliminer une de ces fonctions dans le but de réduire les coûts de la distribution. Ce qui peut-être fait, cependant c'est la recherche de l'agent qui réalise le plus efficacement, ces fonctions.

« Quelle que soit l'organisation du système de distribution, toutes ces tâches¹ doivent être assurées : ce qui change c'est leur importance relative et surtout la répartition des tâches entre l'industriel et le ou les commerçant(s)...L'idée générale est que chaque tâche devrait être accomplie par l'agent économique qui peut l'assurer avec la plus grande efficacité »².

La réalisation des fonctions de distribution donnent lieu à plusieurs flux : d'amont en aval (distribution physique, titres de propriété), d'aval en amont (commandes, paiements), mais aussi à des flux dans les deux sens (information) :

- *Le flux des commandes* : adressées par les clients (détaillants, grossistes) aux producteurs ;
- *Le flux physique* : représente les déplacements réels des produits du producteur jusqu'au consommateur, en passant par les dépôts intermédiaires ;
- *Le flux du titre de propriété* : L'action de la vente des produits d'un agent à un autre nécessite un passage de la propriété du premier au second ;
- *Le flux financier* : est la contrepartie monétaire des flux des produits physiques (factures, commissions) ;
- *Le flux d'information* : ce flux circule dans deux directions (aval-amont et amont-aval), les informations provenant du marché remontent vers le producteur, et les informations orientées vers le marché sur l'initiative des producteurs et intermédiaires, afin de faire connaître leurs produits.

La distribution est une véritable chaîne d'opérations toutes indispensables et leur réalisation avec un moindre coût peut avantager l'entreprise sur le marché. Il arrive que des entreprises disparaissent non pas pour des difficultés de production mais à cause d'un mauvais choix de distribution.

3. ANALYSE MACRO-ECONOMIQUE DE LA DISTRIBUTION ET SON ROLE DANS LE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

Analysée à une échelle micro-économique, la distribution des produits est pour l'entreprise primordiale car elle peut être la source d'un avantage concurrentiel : à court terme, elle est un facteur de rentabilité, à plus long terme, elle est une source de pérennité de celle-ci. Cependant, dans une économie, il n'existe pas une, mais des milliers d'entreprises, de même pour les consommateurs. A une échelle plus globale, il ne s'agit pas de faire arriver un seul produit aux consommateurs mais, serait plutôt d'acheminer la production globale aux consommateurs, autrement dit, il s'agit de diffuser la production sur un territoire géographique donné. A ce niveau se pose la question du rôle de la distribution comme fonction intermédiaire entre la production et la consommation dans le système économique. La distribution est-elle une simple activité « qui doit être réalisée », ou bien est-elle un facteur influant sur ces deux fonctions économiques globales?

¹ Référence aux fonctions de distribution.

² Brudy N., Ducrocq C. : op.cit., pp.44 - 45.

Cette section sera consacrée à analyser le rôle de la distribution ou son apport au système économique d'une manière générale. Aussi, il sera présenté le lien entre la distribution et l'état de son environnement global, car les modifications qui surviennent dans celui-ci affectent l'état de la distribution et le modifie.

3.1. ROLE DE LA DISTRIBUTION DANS LE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

Avant d'analyser le rôle de la distribution dans le développement économique, il convient d'en rappeler la définition.

« Le macro-marketing est un processus socio-économique qui dirige le flux des biens et des services depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs avec pour but l'harmonisation de l'offre et de la demande et la réalisation des objectifs de la société »¹.

Au niveau global, la distribution est une fonction intermédiaire entre deux autres fonctions importantes, celles de la production et celle de la consommation. Cette succession de fonctions forme une **chaîne composée** de **maillons** interdépendants : ce sont les produits *fabriqués* qui sont *distribués* et *consommés*. Analysée à une échelle macro-économique, la distribution peut-être un facteur stimulant du développement économique, au-delà de son aspect pratique dans l'acheminement des produits. Cette contribution au développement peut s'apprécier à travers les points suivants : la création de la valeur ajoutée, la création d'emplois, la stimulation de la production et de la consommation et la contribution à la croissance régionale.

3.1.1. La distribution : secteur créateur d'emplois et de valeur ajoutée

Pendant longtemps, les économistes avaient refusé de considérer la distribution comme activité créatrice de valeur ajoutée. Mais cette vision est révolue, puisque il est admis aujourd'hui que cette fonction contribue à la production intérieure brute (PIB) et ce à travers la somme totale des marges bénéficiaires appliquées. L'application des marges par les distributeurs est la contrepartie monétaire du service assuré par ceux-ci. Il faut savoir qu'un système de distribution ne peut être efficace que lorsqu'il permet aux distributeurs de couvrir leurs coûts et de dégager un bénéfice. Les données du tableau I.3 montrent que ce secteur contribue à la formation du PIB dans une fourchette allant de 7 à 20 %, pour les pays et les années considérés.

¹ Mc Carthy E. J., Perrault Jr. W. D. :op. cit., 1985, p.13.

Tableau I.3 : Part de la distribution dans le PIB de certains pays

Pays	Part du commerce de gros et de détail en % du PIB	Année	Pays	Part du commerce de gros et de détail en % du PIB	Année
Australie	18	1994	Japon	13	1994
Bangladesh	9	1994	Koweït	8	1992
Belgique	15	1994	Luxembourg	14	1991
Bolivie	8	1992	Pays-Bas	12	1994
Canada	10	1992	Nigéria	17	1994
Iles Caïman	15	1991	Norvège	9	1991
Colombie	10	1992	Panama	24	1994
Chypre	10	1994	Pérou	10	1994
République tchèque	11	1993	Philippines	14	1994
Danemark	11	1994	Pologne	9	1993
Équateur	19	1992	Roumanie	12	1992
Estonie	16	1994	Seychelles	15	1991
Finlande	8	1994	Espagne	14	1992
France	12	1994	Sri Lanka	20	1992
Allemagne	8	1994	Suède	9	1994
Grèce	11	1994	Macédoine	7	1993
Hong Kong, Chine	21	1993	Thaïlande	16	1994
Hongrie	11	1993	Turquie	17	1994
Islande	9	1993	États-Unis	16	1993
Inde	11	1994	Uruguay	9	1991
Irlande	9	1993	Venezuela	15	1994
Italie	15	1994			

Source : OMC : Conseil du commerce des services : services de distribution, 1998, p. 25

La part de la distribution dans la formation du PIB peut aller jusqu'à un cinquième. Ce taux concerne l'année d'étude (indiquée dans le tableau), et est variable d'un pays à un autre. D'après les données du tableau, la contribution de la distribution à la formation du PIB n'est pas corrélée au niveau de développement économique, puisque certains pays développés affichent des taux inférieurs à 10 % (Allemagne, Suède,...), alors que certains pays en développement ont des taux avoisinant les 20 % (Nigéria, Equateur, Venezuela,...).

La contribution de la distribution à la création de la valeur ajoutée peut-être aussi analysée à travers ce qui peut-être qualifié de la valeur ajoutée « indirecte ». Pour arriver au consommateur final, le produit traverse plusieurs étapes : tri, assemblage, manutention, transport, stockage, communication, financement-assurance... la distribution aura de ce fait un effet d'entraînement sur plusieurs autres activités économiques. L'exemple du transport illustre cette situation. Le transport est une fonction évidente dans la distribution. Cette fonction nécessite des moyens de transport, des moyens de transport spécialisés pour certains produits (produits périssable par exemple), fourniture en pièces, des infrastructures (routes, autoroutes, ports, aéroports), la recherche dans tous ces domaines... Ainsi, la réalisation de la distribution tire en amont et en aval plusieurs autres activités économiques créatrices de valeur ajoutée, qui accroissent le PIB. En matière de création d'emplois la distribution est réputée pour sa forte intensité en main-d'œuvre. L'activité commerciale spécialement ne nécessite aucune qualification, ce qui la rend attractive. Les données disponibles sur certains pays confirment cette situation.

« La proportion d'entreprises relevant du secteur de la distribution dans le nombre total d'entreprises révèle l'importance de ce secteur dans l'activité économique : elle se

situe entre moins de 20 pour cent aux États-Unis, au Danemark et en Islande et 40 pour cent en Grèce et au Portugal. Le nombre relativement élevé des entreprises de distribution dans certains pays tient à la petite taille des points de vente au détail courants dans ces pays »¹.

3.1.2. La distribution : un stimulant de la production et de la consommation

De par sa place médiane entre la production et la consommation, la distribution joue un rôle fondamental entre ces deux fonctions : la croissance de la production et la disponibilité et l'accessibilité des produits en dépendent, spécialement dans les pays en développement où la production est insuffisante par rapport à la demande.

Une distribution efficace est un facteur stimulant la production². Il est admis qu'un système de distribution est efficace lorsque les produits sont acheminés entre les producteurs et les consommateurs au moindre coût. Des coûts de distribution moindres signifient des prix réduits sur les marchés, ce qui rend les produits accessibles pour les consommateurs. La loi de l'offre et de la demande expliquent que la baisse des prix d'un produit sur le marché toutes choses étant égales par ailleurs a pour conséquence un accroissement de sa demande. Dans ce cas le marché envoie un signe positif aux producteurs qui planifient leurs productions à la hausse. La croissance de la production contribue à la croissance économique en général. La situation contraire est vraie : une distribution inefficace peut devenir un vrai blocage à la croissance de la production en amont. Cette situation peut se rencontrer dans les pays en développement, où les producteurs éparpillés, non-organisés, et ne disposant pas de moyens (financiers, techniques, et savoir-faire) suffisants et de par l'inexistence d'un système de distribution qui peut prendre la relève n'accroissent pas leurs productions, car ils ne sont pas sûrs de pouvoir l'écouler sur le marché³. Dans les pays développés, la production de masse n'est profitable qu'avec une distribution de masse qui l'accompagne, il ne sert à rien de produire en grandes quantités, si les produits ne sont pas écoulés au même rythme⁴. Ainsi, la distribution n'est pas une simple fonction d'écoulement de la production mais, elle est aussi un stimulant de celle-ci.

Distribuer les produits efficacement les rend accessibles en aval de la chaîne, car les frais maîtrisés n'ont pas donné une surélévation des prix sur le marché. Les conséquences en sont essentielles. En premier, l'accessibilité des consommateurs aux produits contribue à la croissance de leur bien-être d'une manière générale. Ensuite, c'est la hausse de la demande qui en résulte qui donne un signe positif aux producteurs pour augmenter leurs productions. Enfin, la maîtrise des coûts de distribution réduit les dépenses des ménages en produits alimentaires, ce qui leur permet de consommer d'autres biens non alimentaires. Autrement dit, la distribution contribue à accroître la consommation des produits alimentaires et non alimentaires⁵, ce qui a un impact positif sur la production et donc sur la croissance économique.

En sus de l'intérêt majeur que présente la fonction de production et celle de la consommation, il apparaît à travers l'analyse que la distribution n'en est pas de moindre importance.

¹ Organisation Mondiale du Commerce « Conseil du commerce des services » : services de distribution, 1998, p.03.

² Fenn M. G. : La commercialisation du bétail et de la viande, Collection FAO : La commercialisation, N°3, 2^e édition, Rome, 1979, p 10-11.

³ Fenn M. G. op. cit. 13.

⁴ Benoun M., Héliès-Hassid M. L. : Distribution (acteurs et stratégies), 2^e édition, Economica, Paris, 1995.

⁵ Mc Carthy E. J., Perrault Jr. W. D. op. cit. p.22.

3.1.3. La distribution : un facteur de développement régional

Il est rare de trouver une région qui arrive à s'auto-suffire en tous produits. Que ce soit à l'échelle d'un pays, ou bien à l'échelle mondiale, la performance régionale est disparate. Certaines régions performantes réalisent des excédents (surproduction) alors que d'autres sont déficitaires et expriment le besoin de s'approvisionner d'autres régions. Grâce à la distribution, un certain équilibre est réalisé et un meilleur niveau de bien-être est atteint. La région productrice maintient un certain niveau des prix et de rentabilité de l'activité grâce aux débouchés que lui assure la région déficitaire, alors que cette dernière trouve réponse à sa demande. Une distribution efficace (système de distribution efficace) devient le moyen de croissance de la production et de développement de la région. Pour expliquer une telle situation, on peut donner l'exemple de la distribution dans les pays en développement. Dans certaines régions des pays en développement, la croissance de la production mais aussi de la région peut-être bloquée en partie par l'inexistence d'un système de distribution sûr qui permette l'écoulement des produits vers d'autres régions. Les producteurs dans ces pays n'ont pas toujours les moyens suffisants pour assurer leur propre distribution et si le système de distribution existant est inefficace ou inexistant, dans ce cas les producteurs préfèrent produire en quantité réduite. Une telle situation peut toucher plusieurs régions, et s'étaler dans le temps (années), ce qui condamne la croissance de la production et la croissance de la région. Ce point est essentiel spécialement pour les pays en développement, où le niveau de production ne répond pas à la demande. Ainsi, l'insuffisance de la production ne provient pas toujours de la sphère productive et un système distributif efficace est une condition nécessaire pour la croissance économique d'une manière générale.

3.2. L'ENVIRONNEMENT DE LA DISTRIBUTION

Assurer la distribution de la production dans une société répond à un besoin économique, social voire politique. Pour s'y prendre, il n'existe pas une mais une multitude de formes. Que ce soit au sein d'un pays ou d'une région, les circuits de distribution existant peuvent être nombreux, allant des plus simples (vente directe du producteur au consommateur sur une place de marché) aux plus complexes (faisant intervenir plusieurs intermédiaires : grossistes, demi-grossistes, détaillants). Les formules de vente peuvent varier aussi considérablement du petit magasin de proximité à l'hypermarché¹. Il existe un grand nombre de facteurs influents sur la distribution : facteurs politiques (réglementation), économiques (croissance, crise), sociaux (croissance de la population, goûts des consommateurs, travail de la femme,...), techniques (transport) et organisationnels (techniques de gestion). Certains facteurs ont une influence directe (visible directement), telle la réglementation, par contre d'autres facteurs ont une influence plus au moins à long terme, tels la croissance de la population, le changement des goûts des consommateurs, le changement technique...

Cette partie du travail, sera consacrée à analyser les facteurs environnementaux ayant une influence sur la distribution.

3.2.1. L'environnement naturel

Le cadre naturel de la distribution est relatif aux caractéristiques de l'espace géographique. L'étendue plus au moins importante de l'espace, le relief, ...n'ont pas les mêmes effets sur l'activité de distribution. Les problèmes qui se posent pour un pays vaste, tels l'Algérie, les Etats-Unis, la Chine, l'Australie, ... ne sont pas les mêmes que pour des

¹ Les différences entre les formules de distribution sont liées à : la surface (m²), l'assortiment, la localisation, la politique des prix.

petits pays, tels la Suisse, le Luxembourg, la Tunisie, ...lorsque l'espace géographique est relativement petit, le producteur peut distribuer lui-même ses produits. Le cas est très différent pour un pays vaste. Plus la distance entre le producteur et le consommateur, est importante, plus le nombre d'opérations et d'intervenants dans le circuit est important. De manière conséquente, les coûts de distribution seront plus importants.

3.2.2. L'environnement économique

Les produits distribués sont les produits fabriqués (ou importés). La distribution est une fonction complémentaire (un prolongement) de la production et les conditions de production seront une composante du produit mis en vente. A titre d'exemple, l'utilisation d'une meilleure technique de production qui réduit les coûts a pour conséquence la baisse des prix sur le marché, et l'inverse est aussi vrai. L'augmentation des prix des intrants agricoles est un facteur d'accroissement des prix, puisque le coût de revient du produit augmente, chose qui va se répercuter sur son prix sur le marché (nous supposons dans cet exemple que les distributeurs ne changent pas leurs marges). Ainsi, les variations des prix des produits sur le marché ne sont pas toujours dues aux distributeurs.

3.2.3. L'environnement social

L'évolution que connaît la société a une influence plus au moins grande sur l'état de la fonction de distribution. Le premier facteur est la croissance de la population. L'appareil commercial doit pouvoir suivre la croissance démographique pour pouvoir répondre à la demande supplémentaire. Les changements des goûts des consommateurs et leurs évolutions. Ce sont les variations de la demande qui commandent les produits offerts par les commerçants, ceux-ci se chargeant de transmettre ces préférences aux producteurs. L'essor de l'activité féminine à l'échelle mondiale a elle aussi une influence sur l'activité commerciale. Les femmes n'ont plus autant de temps pour préparer les repas, ce qui a contribué grandement à des changements dans la forme des produits vendus, la tendance est la mise en vente de produits pratiques et rapide d'utilisation (sauces préparées, aliments prêts à l'utilisation, nettoyés-assaisonnés,...) et aussi des plats cuits ou précuits à réchauffer (spécialement dans les sociétés occidentales). Un autre facteur qui peut être cité, l'urbanisation. De par l'importance croissante que prend ce phénomène à l'échelle mondiale et de part l'importance de la ville dans la croissance économique, la distribution doit s'y adapter et contribuer à ce développement. Les citoyens sont de plus en plus nombreux dans la population mondiale¹ et leur demande variée et exigeante (de par leur pouvoir d'achat élevé). En ville, les consommateurs achètent tout ce dont ils ont besoin, ils n'ont ni le temps, ni les moyens de le satisfaire eux-mêmes leurs besoins (comme c'est le cas à la campagne), ils sont exigeants mais payent le prix, d'où l'intérêt de satisfaire cette demande grâce à un appareil commercial performant qui assure la disponibilité et l'accessibilité des produits demandés.

3.2.4. La réglementation

La fonction de distribution touche toutes les catégories de produits : aussi bien de première nécessité (produits alimentaires, énergie, eau,...) que de moindre mais aussi des produits de luxe (bijoux, prêt-à-porter haute couture, voiture de luxes, œuvres d'art...). Les pouvoirs publics « guettent » la distribution car plusieurs acteurs y sont impliqués et leurs

¹ Division de la population des Nations -Unies : « World Urbanization Prospects : The 2009 Revision », United-Nations, Department of Economic and Social Affairs/ Population division. : En 2009, un peu plus de la moitié de la population mondiale a été urbaine, soit 3,42 milliards de personnes.

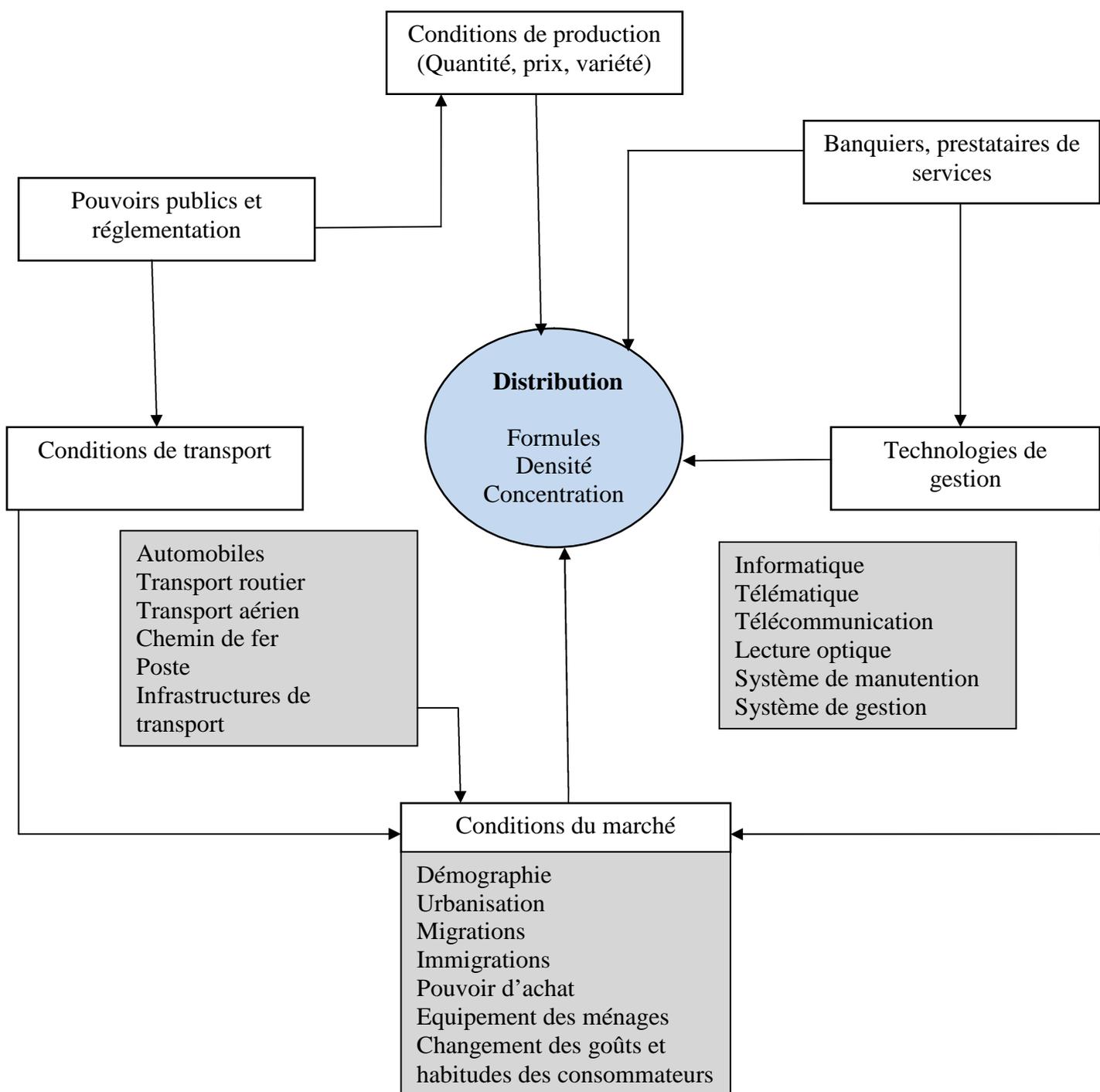
intérêts ne convergent pas toujours (ils s'opposent le plus souvent). Pour les pouvoirs publics, la distribution ne devrait pas être une source de tensions inflationnistes, alors que parallèlement les intérêts des acteurs doivent être préservés. C'est le rôle du Code du commerce et de la réglementation en général. Il y a un facteur presque commun à toutes les politiques publiques, celui de rendre disponibles et accessibles les produits de première nécessité aux populations (produits alimentaires de base notamment). Ainsi, selon les objectifs assignés à la politique économique, les prix de certains produits sont plafonnés (le cas du lait en Algérie), certains produits sont interdits de circulation, certains produits nationaux sont protégés contre la concurrence des produits étrangers,... cependant, l'intervention des pouvoirs publics dans la détermination des prix des produits n'est pas toujours source d'efficacité.

3.2.5. L'environnement technique

A plusieurs niveaux, la distribution profite de l'évolution de son environnement technique. L'évolution des moyens de transport et de communication en sont un exemple. Le développement des moyens de transport a permis l'essor du commerce international et les volumes échangés sur le marché mondial sont de plus en plus importants. La numérisation de la distribution connaît aussi un développement, et les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont utilisées aussi bien pour la communication que pour la réalisation des transactions (la vente). D'un autre côté, le développement de la recherche permet d'améliorer les conditions de distribution. Cette amélioration peut commencer au niveau de la production : la composition des produits, leurs formes, leurs emballages,... sont des éléments qui influent sur l'efficacité de la distribution. Le lait en poudre (lait déshydraté) a révolutionné par exemple le commerce international du lait ; on peut citer également, le développement de procédés techniques qui facilitent la distribution telles les techniques de conservation des produits périssables (procédés utilisant le froid, procédés utilisant la chaleur, la déshydratation...).

La fonction de distribution subit des changements suite au changement de son environnement et plusieurs facteurs sont impliqués. Cela veut dire que la fonction de distribution ne peut pas être statique. Une fonction de distribution efficace suit l'évolution de son environnement pour pouvoir y répondre efficacement.

Analysée à l'échelle macro-économique, la fonction de la distribution joue un vrai rôle dans le développement économique. En effet, au-delà de constituer un trait d'union entre la production et la consommation, celle-ci est un facteur stimulant de la production et suscitant la consommation. Aussi, elle est un secteur créateur d'emploi et de valeur ajoutée, mais aussi un moyen de croissance régionale. C'est de cette manière que la distribution marque son environnement. En retour, l'environnement de cette activité l'influe aussi d'une manière directe ou bien indirecte.

Figure I.3 : Les facteurs environnementaux influents la fonction de distribution

Source : Benoun M., Héliès-Hassid M. L. : Distribution (acteurs et stratégies), 2^e éd., Economica, Paris, 1995, p. 32.

4. L'EFFICACITE DE LA DISTRIBUTION

Lorsqu'elle est efficace, la distribution contribue au développement économique. Les acteurs économiques, spécialement les entreprises et les pouvoirs publics ont tous deux intérêt à ce que cette activité soit menée à bien. Pour les premières, c'est une question de rentabilité et de survie même de l'entreprise. Pour les seconds, l'objectif étant de renforcer les politiques

anti-inflationnistes mais aussi d'assurer la disponibilité des produits (spécialement de première nécessité) pour les populations. L'efficacité d'un système de distribution renvoie à sa capacité à assurer un certain niveau de service aux clients/consommateurs au moindre coût. Les coûts de distribution sont ceux occasionnés suite à la réalisation des différentes fonctions de distribution (transport, manutention, stockage, mise en vente, autres services, ...). La distribution est un ensemble d'opérations séquentielles et successives, qui forment ce qui est appelé **la chaîne de distribution**.

Cette section analyse la question de l'efficacité de la distribution à travers trois points. En premier, il s'agit d'identifier les coûts de distribution (ils ne sont pas toujours bien connus ou ils sont sous-estimés)¹. Ensuite, il sera présenté les éléments qui contribuent à rendre une fonction de distribution efficace. En dernier, il sera analysé le rôle des pouvoirs publics dans la distribution.

4.1. IDENTIFICATION DES COÛTS DE DISTRIBUTION

L'identification des coûts de distribution est la première démarche sur la voie de l'efficacité de la distribution. Cette identification n'est pas toujours évidente car certains coûts de distribution ne sont pas toujours connus². Le coût de distribution correspond au coût des différentes opérations qui visent à acheminer les produits aux consommateurs finals. Il est défini comme suit :

« le coût de l'ensemble des activités et opérations s'exerçant entre la production des marchandises dans la forme définitive qu'elles ont pour être mises en circulation, et le moment où il en est pris livraison par le consommateur »³.

L'écart du prix à la production et du prix à la consommation correspond à un ensemble de frais et de profits. Le coût de distribution ne s'obtient pas en faisant la différence entre le prix d'achat initial et le prix de vente final, car il constitue la somme des coûts des différentes opérations distributives, coûts pouvant aller jusqu'à 50 % du prix final du produit. Ces coûts sont : coûts de transport, coûts de stockage, coûts de manutention, coûts de mise en vente (qui correspondent au service de détail) et les autres coûts.

4.1.1. Coûts de transport et de manutention

Le transport assure l'utilité de lieu, en mettant les produits à l'endroit où ils sont demandés par les consommateurs. Cette fonction peut-être assurée aux frais du producteur lui-même ou bien être faite par le distributeur (le grossiste ou le commerçant de détail), ou bien par une entreprise de transport. Lorsque la distribution est fréquente, il est moins coûteux pour le producteur d'utiliser ses propres moyens de transport, alors qu'il serait plus rentable pour lui de confier cette tâche à un transporteur dans le cas opposé (ou le transport est occasionnel, cas des récoltes agricoles annuelles par exemple). Le coût de transport peut-être réduit en

¹ Il s'agit de la présentation des facteurs qui contribuent à l'efficacité de la distribution et non d'une présentation des méthodes de gestion.

² Andrew W. Shepherd : Guide pratique des coûts de commercialisation et de leur mode de calcul, Service de la commercialisation et des financements ruraux, « Division des services agricole », FAO, Rome, 1994, dans : « Ressources de commercialisation et du secteur agro-alimentaire », FAO, 2008 (CD obtenu gratuitement sur demande à l'organisation).

³ Jean Carrel : Étude sur le coût de distribution de la pomme de terre. In: Bulletin de la Société française d'économie rurale, Volume 1, N° 3, 1949, pp. 79-88.

optimisant le chargement du moyen de transport utilisé de sorte que le coût du trajet total soit divisé par un plus grand nombre d'unités de produit, ce qui en réduit le coût unitaire. En règle générale, plus le moyen de transport est grand, moindre est le coût de transport par unité transportée, à condition toute de même que le chargement soit maximal. Dans la plupart des cas, le transport est le coût le plus important de la distribution. Les deux exemples suivants illustrent deux cas de maîtrise des coûts de transport.

- Pour réduire leurs coûts de transport, les producteurs d'une même région peuvent utiliser un seul moyen de transport qui transporterait différents produits.
- Le transport maritime est conditionné par l'état du temps, en hiver les perturbations fréquentes rendent l'utilisation des voies maritimes et fluviales difficiles et coûteuses. C'est pourquoi, les producteurs transportent les matières premières dont ils ont besoin pour toute l'année en été.

Un autre coût occasionné tout au long de la chaîne de distribution, celui de la manutention. La manutention peut-être manuelle, dans ce cas, le coût de la main d'œuvre sera élevé, ou bien automatique et nécessitera l'utilisation de moyens spéciaux avec peu de main d'œuvre (table ou plate forme élévatrice, A tous les stades de la chaîne de distribution, les produits sont emballés et déballés, chargés et déchargés, stockés et déstockés. Chaque opération ne coûte pas grand-chose, mais la somme totale de tout ces coûts peu élevés peut-être assez élevée, spécialement dans les pays où la main-d'œuvre coûte cher. Plus la chaîne de distribution est longue, plus les opérations de manutention sont multiples.

4.1.2. Coût du stockage

Le stockage des produits permet de prolonger la durée de leur disponibilité et assure l'utilité de temps, c'est-à-dire la vente du produit au moment opportun. Cependant, cette pratique n'est viable que si les produits peuvent être revendus après stockage à un prix supérieur à leur prix au moment de la mise en entrepôt, la différence devant couvrir la totalité des coûts d'entreposage et représenter un encouragement pour le commerçant à prendre un risque de perte. Le stockage est une charge que peut assumer le producteur, le commerçant et parfois le consommateur. Le stockage comporte un risque qui peut être compensé par la hausse des prix escomptée au moment futur de la mise en vente.

Lorsque les produits en question sont des produits agricoles, on parle d'entreposage. L'entreposage est essentiel et nécessaire, car c'est un moyen de réguler le marché tout au long de l'année ; il permet en premier de rendre disponibles les produits sur une plus grande période de l'année. C'est aussi un moyen de maintenir les prix à un certain niveau qui ne ruine pas les producteurs au moment de la forte récolte (saison de récolte). Les pertes les moins visibles et les plus dures (peut-être à estimer) sont les pertes en poids. Toutes les denrées alimentaires contiennent un pourcentage d'eau, qui se perd de manière naturelle avec le temps après récolte ou abattage. Aussi, le kilo acheté par le distributeur au producteur n'est pas exactement le même kilo vendu par le distributeur au consommateur final. Ces pertes sont aggravées par les conditions climatiques (chaleur) et la longueur du trajet entre le lieu de production et le marché.

Les denrées alimentaires sont des matières périssables (à des degrés certes différents, mais périssables tout de même). Dans les pays en développement le manque de moyens techniques, de savoir-faire cause annuellement des pertes considérables aux récoltes. Selon,

l'Institut International du Froid¹, 28 % de la production agricole dans les pays en développement est perdue annuellement (pertes sèches), or, dans ces pays, le fléau de l'insécurité alimentaire n'a pas été encore vaincu.

4.1.3. Coûts de mise en vente finale

Le seul service visible de toute la chaîne de distribution est la phase de vente finale du produit entre le détaillant et le consommateur. La vente au détail joue un rôle important ; le niveau de service rendu par le commerçant aux clients est un facteur de coût, qui fait partie du coût global de la distribution. La présentation du magasin, le lieu d'implantation, l'accueil, l'écoute du client, etc. sont tous des éléments qui distinguent un magasin d'un autre et leur coût varie aussi. Dans les grandes surfaces, la relation client-vendeur est quasi-inexistante, le client se sert tout seul. Cela suppose bien entendu un affichage des prix, des promotions... par contre dans les petits magasins, les relations avec les clients sont le plus souvent la base de réussite de ce type de commerce et l'effort fourni par le vendeur est plus important, ce qui fait que le coût du personnel y est supérieur.

4.1.4. Commissions, redevances et paiements officieux

C'est le genre de coût « invisible » qui ne peut pas figurer sur les factures. S'ils peuvent représenter une faible part dans certains pays, dans d'autres ils peuvent être bien importants. Les personnes utilisant les marchés doivent payer des droits d'accès au marché. Souvent ils doivent payer pour que leur produit soit pesé. Les négociants doivent normalement disposer d'une licence et payer des droits de licence. Dans certains marchés, les grossistes demandent des commissions. Il y a aussi les impôts à payer et il faut parfois verser des pots-de-vin pour franchir des barrages routiers, pendant le transport du produit ou pour obtenir l'autorisation de gérer une affaire. Tous ces coûts doivent être pris en considération dans les calculs. Ces coûts ne sont pas occasionnels, ils font partie des coûts et contribuent par ce fait à accroître le prix final des produits sur le marché.

Le changement de certaines conditions peut-être à l'origine de coûts de distribution supplémentaires, comme c'est le cas des conditions climatiques. De mauvaises conditions en hiver peuvent bloquer les transports. Dans les pays en développement, les périodes de hautes chaleurs et en l'absence de moyens de conservation adéquats, sont la cause de pertes importantes en denrées alimentaires. Les conditions (économiques, sociales, météorologiques, religieuses, politiques,...) changeant d'un pays à un autre, il devient évident que d'autres coûts peuvent apparaître dans un pays et non dans un autre.

4.2. LES DETREMINANTS DE L'EFFICACITE DE LA DISTRIBUTION

Existe-il un modèle-type de distribution efficace ?

Il est d'abord impératif de bien saisir la notion de l'efficacité de la distribution. Un système de distribution efficace n'est pas seulement celui dont le coût total est moindre car outre les coûts, il y a le niveau de service demandé par les consommateurs. L'efficacité d'un système de distribution est évaluée donc à travers sa capacité à assurer un certain niveau de service au moindre coût. Il importe de rappeler, aussi, que **toutes** les fonctions de distribution sont indispensables et qu'on ne peut en omettre une en vue de réduire le coût total. Dans une économie de marché, le problème de la distribution se pose avant tout au producteur.

¹ Le rôle du froid dans l'alimentation mondiale, 5^e note d'information sur le froid et l'alimentation, Juin 2009, p. 02.

Comment, un producteur va-t-il faire arriver les produits aux clients potentiels, assurer une meilleure couverture du marché au moindre coût ? Pour ce faire, il peut choisir de réaliser la distribution avec ses propres moyens ou bien de recourir à des intermédiaires, mais, dans la pratique le recours aux intermédiaires est le plus courant, car il présente plusieurs avantages (analysés à la section 1). Nous allons énumérer les facteurs susceptibles d'influencer l'efficacité de la distribution. Quant au rôle des pouvoirs publics dans l'efficacité de la distribution, il est préférable de la développer à part, mais il constitue une suite à ces facteurs influents.

Les moyens techniques et leur meilleure utilisation

Les moyens techniques renvoient aux différents matériels utilisés durant le processus de distribution, notamment les moyens de transport, les entrepôts de stockage et les outils de manutention et tout autre outil utilisé à cette fin. Les deux premiers notamment sont un matériel d'investissement et ne sont rentabilisés que lorsqu'ils sont utilisés pleinement durant toute l'année. Il ne sert à rien d'acquérir un camion pour une utilisation occasionnelle, de même pour un entrepôt de stockage. Dans certains pays africains, le transport des produits agricoles des zones rurales vers les villes se fait à dos d'hommes ou par tout autre moyen disponible (voiture individuelle, transport en commun...).

Le savoir-faire dans le métier de distribution

L'idée admise est que la fonction de distribution doit être assurée par l'agent qui l'optimise. Le choix pour le producteur est entre « faire » et « faire faire ». L'un des facteurs déterminants du choix du circuit de distribution est le savoir-faire du producteur en ce domaine (voir la section 2). Il ne peut exister de distribution efficace sans un minimum de savoir-faire.

La communication entre les différents acteurs de la chaîne de distribution

L'information est un facteur essentiel le long de la chaîne de distribution. Les informations (sur les prix des produits, sur les variétés les plus demandées, les lieux et les moments opportuns...) sont nécessaires aux producteurs pour qu'ils répondent à la demande de la façon la plus satisfaisante. Un manque d'informations, peut conduire à une utilisation sous-optimale des ressources, à des invendus (à cause d'une mauvaise réponse à la demande) qui lèsent tous les participants au marché. Ceci conduit à une situation de sous-optimalité du système dans son ensemble. On y remédie par la création de service spéciaux (publics) de collecte d'information sur le marché « service d'information du marché ».

La concurrence et la rentabilité de l'activité de distribution

La concurrence est un facteur de développement du secteur de la distribution, comme l'atteste l'expérience des pays capitalistes avec l'apparition de la distribution moderne basée sur une concurrence prix. Pour continuer à exercer leur activité, les distributeurs doivent y trouver leur avantage. Ils peuvent parfois réaliser des bénéfices parfois importants, mais dans bien d'autres cas, ils peuvent aussi réaliser des pertes ; par conséquent, les bénéfices excessifs, peuvent se justifier car ils compensent des pertes antérieures.

« On compare les prix payés aux agriculteurs par les négociants aux prix payés par les consommateurs pour le même produit et on en conclut que les agriculteurs et les consommateurs sont exploités. Il arrive bien entendu que des négociants réalisent des profits très élevés, mais dans d'autres cas, leurs bénéfices seront réduits ou ils enregistreront même des

pertes. De toute évidence, s'ils ne faisaient pas globalement un bénéfice, ils ne seraient plus motivés pour continuer leur métier, au détriment des consommateurs et des agriculteurs »¹.

Un système de distribution efficace est un système « dynamique »

La fonction de distribution ne peut pas s'analyser en-dehors de l'environnement dans lequel elle est. Plusieurs conditions qui en émanent sont responsables de son évolution. L'une des caractéristiques d'un système de distribution efficace est sa capacité à s'adapter aux changements qui surviennent et auxquels cette fonction est liée (goûts des consommateurs, croissance démographique, croissance ou récession économique...). L'évolution économique et sociale ne peut se passer d'une évolution conséquente du système distributif.

Les circuits coordonnés sont plus compétitifs que les circuits conventionnels

L'organisation ou non des circuits de distribution (analysée à l'échelle micro-économique) est déterminante de l'efficacité du circuit en question. Dans les circuits conventionnels, il n'existe pas de relations (de coordination) entre les intervenants alors que dans les circuits coordonnés, les intervenants se fixent un seul objectif, celui de la vente au consommateur. De fait, le second type devient plus profitable, car l'action entre les acteurs est coordonnée et la vente du produit « récompense » tous les intervenants. Ce type de circuit est moins coûteux car l'objectif et les actions sont unifiés et la vente finale des produits a plus de chance de se réaliser.

Le « développement équilibré » des maillons du système économique

Dans le système économique, il existe trois maillons successifs qui ne peuvent se séparer l'un de l'autre : la production, la distribution et la consommation. La notion de « développement équilibré² » de ces trois maillons concerne spécialement les pays en développement où les systèmes de commercialisation ne peuvent devancer la demande du marché³. Autrement dit, les investissements dans ce secteur ne peuvent avoir lieu (du moins par le secteur privé), que lorsque les commerçants sont sûrs que les consommateurs exigent ce niveau de service. Autrement dit, si un commerçant offre un haut niveau de service et que les consommateurs n'ont pas les moyens de se procurer la marchandise chez lui, il aurait perdu son investissement et ces consommateurs peuvent acquérir les produits chez son concurrent qui offre un moindre niveau de service mais des produits à des prix accessibles.

L'analyse de la question de l'efficacité de la distribution montre que celle-ci est multidimensionnelle, car elle touche à plusieurs aspects en même temps. Cependant, il semble que **la connaissance** dans ce domaine joue un rôle fondamental, et ce de la part de tous les acteurs économiques : les producteurs, les distributeurs eux-mêmes et les pouvoirs publics.

4.3. LE RÔLE DE L'ETAT DANS L'ACTIVITE DE DISTRIBUTION

Les pouvoirs publics sont liés d'une manière ou d'une autre à l'activité de distribution et ne peuvent s'y soustraire complètement, même dans les économies les plus libéralisées. L'intérêt de l'intervention de l'Etat dans ce secteur peut se situer à plusieurs niveaux aussi bien économiques que sociaux. Dans une économie socialiste, l'Etat prend en charge la commercialisation comme le reste de l'économie, alors que, dans une économie de marché, l'intervention de l'Etat a pour but de remédier aux limites de la régulation par les mécanismes

¹ Andrew W. Shepherd : op. cit.

² Fenn M. G. : op. cit. p. 16.

³ Fenn M. G. : op. cit. p.11.

du marché. Le rôle des pouvoirs publics dans la distribution peut se traduire par deux types d'interventions : une intervention directe et une intervention indirecte.

4.3.1. Rôle direct

L'intervention directe de l'Etat dans l'activité de distribution (de commercialisation en générale) se traduit par la mise en place d'entreprises publiques de distribution, soit en remplacement de celles privées ou bien en travaillant avec elles (telle l'expérience algérienne des années 1970-1980), mais aussi par la création d'offices nationaux de commercialisation. L'intervention de l'Etat vise à : assurer des prix stables et des débouchés aux producteurs ; protéger les consommateurs des niveaux de prix excessifs ; organiser et promouvoir l'exportation. Cette intervention apporte une contribution positive que les acteurs privés ne peuvent réaliser. Pour l'entreprise privée le critère normal est le rendement commercial, alors que l'entreprise étatique recherche l'avantage économique et social général.

Rôle des offices de commercialisation

Les offices sont des organismes publics chargés de la collecte et du stockage de la production nationale (et importée), mais aussi de sa distribution à l'échelle nationale. Leur objectif est d'assurer aux producteurs des débouchés meilleurs et plus sûrs que ceux du marché. Dans certains cas, l'existence de tels organismes est nécessaire dans la mesure où le secteur privé ne peut assurer les débouchés à tous les producteurs, dans ce cas les offices se chargent de collecter la production et permettent à moyen-long terme une croissance de celle-ci. Cependant, il faut assurer une gestion performante de ces organismes, faute de quoi ils se transformeraient en source de coûts inutiles dans la mesure où ils ne donnent pas un minimum de rendement escompté.

Les entreprises publiques de distribution

Dans certains pays, il existe des entreprises actives dans le secteur de la distribution pour renforcer un secteur privé déficitaire. La réglementation n'étant pas respectée par tous, l'Etat crée ses propres entreprises afin d'assurer aux consommateurs l'accessibilité notamment aux produits de base. Cependant, et malgré ce rôle social, ces entreprises confrontent le plus souvent des situations difficiles, car le plafonnement des prix ne correspond toujours pas au coût réel de distribution, de fait ces entreprises assurent leur fonctionnement, non grâce aux ventes qu'elles réalisent, mais plutôt grâce aux subventions de l'Etat.

L'analyse économique démontre aisément que les coûts engendrés par l'intervention directe de l'Etat sont généralement supérieurs aux recettes de ces entreprises, cependant, le rôle que joue l'Etat dans la commercialisation ne peut-être fait ou assuré par aucun autre agent privé, en sus du gain économique et social que cela permette (en assurant les débouchés aux producteurs et en rendant les produits accessibles aux consommateurs).

4.3.2. Rôle indirect

La contribution indirecte de l'Etat à l'activité de distribution se trouve à différents niveaux principalement : la mise en place des infrastructures et installations centrales, la réglementation et le contrôle de l'activité de distribution, l'information sur les marchés et la formation et sa vulgarisation.

La mise en place des infrastructures et installations centrales

La réalisation de la distribution nécessite l'existence d'infrastructures et d'instruments dans différents domaines : routes, chemins de fer, moyens de paiement, poste et télécommunication.

Un autre rôle capital que remplissent les pouvoirs publics dans la distribution, celui de la fourniture des installations centrales nécessaires au déroulement de l'activité de distribution et qui exigent généralement d'importants investissements (vu la demande importante : producteurs, intermédiaires et consommateurs), à l'exemple des marchés (de gros et de détail).

La réglementation et le contrôle de la commercialisation

L'activité commerciale, parce qu'elle touche plusieurs agents économiques est régie par une réglementation et nécessite un suivi et un contrôle de son application par les pouvoirs publics. Le principal objectif de ce contrôle est d'empêcher l'exploitation ou la fraude dans les opérations de vente et d'achat et protéger les consommateurs.

Les informations sur le marché

La disponibilité des informations du marché est capitale pour tout système de distribution. L'existence d'un service d'information est utile dans le sens où il fournit les données nécessaires aux différents acteurs : les producteurs, les consommateurs, les distributeurs eux-mêmes et les pouvoirs publics. L'amélioration des informations pour tous les agents concernés est un facteur de renforcement de l'efficacité du système de distribution, car ces données amenuisent l'*incertitude* source de coûts supplémentaires. Aussi, une meilleure connaissance du marché permet d'établir des plans plus rationnels, de prendre des décisions plus judicieuses, de mieux répartir les ressources, ce qui réduit en conséquence le coût et améliore de fait le service final aux clients.

La formation et sa vulgarisation

La formation d'une main d'œuvre compétente en matière de commercialisation est une autre prérogative des pouvoirs publics. La disponibilité d'une main d'œuvre qualifiée est un facteur clé de l'efficacité de la distribution, spécialement avec l'évolution des systèmes de commercialisation. Le développement du secteur de distribution ne peut-être possible sans un personnel qualifié.

Conclusion du premier chapitre

La distribution est un processus qui permet d'acheminer les produits des producteurs jusqu'aux consommateurs finals. Cette activité est nécessaire pour le bon fonctionnement du système économique, nécessité conditionnée par l'efficacité de sa réalisation.

A l'échelle de l'entreprise, la distribution peut-être réalisée par l'entreprise elle-même ou bien sous-traitée. Si une entreprise peut choisir le nombre d'intermédiaires (choisir son circuit de distribution) elle ne peut par contre pas choisir entre les fonctions de distribution, car leurs réalisation toutes, est indispensable. Le choix du circuit de distribution d'un producteur est déterminé par un ensemble de facteurs et de contraintes. Une distribution

efficace importe beaucoup pour l'entreprise, car elle est facteur de rentabilité et de survie de l'entreprise même sur le marché.

A l'échelle globale (celle du système économique) la distribution est un facteur positif et stimulant du développement économique. En effet, celle-ci contribue à la création d'emploi et de valeur ajoutée, est facteur de croissance de la production en amont et de stimulation de la demande en aval mais aussi élément de développement régional. Cette contribution positive à la croissance de l'entreprise et au développement économique suppose au préalable que la distribution soit réalisée efficacement.

L'analyse de la question de l'efficacité de la distribution montre que celle-ci est multidimensionnelle. En effet, plusieurs aspects sont à considérer aussi bien techniques, de concurrence, liés à la disponibilité de l'information sur le marché, à la profitabilité qu'offre l'activité, au caractère dynamique de cette fonction, au développement équilibré des sphères, production-distribution-consommation spécialement dans les pays en développement et au rôle de l'Etat dans le développement de ce secteur. Aucun de ces éléments ne peut être négligé. La conclusion est que la conception d'une politique de développement économique ne peut se faire sans un système de distribution efficace, produire efficacement reste insuffisant, tant que la distribution n'est pas assurée efficacement, que ce soit à l'échelle de l'entreprise ou de la nation.

Chapitre 2

La distribution des produits alimentaires

« Se nourrir » est l'un des besoins vitaux de l'être humain, avant qu'il soit une préoccupation économique et sociale. Un régime alimentaire équilibré est un facteur essentiel pour une bonne santé physique et une meilleure immunité contre les maladies. Économiquement, cela se traduit par de moindres dépenses en santé publique et par un meilleur rendement du travail. Du point de vue social, c'est un des moyens du bien-être de la population mais aussi de la stabilité politique. Durant une longue période de son histoire, l'homme s'occupait de son alimentation et lui consacrait une grande partie de son temps. Les changements progressifs survenus depuis l'avènement de la révolution industrielle (XVIII^e siècle) ont donné lieu à une division du travail de plus en plus poussée dans le temps, interposant progressivement entre le producteur et le consommateur plusieurs échelons (intervenants).

Du fait de l'importance de l'alimentation pour la vie, les hommes s'organisent toujours de façon à ce que leur approvisionnement soit toujours le plus proche possible ; les marchés se situent à proximité des agglomérations. La distribution des produits alimentaires occupe une place importante dans l'activité de distribution en général. Les changements socio-économiques survenus et leurs perspectives d'évolution (la mondialisation, la croissance démographique, l'urbanisation,...) et l'importance que revêt la distribution sur le double plan micro-économique et macro-économique, donneront à la commercialisation des produits alimentaires dans les prochaines décennies¹ un rôle capital dans l'accompagnement et l'impulsion du développement économique ainsi que dans la disponibilité d'une alimentation saine et de qualité.

Les produits alimentaires peuvent subir plusieurs manipulations avant d'arriver au consommateur final, mettant ainsi à contribution plusieurs acteurs. Les produits naturels sont des matières vivantes, caractérisées, comme tout vivant par un « cycle de vie ». Entre le jour où le produit est cueilli (abattu, pêché,...) et celui où il arrive au consommateur, il peut se passer une longue période, ce qui peut avoir une influence sur sa *qualité*. Les conditions extérieures (température, humidité...) peuvent causer des pertes, altérer la qualité des produits et même le rendre dangereux pour la santé humaine. Ce qui nécessite la mise en place de moyens et techniques assurant la conservation des produits le long de la chaîne alimentaire. Les pertes sur les produits ont induit des pertes équivalentes à un tiers de la production mondiale, annuellement².

Ce chapitre, présenté en trois sections, sera consacré à analyser la distribution des produits alimentaires, la place de cette fonction dans l'économie et les conditions de sa performance. La première section est une mise au point des caractéristiques des produits alimentaires qui nécessitent une prise en considération lors leur commercialisation, la

¹ « L'un de principaux défis des décennies à venir sera de parvenir à distribuer efficacement des produits alimentaires nutritifs et peu coûteux aux populations urbaines les plus démunies ». FAO (1997).

² Gustavsson J. et al : *Global food losses and food waste*. Etude présentée dans le cadre du congrès international « Save food ! », Interparck 2011, étude collaborée entre l'Institut suédois de l'alimentation et de biotechnologies et l'Organisation des Nations-Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Düesseldorf, Allemagne, 16- 17 Mai 2011, p. 04.

deuxième analyse les pertes postproduction et leurs conséquences socio-économiques et la troisième traite de la question de la sécurité sanitaire des aliments.

1. DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET DE LA DISTRIBUTION

Une alimentation suffisante quantitativement et qualitativement est tout à la fois le facteur d'une bonne santé physique, mentale, d'un meilleur rendement économique, de moindre dépense en santé publique et un facteur de stabilité politique. Les produits alimentaires sont des composants biologiques qui possèdent des caractéristiques spécifiques qui doivent être prises en considération lors de leur commercialisation. Aussi, certains changements socio-économiques ayant une influence sur la fonction de distribution, nécessitent d'être pris en compte pour assurer une distribution efficace de ces produits. Cette section décrira les spécificités des produits alimentaires ayant une influence sur leur commercialisation et insistera sur l'importance de l'adaptation de celle-ci aux changements socio-économiques. Ce qui nous donne deux sous-sections consacrées respectivement aux caractéristiques des produits alimentaires affectant leur distribution et la description de la chaîne alimentaire.

1.1. CARACTERISTIQUES DES PRODUITS ALIMENTAIRES

L'alimentation est une question qui peut-être analysée par différents spécialistes, car elle est un fait économique, social, culturel, religieux, technique, industriel... mais c'est avant tout, un besoin vital pour l'être humain et un facteur de bonne santé physique. Les produits alimentaires sont des matières biologiques qui doivent arriver en bon état au consommateur final pour au moins deux raisons : la santé du consommateur et la compétitivité sur le marché.

1.1.1. Les produits alimentaires : des produits périssables

Tous les produits alimentaires sont périssables, ce qui est variable c'est la durée de conservation. Sur ce point, on distingue entre deux types de produits : les produits frais et les autres.

Denrées alimentaires fraîches ou conservées par le froid

Ces denrées sont généralement de courte durée de conservation (moins d'un mois, exception faite sur certains produits comme les semi-conserves), dont la commercialisation exige à tous les stades la mise en œuvre de moyens frigorifiques spécialisés.

L'épicerie et les boissons

Ces produits sont de durée de conservation moyenne ou longue, conservés par divers procédés (stérilisation, sucrage, embouteillage, cuisson, etc.). Leur commercialisation doit être effectuée à l'abri des variations excessives de température et d'hygrométrie (taux d'humidité dans l'air) et de la lumière. Les produits conservés par le froid sont les plus fragiles.

La périssabilité des produits alimentaires est la cause de pertes en quantité et/ou en qualité des produits. Analysées à une échelle globale, ces pertes sont énormes ; une étude récente¹ rapporte que 30 % de la production alimentaire mondiale propre à la consommation humaine est perdue (ou gaspillée) annuellement. D'autres études de cas, sur les pays en

¹ Gustavsson J. et al : op. cit. p. 04.

développement annoncent des chiffres plus importants, pouvant aller jusqu'à 90 % de la récolte. Ces pertes posent les trois problèmes majeurs de pertes quantitatives, pertes qualitatives et conservation des aliments.

Tableau II.1 : Température et humidité recommandées pour certains fruits et légumes et temps de conservation en fonction de ces conditions

Produit	Température (°C)	Taux d'humidité (%)	Conservation (Jours)
Abricot	-0,5 – 0	90 – 95	7 – 21
Ail	0	65 - 70	180 – 210
Aubergine	8 – 12	90 – 95	7
Cerise	0,5 – 1	85 – 90	14 – 21
Chou-fleur	0	95 – 98	21 – 28
Citron	10 – 13	85 – 90	30 – 180
Citrouille	10 – 15	50 – 70	60 – 160
Concombre	5 – 10	95	28
Datte	-18 – 0	75	180 – 360
Fève	0 – 2	90 – 98	7 – 14
Figue	-0,5 – 0	85 – 90	30 – 180
Grenade	5	95	28
Haricot sec	4 – 10	40 – 50	180 – 300
Laitue	0 – 2	98 – 100	14 – 21
Mandarine	4 – 7	90 – 95	14 – 28
Melon	7 – 10	90 – 95	14 – 21
Oignon (séché)	0	65 – 70	30 – 240
Oignon (vert)	0	95 – 100	21 – 28
Olive	5 – 10	85 – 90	28 – 42
Poire	-1,5 – 0,5	90 – 95	60 – 210
Pois	0	95 – 98	7 – 14
Poivron	7 – 13	90 – 95	14 – 21
Pomme de terre	4,5 – 13	90 -95	150 – 300
Pomme	-1 – 4	90 – 95	30 – 180
Raisin	-0,5 – 0	90 – 95	14 – 56
Tomate (rouge)	8 – 10	90 – 95	8 – 10

Source : Cantwell, 1999; Sargent *et al.* 2000; McGregor, 1987, cité par : Andrés F. López Camelo dans « Manuel pour la préparation et la vente des fruits et des légumes (du champ au marché) », Bulletin des services de la l'organisation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture (FAO), Rome, 2007, pp. 48 – 51.

1.1.2. La cyclicité et la saisonnalité de la production agricole

Tous les produits agricoles, qu'ils soient d'origine animale ou végétale, nécessitent un certain temps pour arriver à maturité : le « cycle de vie du produit » dont la durée varie, selon les produits, de quelques jours (21 jours pour la production des œufs) à quelques années (3 à 4 ans pour un bœuf). Malgré de nombreuses performances, en la matière, le progrès technique ne permet pas encore de dépasser cette contrainte. Par ailleurs, le caractère cyclique de certains produits rend inélastique leur offre à court terme ; l'agriculteur ne peut pas réagir à une augmentation des prix de manière directe, même s'il accroît le nombre de travailleurs ou acquiert de nouveaux équipements. Une offre supplémentaire va nécessiter beaucoup plus de temps (hors réserves en stock), le temps nécessaire à la maturité du produit en question.

Outre la cyclicité, la production agricole se caractérise par la saisonnalité qui a une lourde influence sur les prix et sur la disponibilité du produit. En pleine saison les prix chutent et hors saison ils s'envolent. Ces caractéristiques qui sont en fait des contraintes, limitent la rentabilité du secteur et elles pèsent directement sur l'organisation de la distribution qui exige,

dès lors, la mise en place de mesures techniques et réglementaires tout au long du processus allant du producteur jusqu'au consommateur final.

1.2. CHAÎNE ALIMENTAIRE, URBANISATION ET DISTRIBUTION

La capacité de la fonction de distribution à s'adapter aux changements est l'un des déterminants de son efficacité. Ce point de notre travail, examine quelques-uns des changements qui sont susceptibles d'influer sur l'organisation de la distribution. Au préalable, nous devons présenter la chaîne alimentaire.

1.2.1. La chaîne alimentaire

La chaîne alimentaire est une succession de phases (les maillons) que traversent les produits alimentaires depuis le producteur jusqu'au consommateur. Ces phases sont : la production agricole, la transformation (industrie agroalimentaire), la distribution et la consommation (la chaîne alimentaire est beaucoup plus complexe que cela, mais nous l'avons simplifié).

Les maillons sont séparés dans l'espace et dans le temps et les séparations se traduisent par un coût de transport et de stockage, mais aussi par des prises en considération spéciales quand à la viabilité des denrées alimentaires (conservation).

La théorie économique n'est pas unanime quant aux liens qui peuvent exister entre les différents maillons de la chaîne alimentaire. Le courant anglo-saxon, n'admet pas l'existence de liens et considère cette succession de maillons comme une simple superposition de marchés séparés et les prix sont déterminés librement et indépendamment sur chacun d'eux (chacun des maillons). Le courant français, plus récent a une vision opposée, développée dans ce qui est appelé « l'approche filière » basée sur le principe de la « chaîne de valeur » et il considère qu'il y a une création de valeur qui se transmet d'un maillon à un autre et que par conséquent la performance globale d'une chaîne donnée est liée à la performance de chacun de ses maillons¹.

1.2.2. Distribution et urbanisation

La fonction de distribution est une fonction influencée par les changements qui surviennent dans son environnement. Plusieurs facteurs transforment la distribution à court-terme (la réglementation) et à moyen-long termes (changement des habitudes alimentaires, travail des femmes...). Nous mettrons, ici, l'accent sur le rôle de l'urbanisation dans le modelage futur des systèmes de distribution, spécialement dans les pays en développement.

L'urbanisation est devenue une tendance mondiale dont le mouvement ne semble pas s'infléchir depuis les années 1950.

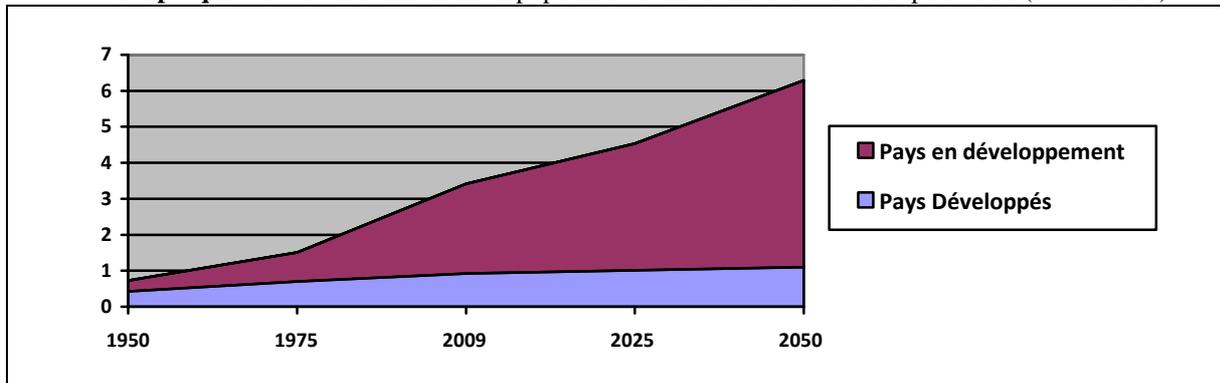
« Dans l'histoire plurimillénaire du monde, la période qui s'ouvre après la fin de la Deuxième Guerre Mondiale restera sans conteste celle de l'envolée de la croissance urbaine : les villes se sont multipliées à un rythme spectaculaire, les plus grandes métropoles atteignent des tailles inconnues par le passé, et des pays, des sociétés entières,

¹ Tallec F., Bockel L. : L'approche filière (Analyse fonctionnelle et identification des flux), FAO, 2005, pp. 5-7.

qui jusqu'à alors étaient restées en marge de ce vaste mouvement, se sont engouffrées dans un processus d'urbanisation qui semble irréversible ». F. Moriconi-Ebrard (1993)

La croissance de la population urbaine est un mouvement mondial qui caractérise aussi bien les pays développés que les pays en développement. Cependant, les statistiques montrent que celle-ci est beaucoup plus importante dans les pays en voie de développement comparé aux pays industrialisés. Et même les perspectives de son évolution marqueront plus ces pays.

Graphique II.1 : Croissance de la population urbaine dans le monde depuis 1950 (en milliards)



Source: Données de l'ONU : World Urbanization Prospects : The 2009 Revision. Department of Economic and Social Affairs/Population division, p.13.

La croissance urbaine dans les pays industrialisés est quasi-stable (les perspectives en sont de 1,1 milliard pour l'horizon 2050). Quant aux pays en développement, ils vont enregistrer une explosion de leur population urbaine qui va passer de 2,5 milliards en 2009 à 5,19 milliards vers 2050, soit le double en 40 ans (ONU, Division de la Population, 2009). Une telle situation ne peut pas être sans conséquence sur l'organisation de l'économie d'une manière générale, et sur la fonction alimentaire et commerciale, en particulier. L'urbanisation pourrait avoir deux conséquences sur l'alimentation : une transformation des habitudes alimentaires et des systèmes de distribution.

Par rapport à la demande, il faut se rappeler que la demande des citoyens est très variée et s'oriente vers des produits tels les fruits et légumes frais, le lait, et les viandes... Une telle situation est amplifiée par les nouvelles tendances alimentaires à l'échelle mondiale. L'analyse de la composition des échanges mondiaux des produits alimentaires montre que ceux-ci s'orientent depuis les années 80 de plus en plus vers des produits frais au détriment des céréales.

« Les différents groupes de produits alimentaires ont connu des évolutions fortement différenciées depuis le début des années 80, Fruits, légumes, viandes et produits laitiers ont respectivement gagné des parts dans la composition des échanges, tandis que les céréales, les boissons tropicales (café, thé, cacao) et le sucre voient au contraire leur part diminuer tendanciellement au cours des 20 dernières années. Ces évolutions différenciées s'expliquent partiellement par l'évolution des modèles de consommation. La hausse des revenus a entraîné une modification des structures de consommation qui privilégie les fruits et les viandes au détriment des céréales»¹.

¹ Centre International de Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD): Echanges mondiaux de produits alimentaires.

http://www.hubrural.org/IMG/pdf/agridoc_echanges_mondiaux_produits_alimentaires.pdf.

Ainsi, l'amélioration du pouvoir d'achat et l'urbanisation remodelent la consommation. Autrement dit, l'urbanisation contribue à modifier la qualité (les variétés) des produits demandés.

La seconde conséquence de l'urbanisation sur l'alimentation est celle de la nécessaire adaptation des systèmes de commercialisation à cette croissance urbaine, spécialement dans les pays en développement. L'explosion urbaine implique tout simplement qu'une grande partie de la population sera dépendante de systèmes d'approvisionnement.

2. PERTES ALIMENTAIRES ET CONSERVATION DE LA PRODUCTION

Entre le jour où le produit est prêt pour la vente et son arrivée au consommateur final, il peut se passer un laps de temps plus ou moins long qui peut générer des pertes alimentaires. Un certain pourcentage de perte est, certes, inévitable et accepté ; ce qui est inquiétant ce sont les taux de perte très élevés qui ont des répercussions néfastes et peuvent devenir une entrave au développement économique. Cette deuxième section est consacrée à analyser les pertes en produits alimentaires dans la phase de commercialisation, les conséquences et la portée que cela peut avoir ainsi que le rôle de la conservation alimentaire dans leur maîtrise. La présentation se fera en trois points : les pertes alimentaires, les enjeux liés à ces pertes et la fonction de conservation des aliments.

2.1. LES PERTES ALIMENTAIRES

Le sujet des pertes alimentaires a fait surface dans les débats sur la résolution du problème de la faim dans le monde à partir des années 70, même si la question avait été posée auparavant. La méthode classique de lutte contre l'insécurité alimentaire consiste à augmenter l'investissement pour accroître la productivité et les surfaces agricoles puis la réflexion s'est orientée vers une solution alternative : réduire les pertes postproduction¹. Essayons de comprendre comment adviennent les pertes.

2.1.1. Qu'est-ce qu'une perte alimentaire ?

Les pertes alimentaires sont les différentes pertes enregistrées dans le système post-récolte. Le système postproduction représente les différentes étapes par lesquelles passent les produits agricoles depuis le moment où ils quittent les champs (le lieu de production d'une manière générale) jusqu'à celui où ils arrivent sur la table du consommateur. C'est au cours de ce processus que sont enregistrées des pertes qui peuvent être : en poids, en valeur nutritive, en valeur économique, en qualité, ou en attrait pour le consommateur.

Pertes en poids

Les pertes en poids peuvent être de deux types. Le premier type renvoie à des pertes en unités du produit dû à une coulure des sacs, consommation des différents prédateurs, tels les rongeurs... Le second type résulte d'une perte dans le poids du produit. Les produits agricoles (et alimentaires en général) étant formés de matière vivante, restent vivants et actifs même après qu'ils soient détachés de leur milieu naturel (l'activité cellulaire

¹ Le discours que nous tenons ici laisse croire que le problème des pertes alimentaires ne touche que les pays en développement, or les pays développés en sont atteints aussi. La question, est que dans les pays pauvres, ces pertes aggravent la situation d'insécurité alimentaire et deviennent une entrave au développement économique.

continue). L'activité cellulaire naturelle, après la récolte (pêche, abattage), est assurée par les nutriments contenus dans le produit lui-même, alors qu'avant, les nutriments provenaient du milieu naturel. Ainsi, plus la durée entre le moment de la récolte et celui de la consommation est longue, moins est la valeur nutritionnelle de l'aliment, ce qui explique les bénéfices et avantages des produits très frais. Cependant, il ne faut pas confondre ce type de perte avec la perte d'humidité. L'humidité d'un produit renvoie à sa teneur en eau. La perte en eau des produits alimentaires n'est pas considérée comme une perte de poids. Elle peut être le résultat d'une technique de conservation connue depuis bien longtemps, le séchage. Certains vendeurs l'utilisent même pour augmenter le poids de leurs produits en les humidifiant.

Pertes de qualités

La qualité d'un produit alimentaire est liée à plusieurs critères : l'aspect extérieur, la forme, la taille, l'odeur et le goût ; mais par-delà la propreté et la sécurité sanitaire du produit sont des critères déterminants. Les considérations culturelles comptent également : Halal pour les musulmans, cascher pour les juifs, pas de vache pour les hindous... Il arrive que des corps étrangers soient incorporés dans les produits alimentaires (pour en augmenter le poids) : mauvaises graines, bouts de paille ou autres résidus végétaux, terre, cailloux, morceaux de verre, etc. Dans certains cas, ces composants peuvent constituer un danger sanitaire ; à titre d'exemple : les excréments solubles des ravageurs, les huiles, les pesticides, les organismes pathogènes répandus par les rongeurs et les toxines provenant des champignons et moisissures. Il va sans dire que les pertes en qualité sont plus graves que les pertes en quantité.

Pertes en valeur économique

Ce type de pertes est enregistré suite à des variations des prix des produits alimentaires.

Il n'existe pas un moment précis favorable aux pertes alimentaires et qui puisse être surveillé de près, celles-ci peuvent se produire à n'importe quelle phase le long de la chaîne alimentaire.

2.1.2. Les causes des pertes alimentaires

L'identification des causes des pertes postproduction est nécessaire car elle permet de trouver la ou les solution(s) les plus adaptées. Il faut savoir que ces causes ne peuvent pas être toujours les mêmes, elles sont spécifiques à chaque pays, voire région (FAO). C'est lié à diverses raisons : caractéristiques naturelles et climatiques, techniques de production, de transformation et de distribution, disponibilité des moyens de conservation, savoir-faire quand à la conservation des produits... A titre d'exemple, la chaleur dans les pays tempérés et les insectes sont parmi les principales causes des pertes, alors que dans les pays froids les gelées endommagent les plantations. Les causes des pertes alimentaires sont classées en trois catégories¹ : les détériorations physiologiques, les dommages mécaniques et les maladies et ravageurs.

Les détériorations physiologiques

Ce type de détérioration est dû aux modifications physiologiques anormales qui se produisent sous l'effet de conditions qui augmentent le taux de détérioration naturelle : température élevée, faible humidité atmosphérique et lésions physiques. Cela peut altérer

¹ FAO : Périssabilité et pertes de produits, 1992 (www.fao.org).

sérieusement la qualité du produit (causer une saveur désagréable, empêcher le mûrissement...).

Les dommages mécaniques (lésions physiques)

Les dommages mécaniques sont provoqués lors du contact avec les produits. Les fruits et légumes (spécialement les fruits) en sont les plus exposés. Une manutention sans précaution de ces produits peut causer des meurtrissures à l'intérieur ou à l'extérieur, ce qui augmente la déperdition d'eau et accélère la décomposition du produit.

« Les dégâts mécaniques pendant la récolte peuvent mener à des problèmes sérieux du fait que les blessures prédisposent les fruits et les légumes à la décomposition, à une plus grande perte d'eau et à des taux accrus de respiration et de production d'éthylène, et par conséquent à une détérioration rapide. La récolte mécanisée cause généralement plus de dégâts que la récolte manuelle, bien qu'un arrachage manuel fait sans soin peut sérieusement blesser certains légumes-racines »¹.

Les maladies et les ravageurs

Tous les organismes vivants sont exposés aux attaques de parasites. Les produits alimentaires étant des matières vivantes, peuvent être infectées à n'importe quel moment avant ou après la production. Les ravageurs peuvent causer de graves dégâts et dommages à la récolte.

« En Afrique semi-aride, la situation est encore pire. On a estimé qu'au cours de la seule étape de l'entreposage, il se perdait au moins 10 % des graines de céréales (mil, sorgho), et jusqu'à 75 % des graines de légumineuse (niébé, pois-chiche) plus vulnérables. Dans le cas de certaines récoltes, les insectes infestent la récolte avant même l'entreposage. Les pertes atteignent 50 à 60 % et, parfois, toutes les graines sont abîmées par les insectes »².

Les pertes alimentaires étant un fait, quelle en sont alors les conséquences ?

2.2. LES ENJEUX DES PERTES ALIMENTAIRES

Dans une économie, il est observé à des rythmes qui peuvent varier d'un pays à un autre, des pertes en produits alimentaires, spécialement quant ils sont frais car plus vulnérables. Vu, d'un point de vue micro-économique, cela peut paraître normal, mais l'analyse montre que les choses ne sont pas aussi simples car les pertes font l'objet d'enjeux socio-économiques majeurs, de sécurité alimentaire, de sécurité sanitaire des aliments, de croissance et de développement économique durable.

2.2.1. De la sécurité alimentaire

À l'aube du XXI^e siècle, la faim n'a pas encore été éradiquée dans le monde, pis encore elle s'est aggravée. En 2009, le nombre de personnes souffrant de la faim à l'échelle mondiale a atteint 1 milliard de personnes³, c'est un record historique selon la FAO. Les causes d'une telle situation sont liées à la flambée des prix des denrées alimentaires sur le marché mondial depuis 2008 et la crise économique générale qui a sévi durant la même période. Pourtant ce

¹ Kitinoja L., A. Kader A. : Méthodes de manutention post-récolte pour petits exploitants (Un manuel pour les cultures horticoles), Université de Californie Davis, Californie, Etats-Unies, 1996 (Traduction de la 3^{ème} édition de Kaanane A. (Institut agronomique et vétérinaire Hassan II, Rabat), p.12.

² Spurgeon D. : La récolte retrouvée (Pour une gestion intégrée des récoltes, de la moisson à la consommation), Archives Spurgeon N° 58 du Centre de Recherche pour le Développement International, Ottawa, Canada, 1977, p. 09.

³ FAO : « 1,02 milliards de personnes souffrent de la faim », espace presse, Rome, Juin 2009.

n'est pas la production qui fait défaut ; l'étude de Gustavsson (2011) montre qu'un tiers de la production alimentaire mondiale comestible est perdu et/ou gaspillé annuellement. Cela représente en volume l'équivalent de 1,3 milliard de tonnes/an. La distribution fictive de cette nourriture sur le nombre de personnes sous-alimentées donne un résultat de plus d'une tonne d'aliment/personne/an. Cela prouve que la situation n'est pas uniquement liée à la faiblesse de la production car elle est aussi intimement liée à une mauvaise commercialisation et/ou gestion de l'après-production. Le rapport en question, montre que 40 % des pertes alimentaires enregistrées dans les pays développés se réalisent à l'étape de la consommation (s'apparentant plus à un gaspillage qu'à une perte alimentaire), alors, que dans les pays en développement, 40 % des pertes se réaliseraient dans le système post-récolte, donc avant d'arriver aux consommateurs.

Les pertes alimentaires dans le monde industrialisé s'expliquent par l'abondance de la production d'un part et la consommation de masse d'autre part. Dans, les pays en développement, les pertes les plus importantes sont enregistrées dans le système post-récolte, à cause de la faiblesse de la maîtrise des techniques de conservation et du manque de moyens techniques, financiers et de savoir-faire en la matière. Les solutions à adopter sont de facto différentes. Une autre étude de cas dans les pays de l'Afrique sub-saharienne sur la question, rapporte que les pertes alimentaires sont estimées à 4 milliards de dollars annuellement¹.

La maîtrise des pertes postproduction pourrait améliorer grandement la sécurité alimentaire mondiale. La commercialisation des produits alimentaires étant un des maillons de l'après-production, aura un rôle capital dans la lutte contre ce fléau socio-économique.

« À mon avis, ce sur quoi nous devons vraiment faire porter nos efforts, c'est sur la totalité de la chaîne de production alimentaire. La production revêt une importance critique, mais il est tout aussi important de préserver les produits une fois qu'ils ont été récoltés et jusqu'à ce qu'ils parviennent au consommateur. Nous pourrions avoir un impact immédiat considérable si nous examinons tout le réseau de distribution des produits alimentaires »².

« La question de la circulation alimentaire est devenue préoccupante à la suite des différentes conférences du CILSS³ et du Club du Sahel sur les politiques céréalières dans les Etats sahéliens notamment celle organisée à Mindelo (Cap Vert) en 1986. Cette réunion a constaté avec surprise que la sécurité alimentaire des populations sahéliennes durant la longue période de la sécheresse de la décennie 1970, loin d'avoir été assurée par les aides alimentaires massives dont avait bénéficié le Sahel, provenait plutôt de flux commerciaux régionaux des denrées alimentaires entre pays côtiers et pays sahéliens »⁴.

« Les denrées alimentaires perdues pourraient combler les besoins minimum annuels d'au moins 48 millions de personnes », affirme Maria Helena Semedo, sous-directrice générale de la FAO. "Si nous convenons que des systèmes agricoles durables doivent être développés pour nourrir 9 milliards d'habitants d'ici à 2050, la conservation des

¹ World Bank : Missing food (Nature and magnitude of nature of PHL (postharvest losses) for grains in Sub-Saharan Africa), Washington, 2011, p. 19-20.

² Philip Nelson (Prix mondial de l'alimentation en 2007), lu dans : « Tous les maillons de la chaîne de production alimentaire », e.Journal USA, Mars 2010, V15, N° 3, p.04.

³ Comité permanent Inter -Etats de Lutte contre la Sécheresse dans le Sahel (CILSS).

⁴ Kouassé B., Sipré G. et Gogué A. : Commerce des produits agricoles et sécurité alimentaire durable en Afrique de l'Ouest Centrale, Karthala éditions, 2006.

pertes alimentaires à travers toute la chaîne alimentaire doit être un pilier essentiel des futures stratégies alimentaires nationales »¹.

La question des pertes alimentaires se pose et se repose toujours, et leur maîtrise devrait prendre une plus grande place dans les politiques alimentaires. Cette maîtrise ne peut-être un programme ou une loi, elle serait plutôt une action collective à laquelle doivent participer tous les acteurs de la chaîne alimentaire, chacun, ayant sa part de responsabilité. Cependant, la volonté à elle seule n'est pas suffisante, il faut mettre en pratique les moyens nécessaires à la réalisation de cet objectif, le savoir-faire en la matière de tous les acteurs de la chaîne alimentaire semble un pion capital.

2.2.2. De la sécurité sanitaire des aliments

La consommation d'aliments sains est un droit fondamental (OMS, 2002). Une alimentation saine et équilibrée fournit les nutriments essentiels au corps humain, pour se maintenir, être actif (travailler, marcher, ...), protéger le corps contre les maladies. Les maladies d'origine alimentaire touchent tous les pays. Avec la mondialisation, l'allongement des chaînes alimentaires et le développement de moyens de transport rapide, la propagation d'un risque sanitaire par aliments peut se faire de manière assez rapide et donc démultiplier ses conséquences socio-économiques.

« Chaque année, près d'un tiers des habitants des pays développés contracte une affection d'origine alimentaire, et la proportion est sans aucun doute plus élevée encore dans les pays en développement. Les pauvres sont plus vulnérables à la maladie. Ainsi les maladies diarrhéiques transmises par l'eau et les aliments sont-elles d'importantes causes de morbidité et de mortalité dans les pays les moins avancés, où elles entraînent quelque 2,2 millions de décès, principalement chez les enfants »².

Nous réservons toute la troisième section de ce chapitre à cet aspect de la question alimentaire.

2.2.3. Des conséquences économiques des pertes alimentaires

Les pertes alimentaires participent, incontestablement, à la persistance du sous-développement, pour les raisons suivantes :

- Pertes alimentaires
- Stagnation (voire baisse) de la production, à l'échelle micro-économique.
- Baisse du PIB à l'échelle macro-économique ;
- Réduction des revenus des agriculteurs avec tout le chapelet de conséquences qui en découlent (faillite, exode rural...).
- Augmentation des prix (induite par la réduction de l'offre).
- La hausse des prix rend les produits inaccessibles aux consommateurs, spécialement les plus pauvres, et cette baisse de la demande envoie un signal négatif aux producteurs qui à leurs tours prévoient à la baisse leurs prochaines productions.

Il est clair que les pays en développement, spécialement, se trouvent dans un cercle vicieux et leurs systèmes commerciaux en sont pour une part importante. Par conséquent une politique

¹ FAO : Halte aux pertes post-récolte La sécurité alimentaire de l'Afrique est en jeu, 31 mai 2011.

² OMS : La stratégie mondiale de l'OMS pour la salubrité des aliments, Programme salubrité des aliments 2002,

de développement de la production ne pourrait atteindre ses objectifs si le système post production fait défaut.

2.2.4. Du développement durable

Le potentiel de ressources naturelles disponibles sur la planète est précieux, il est la source de la vie. Nuire à ce potentiel, ou l'affecter c'est attenter à la vie elle-même. L'inégale répartition des ressources naturelles sur Terre génère des conflits entre nations. Depuis, les années 1960, les Nations-Unies interpellent les gouvernements sur la nécessité d'un développement économique « durable », c'est-à-dire celui qui assure les besoins des générations présentes sans compromettre ceux des générations futures. Les ressources naturelles, pour la plupart non renouvelables sont un patrimoine commun des Hommes et même des autres espèces vivantes.

Les pertes postproduction sont un facteur de dilapidation et d'usage inutile de ressources naturelles pourtant rares dans certaines contrées de la terre, mais aussi l'occasion d'émission de gaz à effet de serre, principale cause du réchauffement climatique. Pour illustrer ce point, nous pouvons donner l'exemple de l'eau. Cette ressource à usages multiples est inégalement répartie et le changement climatique des dernières années aggrave davantage la situation de certaines régions (telle la Méditerranée, l'Afrique sub-saharienne). Certaines sources hydriques frontalières font l'objet de conflits entre Etats riverains (Exemple : du Nil). L'eau est l'élément indispensable à la vie, son utilisation est concurrentielle entre les différents secteurs économiques (agriculture, industrie et usage privé), mais l'agriculture est le plus grand consommateur d'eau, avec 70 % des quantités d'eau disponibles pour l'irrigation.

Tableau II.2 : Quantité d'eau nécessaire pour la production d'une unité de certains produits agricoles

Produit	Unité	Equivalent en eau (m ³ /unité)
Bovins	Tête	4000
Moutons et chèvres	Tête	500
Bœuf frais	Kg	15
Agneau frais	Kg	10
Volaille fraîche	Kg	6
Céréales	Kg	1,5
Agrumes	Kg	1
Huile de Palme	Kg	2
Légumineuses, racines et tubercules	Kg	1

Source : FAO : L'utilisation de l'eau en agriculture, 1997.

L'élevage est l'activité qui nécessite les plus grandes quantités d'eau. Dans la catégorie végétale, ce sont les céréales qui en consomment le plus, ce qui pose le problème de la spécialisation dans tel ou tel produit. Le problème de l'eau est particulièrement lancinant pour les pays en développement et les pays les moins avancés qui ne maîtrisent pas les techniques d'une utilisation rationnelle de l'eau (goutte-à-goutte...). Notons, par ailleurs, que l'agriculture moderne est l'une des activités les plus polluantes par les émissions de gaz à effet de serre (dioxyde de carbone, méthane...) et par la pollution des eaux souterraines, notamment.

Analysées à une échelle macro-économique, les pertes alimentaires représentent un drame humain ; c'est pourquoi la conservation de la production alimentaire est une action économique, sociale et durable.

2.3. LA CONSERVATION DES PRODUITS ALIMENTAIRES

Loin d'une analyse technique de la conservation des aliments, cette sous section vise à éclairer le rôle de la conservation alimentaire dans le système post production. Eu égard au problème des pertes alimentaire tant qualitatives que quantitatives et leur multiples conséquences, il devient irrationnel d'investir pour accroître la production alimentaire, si en parallèle la conservation fait défaut. Ci-après seront exposées les différentes techniques de conservation alimentaire. Il sera mis aussi le point sur le rôle de l'industrie agroalimentaire dans la conservation.

2.3.1. Les techniques de conservation alimentaire

La conservation des aliments vise à préserver leur comestibilité et leurs propriétés gustatives et nutritives ; elle empêche la croissance de micro-organismes et retarde l'oxydation¹. Ses techniques peuvent aller des plus simples aux plus complexes. Certaines méthodes sont plus traditionnelles que d'autres et ne nécessitent pas de moyens spécifiques (le salage, le séchage, l'ajout d'additifs alimentaires, tel le vinaigre, l'huile...), d'autres méthodes par contre, sont industrielles et utilisées à plus grande échelle. Nous présentons ci-dessous les principales techniques de conservation alimentaires.

2.3.1.1. Techniques de conservation par la chaleur

Le traitement des aliments par la chaleur permet une conservation de longue durée. Son principe de base est de détruire ou d'inhiber totalement les enzymes et les microorganismes et leurs toxines, responsables de l'altération des denrées alimentaires. Il existe quatre techniques de conservation par la chaleur : la pasteurisation, la stérilisation, l'appertisation et le traitement à ultra- haute température (UHT).

La pasteurisation

La pasteurisation est le chauffage d'une denrée alimentaire à une température donnée, pendant une durée déterminée, de manière à détruire les bactéries pathogènes qui s'y trouvent. La pasteurisation permet un maintien des qualités organoleptiques et nutritionnelles des produits. Elle est utilisée beaucoup sur les produits liquides avant ou après l'embouteillage (exemple du lait).

La stérilisation

Elle consiste en un traitement destructif des micro-organismes et des enzymes d'une denrée pour éviter sa dégradation avec le temps. Plusieurs procédés sont mis au point, à l'exemple du chauffage à ultra-haute température, l'ionisation (qui seront détaillés ci-après).

Le traitement à ultra- haute température

Le traitement à ultra haute température (UHT) consiste à chauffer le produit à une température élevée, entre 135°C et 150°C, pendant un temps très court, entre 1 à 5 secondes. Le produit stérilisé est ensuite refroidi puis conditionné aseptiquement. Ce processus est utilisé pour la stérilisation des produits liquides (lait, jus de fruits, ...) ou de consistance plus épaisse (desserts lactés, crème, jus de tomate,...).

¹ Institut National de Recherche Agronomique (INRA français) : La conservation des aliments, les techniques, Mai 2006 (www.inra.fr).

2.3.1.2. Techniques de conservation par le froid

Le froid est une technique de conservation des aliments qui arrête ou ralentit l'activité cellulaire, les réactions enzymatiques et le développement des microorganismes. Il prolonge ainsi la durée de vie des produits frais, végétaux et animaux en limitant leur altération. Le froid ne détruit ni les toxines ni les microorganismes éventuellement contenus dans les aliments. La majorité des microorganismes présents peuvent donc reprendre leur activité dès le retour à une température ambiante. On distingue trois procédés : la réfrigération, la congélation et la surgélation.

La réfrigération

La réfrigération consiste à entreposer les aliments à une température basse, proche du point de congélation (0°C), mais toujours positive par rapport à celui-ci. Généralement, la température de réfrigération se situe aux alentours de 0°C à + 4°C. A ces températures, la vitesse de développement des microorganismes contenus dans les aliments est ralentie. La réfrigération permet donc la conservation des aliments périssables à court ou moyen termes. Des règles fondamentales doivent être respectées dans l'application du froid : la réfrigération doit être faite le plus tôt possible après collecte, elle doit s'appliquer à des aliments initialement sains et être continue tout au long de la filière de distribution.

La congélation

La congélation maintient la température au cœur de la denrée entre -10°C et -20°C. Ce procédé provoque la cristallisation en glace de l'eau contenue dans les aliments. On assiste alors à une diminution importante de l'eau disponible, ce qui ralentit ou stoppe l'activité microbienne et enzymatique. La congélation permet la conservation des aliments plus longtemps que la réfrigération.

La surgélation

La surgélation est un abaissement rapide de la température d'une denrée jusqu'à -18°C. La surgélation ne se distingue de la congélation que par la rapidité du traitement qui permet de franchir rapidement la zone de cristallisation du produit. Et ce procédé permet de conserver les qualités nutritionnelles et organoleptique des produits ayant subi ce traitement.

2.3.1.3. Techniques de conservation par séparation et élimination d'eau

La déshydratation est une technique physique de conservation des aliments. Elle consiste à éliminer, partiellement ou totalement, l'eau contenue dans l'aliment. Ce procédé présente deux intérêts principaux : l'activité de l'eau du produit traité atteint des valeurs suffisamment basses pour inhiber le développement des microorganismes et stopper les réactions enzymatiques ; la diminution du poids et du volume est une économie importante pour le conditionnement, le transport et le stockage. Il en existe plusieurs procédés : la concentration, le séchage, le salage, le sucrage et le fumage.

2.3.1.4. Techniques de conservation par additifs alimentaires

Cette technique consiste à ajouter différents additifs alimentaires chimiques, minéraux ou organiques. L'objectif de leur usage est la prolongation de la durée de vie des aliments conservés.

2.3.1.5. L'ionisation

L'ionisation ou l'irradiation des aliments repose sur l'exposition des denrées alimentaires à l'action de rayonnements ionisants électromagnétiques ou constitués d'émissions de particules et a pour but d'assainir et/ou d'augmenter la durée de conservation des aliments en réduisant ou éliminant les organismes pathogènes et d'altération (microorganismes, insectes...). Dans les aliments d'origine végétale, l'irradiation retarde également la germination et la maturation.

La conservation des aliments est une pratique aussi vieille que le monde, ce qui change c'est le développement de nouvelles techniques plus performantes. Dans les pays en développement les pratiques traditionnelles sont toujours utilisées (salage, séchage, fumaison...). Quand aux techniques industrielles, certaines d'elles nécessitent une bonne maîtrise, une bonne connaissance, la disponibilité des moyens techniques et environnementaux ainsi que la rentabilité économique d'un tel investissement. Cela fait que certains procédés restent utilisés dans les pays industriels.

2.3.2 Industrie agro-alimentaire et conservation des aliments

L'industrie agro-alimentaire est la première industrie manufacturière dans le monde, elle représente 4 % du PIB mondial et emploie 22 millions de personnes¹. L'industrie agro-alimentaire joue un rôle important dans le développement économique ; ses fonctions sont multiples et la conservation en est une. Ci-après sont exposés ces différents rôles.

2.3.2.1. Industrie agroalimentaire et croissance économique

L'industrie agroalimentaire (IAA) joue un rôle dans le développement de la production agricole, car elle représente un débouché pour elle. Avant l'avènement de la révolution industrielle et de l'industrie agroalimentaire, la demande en produits agricoles est inélastique, et une augmentation de l'offre ne fera pas augmenter le chiffre d'affaire des producteurs, elle va plutôt abaisser les prix sur le marché. Avec le développement de l'IAA, cette situation a évolué car elle devient le débouché par excellence du secteur agricole dont elle valorise le surplus. L'IAA contribue, aussi, à la création d'une valeur ajoutée et de ce fait à la croissance du PIB et elle assure en amont, le maintien de l'emploi dans l'agriculture, participant au développement des zones rurales.

2.3.2.2. La conservation des produits

L'une des fonctions principales de l'industrie agroalimentaire est la conservation qu'elle assure aux produits alimentaires, spécialement les produits périssables (viandes et poissons, produits laitiers, fruits et légumes frais) et aussi des autres produits moins périssables. Pendant longtemps la distribution des produits alimentaires a été limitée dans l'espace et dans le temps car ceux-ci ne peuvent atteindre des marchés lointains dans un état (et aussi contraint par des coûts de transport importants). Le passage des produits agricoles par l'industrie agroalimentaire peut leur confère plusieurs avantages qui facilitent leur commercialisation et qui améliorent leurs qualités et donc leur valeur marchande, à travers les fonctions suivantes : transformation-mise en forme, calibrage et emballage, embellissement.

¹ ANIMA : Le secteur agro-alimentaire dans la région euro- méditerranéenne, Notes et documents ANIMA n° 16, Novembre 2005, dirigé par Fabrice Hatem, p. 12.

Transformation et mise en forme

Les produits agricoles présentent des formes très spécifiques, et le transport des produits sous leurs formes naturelles n'est pas la plus économique des modalités. Certains produits présentent des formes spéciales et une fragilité face aux mouvements, leur distribution pose donc ce genre de problèmes : le transport du bétail sur longue distance, le transport du lait, les œufs, ... Les produits agricoles qui ne subissent pas de transformations sont généralement commercialisés en vrac, ou en cartons. Cela facilite leurs transports. Les produits transformés sont conditionnés dans des boîtes et autres contenants de différentes formes. Nous pouvons citer quelques exemples de transformation qui ont révolutionné le commerce des produits alimentaires : l'utilisation du froid dans le commerce international pour le transport de la viande, et qui a remplacé le transport du bétail vivant; la déshydratation du lait a permis l'obtention du lait en poudre, procédé qui a permis le développement du commerce (international) du lait.

Le calibrage

Le calibrage consiste en un classement et tri des produits agricoles. Les meilleurs produits sont mis en vente sur les marchés, alors que ceux qui sont de qualité moindre subissent d'autres transformations qui les embellissent et ils sont transformés en jus, purées, confitures, ou autres produits dérivés.

L'emballage

Les produits emballés sont mieux protégés contre les dangers alimentaires. Il existe plusieurs catégories d'emballages. Certains emballages spéciaux sont utilisés comme moyen de conservation des qualités des produits telle la mise sous-vide, ou l'emballage hermétique qui empêche le développement des microorganismes. L'emballage a aussi un autre rôle celui de communiquer des informations sur le produit, sur sa qualité, son producteur, son origine, son poids, ... et joue aussi un rôle dans l'attrait du consommateur. Une pratique du marketing de changer l'emballage du produit même si celui-ci n'a pas subi de changements.

L'embellissement

L'embellissement des produits agricoles consiste en la transformation des matières premières agricoles en d'autres produits. Ces produits sont alors présentés sous diverses formes attrayantes pour les consommateurs. Plusieurs exemples peuvent être cités : la transformation du cacao en chocolat, le lait en fromage, le blé en farine, la farine en pâtes alimentaires... Cette diversité des produits offre plus de débouchés aux matières premières. Une telle situation est observée dans les pays riches où certaines productions sont abondantes à l'exemple du lait et de la viande. Le lait par exemple est consommé sous diverses formes (lait frais, lait pasteurisé, fromage, yaourt, crèmes...).

La conservation des produits alimentaires devient conditionnelle pour la croissance de la production alimentaire ainsi que pour toute perspectives de développement de celle-ci. Toute planification de développement de la production doit sous-tendre la possibilité de sa conservation en totalité (même si des pertes minimales surviennent).

Dans le point qui suit, seront présentés quelques exemples réussis de réduction des pertes alimentaires dans certains pays en développement.

2.3.3. Quelques cas réussis de réduction des pertes

La FAO a élaboré un programme spécial en collaboration avec différents pays en développement pour la prévention des pertes alimentaires. Une bonne formation a permis de réduire les pertes qui se produisent souvent du fait des pratiques erronées de manipulation et de transport. A ce propos, la FAO, en collaboration avec d'autres partenaires, a assuré la formation de milliers de personnes sur trois continents. En voici quelques exemples¹.

1. Un récent projet de la FAO en Afghanistan, financé en grande partie par l'Allemagne, a permis de fournir des silos métalliques fabriqués localement à quelque 18.000 ménages. Ces silos hermétiques ont permis aux paysans de mettre leurs récoltes à l'abri des pestes, des ravageurs, des oiseaux et des champignons. En outre, ils permettent de conserver les récoltes durant de longues périodes tout en maintenant la qualité des produits. L'effet fut immédiat. Les paysans afghans qui ont utilisé ces silos pour stocker les grains de céréales et de légumineuses ont vu leurs revenus s'améliorer. Les pertes après récolte ont chuté de 15-20 % à moins de 1-2 %. En outre, grâce à la formation offerte par la FAO, les artisans forgerons ont fabriqué 4. 500 silos supplémentaires qui ont été vendus à d'autres paysans.

2. En Guinée, où 70 à 80 % de la population dépend de l'agriculture pour sa survie, un projet similaire a également permis de réduire considérablement les pertes après récolte qui atteignaient auparavant environ 20%. Une centaine de silos ayant des capacités allant de 100 à 1.800 kilogrammes ont été distribués aux paysans qui ont vu ainsi leurs revenus s'améliorer et leurs produits vendus sur de plus longues périodes et à meilleur prix car mieux conservés dans les silos. Dans l'ensemble, plus de 45 000 silos ont été construits et installés dans 16 pays et plus de 1 500 artisans ont reçu une formation.



Silos traditionnels au Niger



Silos métalliques

Source : FAO

Comparés aux silos traditionnels, les silos métalliques empêchent les animaux nuisibles (rongeurs, oiseaux,...) d'y pénétrer et les microorganismes de s'y développer.

A côté de l'objectif de réduction des pertes quantitatives, l'aspect sanitaire des aliments est primordial.

¹ FAO, 2009.

3. LA SECURITE SANITAIRE DES ALIMENTS, L'INDISPENSABLE CONDITION

Le rôle de l'alimentation est d'apporter les différents nutriments nécessaires au corps humain. Plusieurs troubles sanitaires sont dus à une mauvaise alimentation. L'excès comme la carence en nutriments sont les causes de maladies parfois graves, dans certains cas mortelles. Alors que dans les pays riches, le déséquilibre est causé par une surconsommation, dans les pays pauvres, des maladies sont à l'origine de carences importantes spécialement aux premiers cycles de la vie.

Lors de la commercialisation (légale) de produits alimentaires, un produit donné perd toute sa valeur s'il est admis qu'il est porteur d'un quelconque risque pour la santé humaine et sa vente est immédiatement suspendue. De nos jours, les chaînes alimentaires peuvent transiter d'un continent à un autre et font intervenir plusieurs acteurs. Le dilemme est alors celui d'assurer l'approvisionnement des populations en aliments suffisants et surs. Pour l'OMS l'accès à une alimentation saine est un droit car une alimentation sûre est un facteur de santé physique, de meilleur rendement économique, de bien-être social, de moindres dépenses en santé publiques et de compétitivité économique de la production nationale.

Cette section analyse la question de la sécurité sanitaire des aliments en deux sous-sections. L'une traite des maladies d'origine alimentaire, leur géographie et leurs conséquences socio-économique et l'autre fait le point sur la responsabilité des différents acteurs quand à la question de la salubrité des aliments et sa prise en charge par les différentes institutions nationales et internationales.

3.1. LES MALADIES D'ORIGINE ALIMENTAIRE

« *Nous sommes ce que nous mangeons* » prodiguent les spécialistes de la santé humaine. Bien manger quantitativement et qualitativement est un facteur d'une bonne santé physique, d'une facture sanitaire réduite et d'une meilleure productivité économique, mais avant tout se nourrir répond à un besoin physiologique. L'alimentation est la source d'énergie pour les êtres humains dépensée pour la survie et le travail, mais aussi un facteur essentiel de résistance de l'organisme aux diverses infections. Cependant, l'alimentation peut être le moyen de contraction de maladies à travers l'assimilation (l'absorption) d'aliments contaminés, nous parlons alors de *maladies d'origine alimentaire*.

3.1.1. Les causes des maladies d'origine alimentaire

L'OMS définit une maladie d'origine alimentaire comme suit : « *Il s'agit d'une affection, en général de nature infectieuse ou toxique, provoquée par des agents qui pénètrent dans l'organisme par le biais des aliments ingérés* »¹. Chaque année, des millions de personnes tombent malades, et beaucoup décèdent, après avoir ingéré des aliments impropres à la consommation (OMS). Dans ses différents rapports, l'OMS attire l'attention sur la tendance à la multiplication de ces maladies dans le monde au cours des dernières décennies. Les maladies d'origine alimentaire peuvent être causées par l'ingestion de denrées alimentaires contaminées par des micro-organismes ou des produits chimiques ou tout autre agent nuisible à la santé humaine. Les contaminations peuvent survenir à n'importe quel stade entre la production et la consommation et de l'environnement par la pollution de l'eau, du sol ou de l'air par différents agents (chimiques, biologiques, nucléaires,...). Ci-après sont présentés les différents agents qui peuvent rendre insalubres les produits alimentaires.

¹ OMS : Salubrité des aliments et maladies d'origine alimentaire, aide-mémoire N° 237, 2007.

a) Les agents microbiologiques

Ce sont les micro-organismes contenus dans les aliments et qui affectent la santé lors leur assimilation. Un micro-organisme est un : « être vivant microscopique, généralement constitué d'une seule cellule. Le terme micro-organisme tend à remplacer celui de microbe. Les micro-organismes comprennent les bactéries, les champignons unicellulaires (levures), les virus et les protistes. Ils jouent un rôle essentiel dans les cycles écologiques, mais certains d'entre eux sont à l'origine de maladies infectieuses bactériennes et virales » (Le Petit Larousse).

Tableau II.3 : Quelques maladies d'origine alimentaire causées par des micro-organismes

Maladie	Agent responsable	Symptômes	Aliments contaminés
<i>Salmonellose</i>	Salmonelle (bactérie)	Fièvre, céphalées, nausées, vomissements, douleurs abdominales, diarrhées	Plats préparés à base d'œufs, de volaille, de viande, de lait cru ou de chocolat
<i>Campylobactériose</i>	Campylobacter (bactérie)	Sévères douleurs abdominales, fièvres, nausées, diarrhées	Lait cru, volaille crue ou mal cuite, eau de boisson. Dans 2 à 10 % des cas, l'infection évolue vers des problèmes de santé chroniques tels, l'arthrite chronique ou trouble neurologique.
<i>Escherichia Coli entérohémorragique</i>	<ul style="list-style-type: none"> • E. Coli O157 • Listériose 	Cette bactérie provoque des hémorragies intestinales. Elle a des conséquences sérieuses et parfois mortelles, chez les nourrissons, les enfants et les personnes âgées.	
<i>Choléra</i>	Vibrio Cholrae (bactérie)	Douleurs abdominales, vomissements, diarrhées aqueuses profuses pouvant entrainer une déshydratation grave et causer la mort, si les pertes en eau et sel ne sont pas compensées.	Transmise par l'eau et autres aliments : riz, végétaux, poissons et fruits de mer.

Source : synthétisé par nous-mêmes à partir de : OMC : Salubrité des aliments et maladies d'origine alimentaire, aide-mémoire N° 237, OMS, 2007.

La liste des agents microbiologiques à risque pour la santé humaine n'est pas finie, puisqu'il apparaît à chaque fois de nouveaux agents non listés et les microbes deviennent de plus en plus résistants aux traitements existants.

b) Les agents chimiques

Les dangers chimiques figurent parmi les principales causes de maladies d'origine alimentaire. L'usage de pesticides au stade de la production et de l'entreposage des aliments provoque la présence de résidus dangereux et suscite depuis longtemps des inquiétudes quant à la salubrité chimique de certains aliments. De la même manière, les métaux lourds risquent de polluer les produits alimentaires par l'intermédiaire du sol, de l'eau ou des matériaux placés

à leur contact, de même que différents polluants environnementaux comme les PCB¹, les furanes et les dioxines², et bien d'autres agents chimiques peuvent être cités (les additifs alimentaires chimiques).

D'autres causes peuvent aussi être source de maladies d'origine alimentaires.

c) Les organismes génétiquement modifiés (OGM) et autres nouveaux produits

Les organismes génétiquement modifiés (OGM) sont : « ...des organismes dont le patrimoine génétique (ADN) a été transformé d'une manière qui ne survient pas spontanément dans la nature. Cette technologie moderne a plusieurs appellations courantes « biotechnologies modernes », « technologie génétique », parfois aussi « technique de l'ADN recombinant », ou « génie génétique ». Elle permet de sélectionner des gènes à transférer d'un organisme à l'autre, même si ces organismes appartiennent à des espèces non apparentées. Ces méthodes permettent de produire des plantes génétiquement modifiées que l'on cultive et à partir desquelles on obtient les aliments transgéniques»³.

Les objectifs recherchés par la mise au point des OGM sont l'obtention d'espèces plus résistantes et à prix réduit. Les manipulations génétiques sont différentes :

- L'intégration dans les plantes d'un gène produisant la toxine de *Bacillus thuringiensis* qui améliore la résistance des plantes aux insectes ;
- L'introduction d'un gène issu de certains virus pathogènes permet d'obtenir une résistance aux virus, en les rendant moins sensibles aux maladies provoquées par ces virus ;
- L'introduction d'un gène bactérien spécial permet d'obtenir une tolérance aux herbicides.

La question de la sécurité sanitaire des OGM est posée, mais même si celle-ci n'a pas été tranchée, toutes les autorités spécialisées en la matière reconnaissent la nécessité d'évaluations spécifiques et rigoureuses quant aux dangers que peuvent comporter ces aliments pour la santé humaine et pour l'environnement (OMS). En effet, il n'est pas encore certain que le transfert des gènes de ces aliments au corps humain ne soit pas risqué ce qui explique les craintes que les plantes *OGMisées* ne contaminent les plantes sauvages qui leur sont voisines. Jusqu'à présent, la question de l'innocuité des OGM n'a pas été encore tranchée. Selon l'OMS, la sûreté des OGM doit-être évaluée au cas par cas, et il n'est pas possible de se prononcer d'une manière générale sur tous les aliments transgéniques. Cependant il est demandé un strict contrôle de ceux-ci, mais la réglementation en la matière tarde à se mettre en place dans tous les pays.

d) La falsification des produits

La question est (plus) courante dans les pays en développement ; elle est liée à une falsification quant à la qualité de certains produits : lait, miel, épice, viandes... Dans certains cas, cela lèse le consommateur (il est trompé) qui paie le prix du marché pour un « faux » produit, mais dans d'autres cas, ces falsifications peuvent comporter de vrais risques pour la santé (conditions de préparations informelles non contrôlées, ces conditions peuvent aussi être illicites). Cette situation peut-être due à plusieurs facteurs : la place importante qu'occupe le secteur informel dans ces pays, moyens limités de contrôle (du moins de contrôler tout le

¹ Les PCB ou *polychlorobiphényles* sont des dérivés chimiques chlorés, regroupant 209 substances apparentées.

² Les PCB, furanes et toxines sont des substances toxiques qui apparaissent en tant que sous produits de certains procédés industriels, y compris de la combustion des déchets contenant du poly (chlorure de vinyle)- OMS 2004.

³ OMS : 20 questions sur les aliments transgéniques (www.who.int.)

monde) et à la faible transformation des produits alimentaires par l'industrie, car s'il est difficile de contrôler des petits vendeurs individuels, la situation serait autre s'il s'agissait de grandes entreprises.

e) Autres agents

Il existe d'autres facteurs pouvant être responsables de l'innocuité des aliments, tels : les toxines naturelles (toxines trouvées dans les champignons vénéneux) ; les agents non conventionnels (exemple du *prion*¹, à l'origine de la maladie de l'encéphalopathie spongiforme bovine qui frappe le bétail (ESB ou « maladie de la vache folle ») ; certains métaux sont aussi connus pour leurs effets nocifs sur la santé humaine, exemple du mercure et du plomb. La présence de l'un ou de l'autre de ces agents peut être cause de maladies, dans les cas extrêmes de décès. Le problème posé au niveau de la commercialisation est la possibilité d'amplification des maladies d'origine alimentaire par la libéralisation accrue des échanges commerciaux et la rapidité des moyens de transport.

3.1.2. Géographie et ampleur socio-économique des maladies d'origine alimentaire

La question de sécurité sanitaire des aliments n'est pas spécifique à une région particulière du monde, elle se pose dans tous les pays, mais, les causes de ces maladies diffèrent d'un groupe de pays à un autre. Environ un tiers de la population dans les pays développés est soumis au risque de contraction d'une maladie d'origine alimentaire (OMS, 2002), alors que dans les pays en développement, l'accès limité des populations à une alimentation suffisante quantitativement et qualitativement est l'un des facteurs principaux d'une santé précaire.

La persistance du problème de la salubrité des aliments à l'échelle mondiale s'explique par plusieurs raisons². Dans les pays développés, les nouvelles méthodes de production intensives, à moindre coût, négligent les conséquences environnementales ainsi que la question de la sécurité des aliments. Aussi, il existe encore des carences importantes au niveau de l'échange d'informations, de la communication et de la coopération de tous les acteurs de la chaîne alimentaire. Dans les pays en développement, les problèmes posés par la sécurité sanitaire des aliments sont liés à d'autres facteurs. En premier, il peut être cité la structure désorganisée des filières alimentaires et l'importance de la place qu'occupe le secteur informel. Cela fait que les pouvoirs publics ne peuvent faire un suivi de l'application de la réglementation ; le manque de moyens aussi bien humain (savoir-faire), techniques et financiers pour préserver la salubrité des aliments ; la croissance de la population et l'urbanisation rapide, nécessitent un suivi des infrastructures commerciales. D'autres raisons probables participent à la situation. Dans ces pays, les textes réglementaires sur la sécurité sanitaire des aliments, n'existent que sur papier car l'administration n'a jamais les moyens de les faire appliquer. Les conditions environnementales et infrastructurelles sont aussi responsables, la qualité de l'eau, du sol et de l'air.

¹ Le terme "prion" a été créé par S. Prusiner pour désigner les agents non conventionnels responsables des encéphalopathies spongiformes transmissibles (EST), maladies du système nerveux central qui peuvent être héréditaires, sporadiques ou infectieuses, mais toujours mortelles. De nature protéique, apparemment dépourvus d'acides nucléiques, les prions sont caractérisés par la capacité qu'à la forme pathogénique de transmettre via des interactions protéine-protéine, ses propriétés à l'isoforme normale de la même protéine. Cette propriété se manifeste par une infection et une destruction sélective des cellules nerveuses chez les mammifères (Source : www.futura-sante.com).

² FAO : Systèmes de sécurité sanitaire dans les pays développés et dans ceux en développement (www.fao.org).

« La législation en matière de sécurité sanitaire des aliments dans de nombreux pays en développement est souvent incomplète ou dépassée ou ne correspond plus aux exigences internationales. La responsabilité de la sécurité sanitaire des aliments et du contrôle des denrées alimentaires est souvent répartie entre plusieurs institutions. Les laboratoires manquent de matériel et de fournitures essentiels »¹.



Ces deux dernières décennies, le monde a été secoué par de véritables pandémies causées par des aliments : l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB ou vache folle, 1990); la dioxine contenue dans les aliments de bétail ; la mélamine² (2008) ; la grippe aviaire (2009) ; la grippe porcine (2009)³,... un grand effort reste à faire sur la question.

Que ce soit sur le plan social ou économique, les maladies d'origine alimentaire ont d'importantes conséquences. Sur le plan social, la facture sanitaire au niveau individuel ou bien au niveau national est toujours lourde. Sur le plan personnel, et spécialement dans les pays en développement, la maladie et la perte de capacité physique qui s'en suit peuvent être un facteur de perte de revenu et d'appauvrissement. Pour les producteurs, la déclaration d'une infection alimentaire peut anéantir le travail de toute une saison, voire d'années.

La mesure des conséquences des maladies d'origine alimentaire n'est pas assez prise en charge au niveau des pays. Selon, l'OMS les données sur les maladies d'origine alimentaire restent insuffisantes voire non-disponibles, faute d'enquêtes et de suivi au niveau des pays. Mais, les résultats existant montrent que le poids socioéconomique de ces maladies est important ; dans les pays industrialisés, 30 % de la population est sujette à une contamination par aliments. Les données disponibles (www.who.org) sur la question montrent qu'en 1998, 2,2 millions de décès ont été causés par des maladies d'origine alimentaire dont 1,8 million d'enfants suite à des maladies diarrhéiques⁴. Aux États-Unis les coûts entraînés par les maladies humaines dus à des agents pathogènes sont estimés entre 6,5 et 34,9 milliards de dollars ; de même que 76 millions de cas surviennent chaque année, entraînant 325 000 hospitalisations et 5 000 décès. En Chine, 300 000 personnes sont victimes en 1988 d'une flambée d'hépatite A, à la suite de la consommation de clams contaminés. Les frais médicaux

¹ FAO/OMS : Les systèmes nationaux de sécurité sanitaire des aliments doivent être améliorés, 2007 (www.un.org).

² Substance chimique.

³ Les années font référence aux périodes où les maladies étaient devenues pandémiques, l'apparition de cas isolés dans les autres années reste fréquente.

⁴ FAO : Problèmes de sécurité sanitaire des aliments et de protection des consommateurs.

et la valeur des pertes de vies humaines dues à cinq infections d'origine alimentaire en Angleterre et au Pays de Galles ont été estimés au Royaume-Uni à un montant de 300 à 700 millions de £ par an en 1996. Enfin, le montant annuel du coût des 11500 cas estimés d'intoxications alimentaires quotidiennes en Australie a été évalué à 2,6 milliards de dollars australiens. La réapparition du choléra au Pérou en 1991 a provoqué la perte de 500 millions de Dollars E-U au niveau des exportations de poisson et des produits de la pêche.

De telles conséquences nécessitent une prise en charge et une coopération à plusieurs échelons aussi bien au niveau national qu'international.

3.2. RESPONSABILITE DES ACTEURS ET SECURITE SANITAIRE DES ALIMENTS

La complexité des chaînes alimentaires actuelles, la mondialisation, le changement des systèmes productifs et distributifs facilitent la transmission de maladies d'origine alimentaire. Les acteurs de la chaîne sont différents et nombreux et il appartient à chacun d'eux de contribuer à la sécurité sanitaire des aliments, la responsabilité est partagée, même si les pouvoirs publics sont les mieux dotés pour cela. Il faut savoir que l'importance et l'enjeu de la question ont élargi les prérogatives aux institutions internationales depuis quelques décennies déjà. La question de la salubrité des aliments et leur contrôle est posée aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale et elle est la mission d'organes spéciaux : les systèmes nationaux de contrôle alimentaire, qui travaillent en coopération avec les institutions internationales spécialisés sur la question.

3.2.1. Les systèmes nationaux de sécurité sanitaire des aliments

A l'échelle d'un pays, la sécurité sanitaire des aliments est la prérogative du système national de sécurité sanitaire. Un système de sécurité sanitaire des aliments est représenté par les structures officielles ou non, qui veillent sur l'assurance et la garantie de la sécurité sanitaire des aliments. Il est défini comme : « *un ensemble d'institutions réglementaires et non réglementaires exerçant des activités visant à garantir la sécurité de l'approvisionnement alimentaire du pays concerné* »¹.

Le système national de sécurité sanitaire des aliments est composé de quatre éléments : le système de contrôle alimentaire, le programme d'assurance de la qualité, l'activité de recherche des universités et des centres spécialisés et l'activité des différentes associations.

Le système de contrôle alimentaire officiel.

C'est le système chargé officiellement de la sécurité sanitaire des aliments au niveau national. L'OMS et la FAO lui donnent la définition suivante : « *une activité officielle obligatoire de la réglementation qui incombe aux autorités nationales et locales, chargées d'assurer la protection du consommateur et de veiller à la sécurité sanitaire, à l'intégrité et à l'adaptation à la consommation humaine de tous les aliments, au cours des stades de production, manutention, entreposage, transformation et distribution; les autorités doivent également veiller à la conformité des denrées alimentaires de sécurité sanitaire et de qualité, ainsi qu'à l'honnêteté et à l'exactitude de l'étiquetage* » (FAO).

Le programme d'assurance de la qualité.

¹ Réunion régionale FAO/OMS pour le Proche-Orient sur la sécurité sanitaire des aliments : Systèmes nationaux de sécurité sanitaire des aliments dans la région du Proche-Orient- Une analyse de la situation, Amman (Jordanie), 5- 6 mars 2005, p. 01.

Loin d'une réglementation officielle, ces programmes sont mis volontairement par les producteurs et les transformateurs de l'industrie agroalimentaire afin d'assurer la qualité et la salubrité de leurs produits.

L'activité de recherche sur la sécurité sanitaire alimentaire.

Elle est le fait des universités et des centres de recherche spécialisés en la question.

L'activité associative.

Elle est le résultat de l'action des associations de professionnels, d'industriels et de consommateurs et représente par conséquent l'opinion publique.

Actuellement, les systèmes nationaux de sécurité sanitaire sont remis en cause par les organisations internationales (OMS notamment), eu égard aux changements importants survenus ces dernières années dans les systèmes de production, de distribution et de consommation (mondialisation, intensification de la production, OGM...). Les organisations internationales (OMS, FAO) préconisent que ceux-ci s'adaptent aux nouvelles exigences en matière de sécurité sanitaire pour être en mesure de faire face aux nouvelles problématiques posées à différentes étapes de la chaîne alimentaire. La nouvelle optique de travail préconisée par ces institutions est de dépasser la conception traditionnelle de lutte contre les risques alimentaires lors de leur survenance et la punition des responsables, lorsqu'il y a lieu, à une conception *préventive* basée sur une plus grande coopération et communication entre tous les acteurs de la chaîne alimentaire à différents échelons, aussi bien nationaux qu'internationaux. Pour y faire face et pour une plus grande efficacité de ces systèmes, l'OMS propose trois principes de fonctionnement de ceux-ci : le principe « multisectoriel » de la sécurité sanitaire des aliments, le principe du « continuum » et le principe de l'approche scientifique.

Le principe « *multisectoriel* » renvoie à la nécessité de la contribution de différents acteurs professionnels à la garantie de la sécurité sanitaire des aliments. Ainsi, dans la plupart des pays, la responsabilité de la sécurité sanitaire et de la qualité des aliments doit-être une action coopérée entre différentes institutions et ministères : santé, agriculture, commerce... Pratique de plus en plus courante, selon l'OMS. Le principe du « *continuum* »¹ repose sur la conviction que le « risque zéro » n'existe pas, quelles que soient les performances du système mis en place. Par contre une meilleure maîtrise des risques reste un objectif réaliste. Les approches traditionnelles de prévention sanitaire veulent que le contrôle et l'échantillonnage se fasse dans les phases finales de vente des produits aux consommateurs. Cette méthode, toutefois, a montré ses limites, à l'exemple du scandale des aliments de bétail contenant de la dioxine déclenché en 2008 dans les pays développés. Alors, pour plus de sécurité, il est recommandé que le contrôle des produits et l'assurance de leur sécurité se fasse en continu, tout au long de la chaîne alimentaire (production, récolte, transport, transformation, entreposage et commercialisation). Cela, nécessitera la mise en place de moyens humains, financiers, de savoir-faire ainsi qu'une réglementation adaptée à cet objectif. Enfin, le principe de la *démarche scientifique et analyse des risques* est utilisé généralement dans l'établissement des normes de sécurité alimentaire. L'OMS et la FAO préconisent que les bases scientifiques prennent une plus grande part dans la prise de décisions, ce qui pourrait être un facteur renforçant de la sécurité sanitaire des produits alimentaires. Mais cela reste un objectif à réaliser, la prise de décision à l'échelle d'un pays étant déterminé par plusieurs facteurs.

Jusqu'à présent la question de la sécurité sanitaire des aliments, n'est pas résolue « une bonne fois pour toute ». Sa récurrence dans les pays développés en est la preuve. Les

¹ Ce principe est appelé aussi principe « de la ferme à la table » ou encore « de la fourche à la fourchette », pour faire référence à la continuité.

changements socioéconomiques et des pratiques productives qui surviennent (à court terme ou à long terme) en sont responsables. L'adaptation de la réglementation, l'amélioration des moyens techniques, humains, la recherche,... sont tous des éléments qui doivent suivre au mieux prévenir les changements et s'y adapter. L'importance de la question de sécurité sanitaire des aliments et la mondialisation des échanges mondiaux en fait non seulement une affaire de niveau national, mais aussi internationale.

3.2.2. Institutions internationales et sécurité sanitaire des aliments

La question de la salubrité des aliments sur le marché mondial a été tôt prise en charge par les organisations internationales. La sécurité sanitaire des aliments est une condition de base des échanges inter-nations.

L'OMS et la FAO sont parmi les premiers acteurs qui travaillent et collaborent sur le problème. En 1963, une commission commune a été créée entre ces deux institutions et dont la mission est d'établir les normes internationales de sécurité sanitaire des aliments. Ces normes constituent un guide et une référence à l'échelle mondiale et sur lesquelles les systèmes nationaux de sécurité sanitaire des aliments se basent. L'ensemble de ces normes est regroupées dans un code connu sous le nom du *Codex Alimentarius* ou le Code Alimentaire. Ce code est constamment amélioré par la Commission qui, en porte le nom (Commission du Codex Alimentarius). Le *Codex* est composé des chapitres suivants : Normes alimentaires concernant des produits ; Code d'usage en matière d'hygiène ou de technologie ; Pesticides évalués ; Directives pour les contaminants ; Additifs alimentaires évalués ; Médicaments vétérinaires évalués. Les accords commerciaux sur les mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS) et l'Accord sur les Obstacles Techniques au Commerce (OTC) avaient reconnu en 1995 au Codex le caractère de référence qui facilite les échanges commerciaux et règlent les différents. Par ailleurs, il existe d'autres organisations à l'échelle régionale et internationale qui sont aussi actives dans ce domaine, tels : l'Autorité européenne de sécurité des aliments ; l'Organisation Mondiale de la Santé Animale, le Portail International de la sécurité sanitaire des aliments et de la santé animale et végétale (IPFSAPH) ; le Réseau international de sécurité sanitaire des aliments...

La multiplicité des institutions responsables de la sécurité sanitaire des aliments à différents échelons témoigne de la prise de conscience de l'importance de la question. Le rôle de ces institutions est double, celui de la promotion des échanges économiques de produits sains. L'objectif actuel des différentes institutions spécialisées est de passer du stade de contrôle sanitaire traditionnel des aliments à celui de la prévention, et ce à travers une action concertée et une coopération entre les organisations internationales et l'assistance de celle nationales. Cette coopération vise à lister les différents risques et maladies et à les communiquer, à mettre en œuvre différents guides¹, les mettre à jour pour différents produits alimentaires, et élargir l'application du principe de continuité.

La question de la sécurité sanitaire des aliments est au cœur de la fonction alimentaire, elle est sa condition nécessaire. La croissance de la population mondiale, d'une manière générale et de la population urbaine en particulier, la mondialisation de la production et de la consommation... mettent une plus grande responsabilité sur la commercialisation des produits alimentaires, responsabilité tant économique que sociale. Les maladies, d'origine alimentaire touchant aussi bien, les pays riches que les pays pauvres deviennent une préoccupation

¹ Plusieurs guides existent sur différents sites des organisations internationales, spécialement la FAO.

commune et à laquelle doivent participer tous les acteurs de la chaîne alimentaire de manière officielle ou non.

Conclusion du deuxième chapitre

La fonction alimentaire présente de multiples aspects, sociaux, économiques, et politiques. L'organisation des économies modernes (division poussée du travail) ne peut pas se passer d'un système de distribution alimentaire efficace. Selon, l'OMC, la distribution des produits alimentaires occupe une place importante dans les économies comparativement à celle des autres produits.

La distribution alimentaire pose trois problématiques d'envergure mondiale : les pertes quantitatives en produits, la salubrité des aliments et la conservation. Le rapport Gustavsson montre que 30 % de la production alimentaire mondiale comestible est perdue, alors que 1 milliard de personnes souffrent de la faim à travers le monde. Un autre rapport sur les pertes alimentaires en Afrique Sub-saharienne montre qu'en moyenne 4 milliards de dollars¹ sont l'équivalent des pertes annuelles alimentaire dans ces pays. Ces chiffres sont colossaux. Le problème se pose beaucoup plus pour les pays en développement où persiste la problématique de l'insécurité alimentaire et où les conditions climatiques et naturelles sont peu favorables à la croissance de la production (rareté de l'eau et des terres fertiles). Devant, une telle situation, la fonction de conservation alimentaire devient indispensablement complémentaire à la production. Il ne sert à rien d'investir pour accroître la production, si celle-ci ne peut-être conservée.

La question de la sécurité sanitaire des aliments est une condition indispensable, touchant aussi bien les pays développés que les pays en développement. Les maladies d'origine alimentaire réduisent le bien-être et accroissent la possibilité de pauvreté des personnes, accroissent les dépenses de santé publiques, réduisent la productivité et peuvent déstabiliser le régime politique, si celui-ci ne maîtrise pas un tel problème. La responsabilité est partagée et commune entre les systèmes nationaux de sécurité sanitaire des aliments, les institutions internationales spécialisées sur la question et tous les autres acteurs de la chaîne alimentaire qu'ils soient organisés (association) ou de manière individuelle (la conscience individuelle). Même si la responsabilité des acteurs doit-être partagée (complémentaire), les pouvoirs publics sont tout de même ceux qui ont le plus de pouvoir et de moyens, d'où une plus grande responsabilité, les agents privés n'ayant pas toujours ces moyens ou l'intérêt à réaliser de telles actions.

¹World Bank: Missing food (Nature and magnitude of nature of PHL (postharvest losses) for grains in Sub-Saharan Africa.), Washington, 2011.

Chapitre 3

La distribution en Algérie depuis 1962

La distribution est un processus global qui assure le rapprochement en un temps donné d'une production réalisée par des producteurs concentrés géographiquement, à des consommateurs dispersés sur un espace donné. Ce processus nécessite, des moyens techniques (transport et stockage), un savoir-faire et un niveau déterminé de service. Il n'existe pas un seul modèle ou de modèle-type de distribution efficace, même au sein d'un seul pays la distribution peut varier d'une région à une autre. La réglementation est un élément influent sur cette activité. De fait, l'étude de la distribution d'un pays donné (ou région) nécessite de bien connaître celui-ci, du moins connaître les facteurs qui sont en rapport avec cette activité.

L'Algérie est un très vaste pays dont le climat est chaud sur la majorité du territoire et dont la population a plus que triplé en un demi-siècle¹, avec une population urbaine qui augmente à un rythme supérieur à celui de la population totale. A la fin des années 80, le pays connaît une libéralisation de son économie, après deux décennies de dirigisme, mais en matière de production, il ne couvre pas tous ses besoins que ce soit en produits alimentaires (de base) ou en biens d'équipement. Le déficit est flagrant et persistant, ce qui fait du pays l'un des premiers importateurs de produits alimentaires de base (céréales, lait,...). L'ensemble de ces facteurs a, ou peut avoir, une influence sur le système de distribution à court ou à long terme. Par ailleurs, l'organisation actuelle de la distribution en Algérie n'est que l'aboutissement des différentes politiques adoptées par le pays depuis l'indépendance.

Ce chapitre sera consacré à la présentation de la fonction de distribution en Algérie. Il est composé de trois sections. Dans la première, il sera fait une analyse du cadre général de la distribution en Algérie et l'influence qu'il a sur le secteur. Dans la seconde, il sera fait un rappel de la mise en place du circuit socialiste en Algérie. Dans la dernière section, seront analysées les causes de l'échec du circuit socialiste, la libéralisation du secteur ainsi que son organisation depuis.

1. CADRE GENERAL DE LA DISTRIBUTION EN ALGERIE

Il est nécessaire de connaître les caractéristiques de l'environnement de la distribution qui peuvent avoir une influence sur cette fonction ainsi que des changements qui y surviennent. Cette première section présente l'environnement de la distribution en Algérie, nous y examinerons le cadre naturel (l'espace géographique et le climat) ; la population et les tendances de sa croissance et enfin la production agricole. Quand à la réglementation et à son évolution, elle sera analysée dans les deuxième et troisième sections.

1.1. L'ESPACE NATUREL

L'Algérie est un vaste pays d'une superficie de 2 381 741 de km², riverain de la Méditerranée et occupant une place centrale au Maghreb. Le pays borde la Méditerranée au

¹ www.ons.dz.

nord sur 1280 km, alors que la distance séparant son nord de son sud est de plus de 2000 km. L'espace y est contrasté, avec trois blocs naturels de différents climats et compositions physiques. Le territoire recèle des ressources naturelles intéressantes mais aussi des contraintes souvent difficiles à surmonter. Cette première sous-section présente les caractéristiques du territoire, en mettant l'accent sur ses atouts et ses contraintes par rapport à l'activité de distribution.

1.1.1. Les caractéristiques physiques et climatiques

Le territoire algérien est composé de trois grands blocs naturels qui présentent chacun des caractéristiques bien distinctes : le Nord (le Tell), les Hauts-Plateaux et le Sud.

Le Nord (Tell)

Le Tell représente 7 % du territoire algérien, large de 80 à 190 km et long de 1200 km. Ce relief est composé en grande partie de montagnes (Ouarsenis, Chenoua, Djurdjura, Babors et Bibans...). Le mont Lala Khedidja, dans le Djurdjura, en est le point culminant car il s'élève à 2 308 mètres d'altitude. Les plaines du Tell abritent avec les vallées voisines la grande majorité des terres fertiles : les plaines littorales étroites (Annaba, la Mitidja) et les plaines du bassin intérieur à l'ouest (Tlemcen, Sidi Bel Abbes, Chlef, Mascara). Le climat au nord de l'Algérie est méditerranéen donc tempéré, hiver froid, été chaud et sec. Les températures hivernales varient entre 8°C et 15°C ; elles grimpent à 25°C en mai pour atteindre une moyenne de 28°C à 30°C en juillet et août, parfois elles dépassent les 30°C. L'étude physico-chimique de la qualité des sols au nord montre que ceux-ci sont plus adaptés aux cultures intensives irriguées¹: maraîchage intensive, cultures industrielles, fourrages irrigués pour l'élevage bovin laitier en intensif et des cultures arboricoles essentiellement des agrumes et arbres à pépins.

Les Hauts- Plateaux

Les Hauts-Plateaux sont la région intermédiaire entre le nord et le sud, ils représentent 9 % du territoire national et sont composés de reliefs hauts et plats comme leur nom l'indique. Leur altitude est variable de 800 et 1100 m. Le climat y est semi-aride (continental), chaud et sec en été avec des températures allant de 35 ° à 40° C, très froid en hiver avec des températures de 5° à -7°C. Cette région est aussi caractérisée par un vent très fort et de la grêle, qui ne sont pas sans conséquences sur l'environnement et la végétation. Les sols y sont fragiles et peu profonds (10 à 30 cm), cette fragilité est aggravée par la désertification, ce qui rend les terres peu favorables à l'agriculture, et fait que les cultures qui y sont effectuées sont faites à sec (céréales, légumes secs et fourrages).

Le Sud

La partie saharienne qui couvre 4/5 de la superficie du pays (quelques 2 millions de km²) est constituée principalement de regs (désert de pierres), d'ergs (désert de dunes), d'oasis et de massif montagneux. Elle est limitée au nord par l'Atlas saharien. Plus au sud, au cœur du Sahara, le massif du Hoggar, dont le point culminant est le plus haut sommet de l'Algérie avec 3 000 mètres au mont Tahat, est constitué de roches volcaniques formant des pics, des aiguilles volcaniques et de hauts plateaux désertiques. À l'est du Hoggar, le Tassili n'Ajjer, haut plateau aride perché à plus de 1 000 mètres d'altitude, dresse des formations rocheuses fortement érodées. En hiver les températures affichent 15 à 28°C alors qu'en été elles atteignent 40 à 45°C, voire plus. Malgré son hostilité, cette région recèle des ressources naturelles indéniables : pétrolières, gaz, divers minerais,

¹ Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement : Projet SNAT 2025 (Diagnostic territorial), document de synthèse, 2004, p.19.

importante nappe phréatique¹ mais aussi d'autres potentialités qui restent à exploiter : notamment le tourisme et l'énergie solaire.

Tableau III.1 : Pluviométrie moyenne annuelle en Algérie (en mm)

Zones	Sous zones		
	Ouest	Centre	Est
Littoral	400	700	900
Atlas tellien	600	700 – 1000	800 - 1600
Hautes-plaines	250	250	400

Source : Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement (MATE)

La présentation des ressources naturelles d'un territoire donné ne peut être complète sans celle des ressources hydriques, indispensables à la vie humaine et à l'activité économique.

1.1.2. Les ressources hydriques en Algérie

L'eau est la source de la vie sur la terre ; c'est un facteur déterminant de la concentration des populations et de l'activité économique. C'est, également un des enjeux majeurs du XXI^e siècle. Une grande partie de l'humanité en est privée, spécialement dans les pays en développement (en Afrique, au Moyen-Orient, une partie de l'Asie). En Algérie, la situation présente et à venir n'est pas rassurante. Faisons-en un diagnostic ci-après.

Le diagnostic global annoncé en matière de ressources hydriques en Algérie actuellement est critique, et la situation risque de s'aggraver au cours des prochaines décennies (2025)². Cette situation alarmante s'explique par plusieurs facteurs : l'aridité du climat sur la majeure partie du territoire accentuée par le réchauffement climatique ; la sécheresse qu'a connu le pays ces dernières décennies, ce qui a conduit à la baisse du niveau général des eaux superficielles ; la croissance de la demande consécutive à la croissance démographique, la croissance de la population urbaine, les pertes et la gestion irrationnelle... L'enjeu est de taille : répondre à une demande croissante, avec des ressources irrégulières qui s'amenuisent. Les ressources hydriques sont, en Algérie, l'une des entraves majeures à la croissance de la production agricole. L'eau est mise en concurrence entre le secteur agricole et l'approvisionnement en eau potable (AEP). Les ressources sont réparties de manière déséquilibrée entre les régions : le Tell à lui seul reçoit 90 % des eaux superficielles, et 80 % des versements sont reçus par la région nord centre-est.

Tableau III.2 : Stock d'eau disponible en Algérie par régions (milliard m³)

Zones	Ecoulements superficiels	Nappes souterraines	Total
Tell	11,1	1,8	12,9
Hauts- Plateaux	0,7	/	0,7
Sud	0,6	5	5,6
Total	12,4	6,8	19,2

Source : données du Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement, dans le rapport: Projet SNAT 2025 (Bilan sectoriel et spatial), mission1, rapport 1, Juillet 2004, pp. 28-29.

¹ Les nappes phréatiques sont évaluées au sud du pays à 5 milliards M³ soit, 73 % des ressources souterraines en Algérie (Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement, 2004).

² Remini B. : La problématique de l'eau en Algérie du Nord, Département des Sciences de l'eau et de l'environnement, Faculté des sciences de l'ingénieur, université Saad Dahlab - Blida, Larhyss Journal, ISSN 1112-3680, n° 08, Juin 2010, pp. 27-46.

Le sud regorge d'importantes réserves souterraines, évaluées à 5 milliards de m³, stock qui devra être géré de manière rationnelle, durable et prévoyante, car non renouvelable.

« Les auteurs s'accordent à penser que l'eau sera un problème majeur en Algérie entre 2010 et 2025 selon les uns, dans vingt ans (2025) selon les autres, quand il n'est perçu, déjà, comme tel en raison d'une dotation en eau par habitant inférieure aux besoins jugés nécessaires pour la consommation, l'hygiène et la prévention des maladies, en particulier en zones rurales et urbaines à forte concentration humaine, en raison encore d'une qualité de l'eau distribuée généralement inférieure aux normes acceptables, en raison encore de l'épuisement rapide de la ressource en eau douce avec ses conséquences sociales sur son coût et la santé publique ».

Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement: Projet SNAT 2025 : Bilan sectoriel et spatial, Juillet, 2004, p. 46

Tableau III.3 : Evolution (dégradation) de la disponibilité en eau par habitant en Algérie

Année	1966	1977	1987	1998	2020
Disponibilité en eau /par habitant en Algérie	1597 m ³ /hab.	1132 m ³ /hab.	833 m ³ /hab.	659 m ³ /hab.	473 m ³ /hab.

Source : données du Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement, Projet SNAT 2025 : Bilan sectoriel et spatial, Juillet 2004.

Face à une croissance de la demande consécutive à la croissance démographique, et l'accélération de l'urbanisation, d'une part et face à une offre limitée, menacée et mal gérée de l'autre, la conséquence est attendue, une réduction notable des disponibilités en eau par habitant. Pour faire face à la crise, des mesures ont été prises pour une meilleure mobilisation et une meilleure gestion des ressources conventionnelles (eaux superficielles et eaux souterraines) mais aussi des ressources non-conventionnelles (dessalement de l'eau de mer et épuration des eaux usées), qui représentent à long terme un stock non négligeable. Le dessalement de l'eau de mer est opérationnel, quand à l'épuration des eaux usées, malgré l'existence de stations à cet effet, elle n'est toujours pas pratiquée, faute de maîtrise des procédés d'épuration.

Dans l'état actuel des choses, une gestion rationnelle et durable des ressources hydriques en Algérie est plus qu'impérative et une participation de tous les acteurs y compris la population est plus que nécessaire.

1.1.3. Atouts et contraintes de l'espace naturel algérien

L'espace algérien est un espace contrasté sur plusieurs plans ; il offre de nombreux atouts mais impose aussi de nombreuses contraintes.

Les atouts

Le territoire jouit de plusieurs atouts qui lui confèrent d'importants avantages. Il y a, d'abord, sa situation géographique au nord-ouest de l'Afrique du Nord, au centre du Maghreb qui pourrait l'avantager si les relations intermaghrébines étaient plus prospères. Ensuite, il ya la proximité avec l'Union Européenne, premier client et premier fournisseur¹ du pays. La longueur des côtes sur 1280 km est un autre atout et ce n'est pas pour rien que le transport maritime assure 95 % du commerce extérieur par le biais d'une dizaine de ports de commerce. Le littoral est, également, une énorme potentialité pour le tourisme et la pêche qui pour l'heure ne sont pas pleinement exploitées.

¹ www.mincommerce.gov.dz.

Les contraintes

L'espace algérien présente quelques difficultés dont certaines entravent directement l'activité de distribution. Certes, ces difficultés ne sont pas des fatalités, mais dans l'état actuel des choses, elles sont pesantes. En premier, l'étendue du territoire pose problème parfois. Il est très coûteux d'approvisionner des populations dispersées sur de grandes étendues alors que la production est essentiellement concentrée sur la bande littorale. En matière de distribution, la distance est un coût. Une grande distance implique plus de moyens techniques (transport, stockage, manutention s'il y a lieu et autres), nécessite, impérativement une fluidité dans la circulation de l'information mais aussi le recours à plusieurs intermédiaires, donc un circuit plus long. Outre la distance, il y a aussi le climat qui est chaud d'une manière générale sur une grande partie du territoire et pour une longue période de l'année. Pour la distribution, cela suppose la disponibilité de moyens de transport-stockage adaptés à différents échelons de la chaîne alimentaire. Au-dessus de toutes ces contraintes nous mettons celle de la rareté de l'eau. Les ressources hydriques limitées sont l'un des inconvénients majeurs à la croissance de la production agricole et donc à la disponibilité des produits.

1.2. LA POPULATION

La distribution n'a pas lieu d'exister d'elle-même, sans les fonctions de production et de consommation elle n'aurait aucune utilité. Les changements qui surviennent au niveau de la demande doivent être nécessairement pris en considération en aval de la chaîne, la distribution étant le maillon-relais transmetteur d'informations le long de la chaîne alimentaire. La croissance démographique et la croissance urbaine (tendance mondiale rappelons-le) sont deux facteurs essentiels qui influent sur l'organisation de cette activité. Cette sous-section du travail va retracer les tendances d'évolution de la population en Algérie depuis l'indépendance.

1.2.1. Croissance démographique

La population algérienne a connu une importante croissance démographique depuis l'indépendance. Elle est passée de 10 millions d'habitants en 1962 à 36,3 millions au 1^{er} Janvier 2011¹, faisant plus que tripler en moins d'un demi-siècle.

« Pour des raisons historiques, liées notamment aux pertes humaines de la guerre pour l'indépendance et celles du développement économique projeté dans le cadre de l'industrialisation du pays, les pouvoirs publics ont évité une politique antinataliste qui aurait affecté la reconstitution des familles durement éprouvées »².

Entre 1962 et 1984 la population a connu une croissance explosive avec un taux de 3,2 %, mais depuis, ce taux ne cesse de baisser et il semble que l'Algérie soit entrée dans une transition démographique, puisque la tendance baissière est maintenue.

Tableau III.4 : Moyenne du taux d'accroissement décennal de la population algérienne

Périodes	1966- 1977	1977-1987	1987-1998	2001-2010
Taux d'accroissement	3,2 %	3,01 %	2,15 %	1,65 %*

Source : SNAT 2005 p. 240 et rapport du CNES sur le développement humain en Algérie 2006, p. 21.

*calculé par nous-mêmes.

¹ www.ons.dz

² Conseil National Economique et Social : Rapport national sur le développement humain, Algérie 2006, réalisé en coopération avec le Programme national des Nations Unies pour le Développement (PNUD), 2007, p.21.

Malgré cette tendance décennale à la baisse du taux d'accroissement moyen de la population algérienne, celui-ci semble reprendre durant la décennie 2000.

Tableau III.5 : Evolution du taux d'accroissement naturel de la population en Algérie (en %)

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Taux d'accroissement	1,55	1,53	1,58	1,63	1,69	1,78	1,86	1,92	1,96	2,03

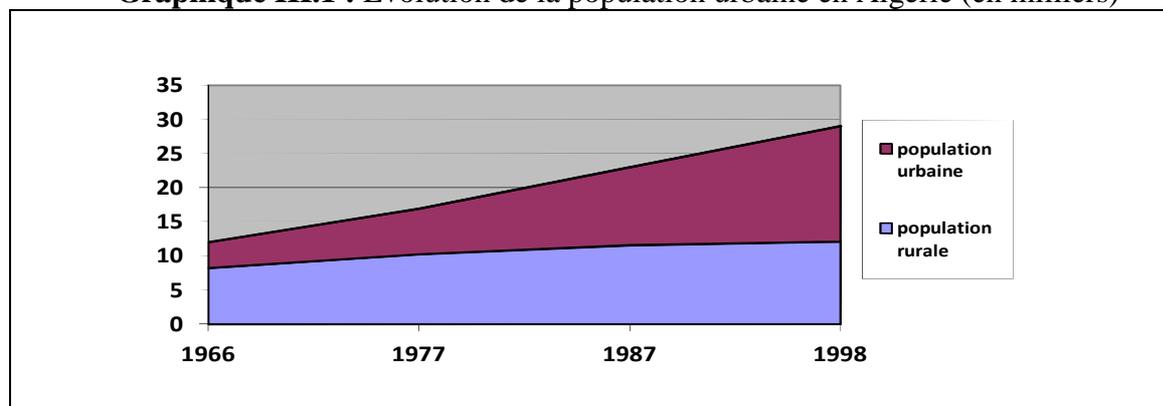
Source : CNES: Rapport national sur le développement humain, Algérie 2006, réalisé en coopération avec le PNUD, 2007, p. 21 (de 2001 à 2005), et données de l'ONS pour le reste.

Il faut noter que la croissance démographique par région est très inégale et présente des écarts importants. Les wilayas du sud et des hauts- plateaux enregistrent jusqu'à présent un fort taux de croissance comparativement au nord, qui peut dépasser le double de la moyenne nationale dans certaines d'entre elle.

1.2.2. Croissance de la population urbaine en Algérie

A l'indépendance, la population algérienne est majoritairement rurale, un tiers seulement habite dans les villes, mais depuis la population citadine, n'a cessé de croître pour dépasser de loin la moitié des algériens en 1998 (58,3 %)¹. Aussi bien la population urbaine que rurale connaissent un mouvement ascendant, mais, la croissance de la population urbaine l'emporte nettement et le mouvement se prolonge dans le temps. Cette population est estimée en 2009 à plus de 65 % de la population totale².

Graphique III.1 : Evolution de la population urbaine en Algérie (en milliers)



Source : données du MATE. Projet SNAT 2025 : Bilan sectoriel et spatial : juillet 2004, p. 339.

Les conséquences d'une telle situation sont néfastes sur les villes, certaines grandes agglomérations sont d'ailleurs dépassées par la situation et ses conséquences socio-économiques. Une forte pression est exercée sur elles pour les services de santé, d'éducation, de logements, de loisirs... parallèlement, la désertion des zones rurales (et en général des zones périphériques) les engage de moins en moins dans la contribution à la création de richesses à l'échelle nationale. Une pression est exercée sur le nord comparativement au reste du pays, et aussi sur les zones urbaines comparativement aux autres, comme suit³ :

¹ ONS cité par le Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement dans : Projet SNAT 2025 (Bilan sectoriel et spatial), 2004, p.09.

² Population urbaine en Algérie, donnée du site Perspective Monde, Université de Sherbrook, Canada. www.perspective.usherbrooke.ca.

³ Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement : Projet SNAT 2025 : Bilan sectoriel et spatial, Juillet 2004, p.08.

- Les régions Nord, abritant 66,1 % de la population qui se concentre sur à peine 4 % du territoire, dont 40 % est répartie sur le littoral représentant seulement 1,9 % du pays.
- 25 % de la population se localisent dans les Hauts-Plateaux, soit sur 9 % du pays,
- et 9 % de la population est dispersée sur les 87 % du territoire dans sa partie Sud.

Pour assurer un certain équilibre régional, des programmes publics sont établis. Pour le secteur agricole, il s'agit du Programme National de Développement Agricole (PNDA), par la suite, un deuxième visant à renforcer le premier est mis en place, il s'agit du Projet de Proximité de Développement Rural Intégré (PPDRI). En matière de rééquilibrage territorial, un schéma national d'aménagement du territoire est élaboré, le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT 2025), projet qui date des années 80 mais non réalisé faute de moyens financiers (il était appelé alors SNAT 2000).

Concernant les effets de la croissance démographique et de la croissance urbaine sur le système de distribution, nous ne pouvons que prendre acte du fait qu'un appareil de distribution traditionnel ne peut convenir à l'ère d'une consommation de masse. Une profonde refonte du système s'impose.

La distribution est le maillon qui met en relation la fonction de production avec la fonction de consommation ; et c'est pourquoi le système de distribution doit se mettre au niveau de celui de la production. A une production de masse, ne peut correspondre qu'une distribution de masse, en cas de surproduction. A l'inverse, dans une économie de pénurie, une distribution inefficace peut aggraver davantage la situation. Analysons le cas de l'Algérie.

1.3. LA PRODUCTION AGRICOLE

Jusqu'à l'indépendance, l'activité dominante en Algérie a été l'agriculture ; deux secteurs coexistaient, l'agriculture traditionnelle et l'agriculture moderne. En 1962, la balance agricole du pays était excédentaire¹ : 15 à 20 millions de quintaux de céréales, 6 millions de quintaux de produits maraichers, 12 millions d'hectolitres de vin, 4 millions de quintaux d'agrumes... assuraient au pays une balance agro-alimentaire excédentaire et les importations étaient largement couvertes par les exportations. Aujourd'hui, la situation s'est complètement renversée, le pays est classé parmi les premiers importateurs au monde de céréales et de lait et bien d'autres produits. D'une manière générale, les exportations agricoles sont insignifiantes devant le volume des importations depuis des décennies. Examinons la situation.

1.3.1. Evolution de la balance alimentaire en Algérie

L'analyse de la tendance de la balance alimentaire depuis l'indépendance permet de faire le constat suivant² : une tendance à la hausse des importations en volume et en valeur des principaux produits alimentaires de bas et un déficit chronique de cette balance. Prenons, pour l'exemple, le cas du blé.

Les céréales, au sein desquelles domine le blé, constituent la base de la consommation alimentaire de l'algérien. En 2003, ces produits assurent 54 % des apports énergétiques et 62

¹ Bourenane N. : Agriculture et alimentation en Algérie (Entre les contraintes historiques et les perspectives futures), CREAD, Alger, Publications CIHEAM « Options Méditerranéennes », série A/ N°21, 1991, p. 147.

² <http://faostat.fao.org/site/291/default.aspx>: Site de données de l'Organisation des Nations-Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture.

% des apports protéiques journaliers et le blé représentait 88 % des céréales consommées¹. Pour la même année, le pays est classé au premier rang mondial pour la consommation de blé per capita, avec plus de 200 kg/tête². Face à la situation la production stagne, pire encore, elle est irrégulière et peut doubler ou diminuer de moitié d'une année à l'autre.

Tableau III.6 : Production de blé en volume et en valeur par année en Algérie

Année	1962	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2009
Volume (million de qx)	15,0	13,2	14,3	18,4	15,1	14,7	7,5	14,99	7,6	24,1	29,5
Valeur (millions \$)	213,7	183,8	200,1	262,8	214,5	198,3	74,3	205,7	88,48	329,1	437,8

Source : FAOSTAT.

Les rendements céréaliers moyens sont particulièrement faibles, ils se situent entre 6,5 à 9,4 q/ha pour le blé entre 1967 et 1999³ alors que le rendement mondial moyen en 2000 est de 2 tonnes par hectare⁴, mais surtout ils ne s'améliorent pas en dépit de tous les efforts et réformes entrepris pour les accroître depuis l'indépendance. Cela est dû à plusieurs facteurs qui seront présentés ultérieurement. Ainsi, face à une population et une demande de blé croissante, la production nationale semble loin de pouvoir y répondre, ce qui explique l'accroissement spectaculaire des importations alimentaires ces dernières années (décennie 2000).

Tableau III.7 : Importations de blé en valeur et en volume par année en Algérie

Année	1962	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2008
Volume (million de qx)	4,1	2,5	3,2	13,2	16,9	30,2	26,11	35	53,6	56,8	69,1
Valeur (millions \$)	29	20,4	25	315	402	543	422	729	804	1031	3055

Source : FAOSTAT.

Les importations de blé ont connue une croissance continue depuis l'indépendance. Jusqu'en 1970, la production nationale couvrait plus de la moitié de la demande interne, mais, la stagnation de la production et la croissance de la demande, ont fouetté les importations. En 2008, le volume des importations est plus du double de la production locale, autrement dit, près de 70 % de la consommation nationale est couverte par les importations. En valeur, cela représente 3 milliards de dollars. La dépendance alimentaire est forte et rien n'indique un renversement de tendance.

La situation est similaire pour les autres produits alimentaires de base⁵. La couverture est plus satisfaisante pour les produits maraîchers dont le rendement est plus important.

Globalement, la balance agro-alimentaire est déficitaire, les exportations sont insignifiantes et les importations augmentent sans cesse. Les exportations concernent quelques produits traditionnels de l'Algérie et quelques produits agro-alimentaires : dattes, vins, caroubes, eaux minérales, huiles, câpres..., Elles se chiffrent en milliers de dollars. Pour, les produits de base (céréales, lait, viandes,...), le pays est importateur net.

¹ Padilla et Oberti (2000), cités par Bencharif A. et Rastoin J. L., dans : Concepts et méthodes de l'analyse des filières agro-alimentaires : Application par la chaîne globale de valeur au cas des blés en Algérie, CIHEAM-IAMM, Montpellier SupAgro, UMR MOISA, Working paper N°7, 2007, p. 09.

² Idem.

³ CNES/Commission perspectives économiques de développement économique et social : Problématique de développement agricole : Eléments pour un débat national, 14^{ème} Session plénière, Novembre 1999, p. 43.

⁴ CNUCED : <http://www.unctad.org/infocomm/francais/ble/culture.htm#rendements>.

⁵ Données de l'ONS, CNES, FAOSTAT, CIHEAM, ...

1.3.2. La dépendance alimentaire de l'Algérie : Les causes

La dépendance alimentaire de l'Algérie s'affirme d'année en année. Cette situation dramatique s'explique par le jeu de plusieurs facteurs : naturels, humains et politiques.

Les **facteurs naturels** : La Surface Agricole Utile (SAU) ne représente que 3 % du territoire, et la SAU/habitant va décroissante ; les précipitations sont rares, irrégulières et mal réparties dans l'espace. Par ailleurs, les surfaces irriguées ne représentent que 3 % des la SAU, l'érosion est forte, la désertification progresse et l'urbanisation galope.

Les **facteurs humaines** : exode rural et amenuisement de la main-d'œuvre agricole, vieillissement de la population agricole ; faible qualification de la main-d'œuvre agricole.

Les **facteurs de politique publique** : marquée spécialement par la période de l'économie socialiste où l'agriculture était placée au second rang dans la stratégie de développement du pays. Depuis la réforme de la fin des années 80, le secteur retrouve une certaine liberté dans son action, mais ce n'est pas pour autant que le secteur ait pris son essor.

Quant à l'industrie agro-alimentaire, son développement est sensé être tiré par la croissance démographique, spécialement par la croissance de la population urbaine, mais la faiblesse de la production agricole ne peut pas assurer son approvisionnement en matières premières, ce qui fait que l'industrie agroalimentaire est dépendante à son tour de l'approvisionnement extérieur.

L'analyse de la production alimentaire en Algérie montre que la pénurie en est le trait général. Face à une demande croissante, la production ne suit pas. Un tel marasme se répercute systématiquement sur l'activité de distribution or à défaut d'un système efficace de distribution, la situation risque de s'aggraver et de porter préjudice aussi bien aux producteurs qu'aux consommateurs.

L'environnement général de la distribution en Algérie va lui poser dans une échéance proche, plusieurs défis. L'espace, d'une grande richesse, impose par sa grande superficie et son climat chaud sur la majeure partie du pays, une organisation à la mesure de son envergure (nécessité d'intervention de nombreux acteurs dans les chaînes alimentaires, nécessité d'organiser les acteurs), et une prise en charge de ses effets climatiques (températures, humidité) sur la production alimentaire tout au long de la chaîne alimentaire, pour limiter les pertes. La croissance démographique, nécessite une adaptation des formules de vente. En matière de production, l'amont du secteur de distribution reste faible et il ne satisfait pas la demande, chose qui peut être à l'origine de perturbations des marchés, en matière de disponibilité des produits mais aussi de prix. Ceci donne aux pouvoirs publics un rôle important dans l'organisation de l'activité (application de la réglementation, création de marchés de gros, de détail,...).

Après une présentation de l'environnement de la distribution en Algérie, il est nécessaire d'analyser l'organisation de cette activité. Ci-après est décrite l'organisation générale de la distribution en Algérie depuis l'indépendance jusqu'à 1990.

2. MISE EN PLACE DU CIRCUIT SOCIALISTE EN ALGERIE

L'organisation actuelle de la distribution en Algérie est l'aboutissement de son organisation précédente qu'il est utile de présenter ici. Jusqu'à la fin des années 80, l'Algérie, avait opté pour le socialisme et tous les rouages de l'économie en découlèrent. Comme tous les autres secteurs de l'économie, le secteur du commerce a été nationalisé. Cette section sera

une description de l'organisation de la distribution en Algérie durant la phase de l'économie socialiste. Deux points seront traités, la mise en place du circuit socialiste (circuit public) et la distribution de quelques produits alimentaires de base.

2.1. PROCESSUS DE NATIONALISATION DE LA DISTRIBUTION

Le processus de nationalisation de l'économie a été entamé dès l'indépendance. Cependant, à partir de 1970 le monopole de l'Etat sur l'activité économique est instauré et l'initiative privée limitée. Cette situation va prévaloir jusqu'au début des réformes vers la fin des années 80. La nationalisation de la distribution au lendemain de l'indépendance répond en premier au choix de la politique économique, mais elle se veut aussi le moyen de répondre à la demande sur l'ensemble du territoire national. Un certain nombre d'actions ont été mises en œuvre : nationalisation du commerce extérieur, nationalisation du commerce de gros et partiellement de la fonction de détail et gestion administrative des prix et des marges commerciales.

2.1.1. La nationalisation du commerce extérieur

La nationalisation du commerce extérieur a été entamée dès les premières années de l'indépendance mais elle s'est faite progressivement pour aboutir à un monopole total de l'Etat en 1978. On peut distinguer entre deux phases d'évolution du commerce extérieur durant cette période : la première phase où malgré l'intervention de l'Etat, l'action privée a été admise et la phase du monopole de l'Etat sur l'ensemble des opérations avec l'extérieur.

Première phase : prémisses du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur (1962-1970)

Cette phase a été celle des premières politiques et des plans d'urgence. L'Office national de commercialisation (ONACO) a été créé en 1963 pour s'occuper des opérations d'import-export en produits de première nécessité (céréales, lait, sucre, café,...). En 1964, des groupements d'achats spécialisés ont été mis en place, formés de sociétés à capitaux majoritairement public et réunissant Etat et importateurs privés. Ces groupements sont spécialisés dans les branches suivantes : bois et dérivés, textile artificiel et coton, lait et dérivés, cuirs et peaux et autres textiles. Ils détiennent le monopole d'importation et se chargent d'élaborer les programmes d'importation puis de les répartir entre leurs membres, mais ils fonctionnent selon les règles du marché. Cependant, avec la recrudescence des nationalisations à partir de 1965, des conflits apparaissent entre les objectifs des opérateurs publics (sociétés nationales) et ceux des agents privés (importateurs), ce qui va amener l'Etat à octroyer le monopole du commerce extérieur aux sociétés nationales à partir de 1971. Un contrôle des changes a été instauré dès 1963, une administration du taux de change du dinar mise en place progressivement entre 1968 et 1973 mais aussi l'instauration des barrières tarifaires. L'ensemble de ces mesures vise à contrôler le mouvement des capitaux et à protéger la production nationale.

Deuxième phase : Le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur (1978-1991)

Pour remédier à l'opposition entre le secteur public naissant et le secteur privé préexistant en matière de commerce extérieur, les pouvoirs publics décident d'attribuer le monopole de celui-ci aux entreprises nationales à partir de Juillet 1971. Cependant, le manque d'expérience de ces sociétés et l'absence de coordination entre elles et entre elles et leurs tutelles, a posé des problèmes dans la régularité des approvisionnements ainsi que dans la qualité des services fournis. Pour y remédier, il a été procédé en 1973 à la centralisation de l'action d'import, par l'instauration du programme général d'importation (PGI). Ce

programme était élaboré annuellement par le gouvernement, il contenait la liste des produits à importer pour l'année ainsi que le budget-devises lui correspondant. Mais, en 1978, la loi 78-02, instaure un monopole total de l'Etat sur le commerce extérieur :

« *L'importation et l'exportation des biens, fournitures et services de toute nature sont du ressort exclusif de l'Etat...les contrats et marchés d'importations ou d'exportation ne peuvent être conclus que par l'Etat ou par un organisme d'Etat...* »¹.

Cette loi interdit le recours à des intermédiaires, autrement dit, les entreprises nationales doivent traiter directement avec les producteurs étrangers. En matière d'export, les producteurs nationaux devait passer par le monopole, ce qui n'était guère encourageant pour l'activité, vue la lourdeur des opérateurs publics.

2.1.2. La création des offices nationaux et la nationalisation de la fonction de gros

Afin d'assurer l'approvisionnement des populations en divers produits, plusieurs offices nationaux spécialisés ont été créés depuis la fin des années 1960 ; ONACO², OAIC, ONALAIT, OFLA, ONAPO, ONAB et ONCV. Présentons-les succinctement.

ONACO

L'ONACO (office national de commercialisation) a été créé en 1963 avec pour mission d'assurer l'approvisionnement des populations en produits exotiques, tels que sucre, café, thé,... à des prix subventionnés. Il est doté du monopole pour les produits importés. Certains de ces produits font l'objet de conditionnement et/ ou transformations au niveau de ses unités. Après la nationalisation de la fonction de gros en 1971, il se charge de remplir cette fonction complètement. Dans les années 1980 cet office a été restructuré en deux entreprises: l'entreprise nationale des produits alimentaires (ENAPAL), spécialisée dans l'importation et l'entreprise de distribution des produits alimentaires (EDIPAL) spécialisée dans le commerce domestique de gros.

OAIC

L'Office algérien interprofessionnel de céréales et dérivés est chargé de la collecte et de la distribution de toute la production de céréales et légumes secs des secteurs public et privé. Les céréales importées passent aussi par cet office avant d'arriver à l'agriculteur ou à l'agro-industrie. Les céréales (et légumes secs) étant des produits de première nécessité, le monopole de l'Etat quant à leur distribution et fixation des prix a été total. A coté de ce marché officiel, un marché parallèle cependant existait, alimenté par des exploitations privées.

ONALAIT

L'Office national du lait est chargé à partir de 1969 de la commercialisation du lait et de ses dérivés, ainsi que de la collecte de la production nationale et de l'importation. Cependant, si l'office contrôle les gros marchés, les petits producteurs lui échappent, leur commercialisation étant assurée par des agents privés.

OFLA

L'Office des fruits et légumes d'Algérie est chargé de la commercialisation interne et de l'exportation des fruits et légumes à partir de 1969. Mais, cet office a subi une restructuration à partir de 1974, pour une meilleure organisation de la commercialisation des fruits et légumes. A côté du circuit officiel, le circuit informel privé restait actif.

ONAPO

¹ J.O.R.A : du N°1 (3 janvier 1978) au N° 23 (5 juin 1979) :

<http://aan.mmsh.univ-aix.fr/volumes/1978/1978/rubrique-legislative-Algerie.pdf>

² L'ONACO fait exception puisqu'il s'agit du premier office de commercialisation national créé en Algérie en 1963.

L'office national algérien de la production oléicole a été créé en 1969. Cet office était chargé de : l'orientation et contrôle de la production et du conditionnement des olives de conserve et des huiles d'olives ; le regroupement en son sein de toutes les huileries et confiseries déclarées biens de l'Etat ; la création et gestion directe d'autres unités oléicoles ; l'encouragement de la modernisation de la production nationale ; organisation en amont de la filière (création de vergers pilotes par exemple).

ONAB

L'office national des aliments de bétail, créé en 1969 avait pour missions : la fabrication des aliments de bétail ; la régulation des marchés des viandes rouges et le développement de l'élevage avicole. Cet office, subira au cours des années 1980 une restructuration et une décentralisation de ses services, ainsi que la création de nouvelles structures d'appui à la production, comme suit : l'activité aliments a été maintenue au niveau de l'ONAB ; l'activité avicole a été restructurée en trois offices régionaux : l'ORAC (centre), l'ORAVIO (ouest) et l'ORAVIE (est) ; l'activité de viande rouge a été également répartie entre trois offices régionaux de viande : l'ORVIC (centre), l'ORVE (est) et l'ORVO (ouest).

ONCV

Créé en 1972, l'ONCV (l'office national de commercialisation du vin) monopolise l'ensemble de la distribution aussi bien sur le marché extérieur que sur le marché intérieur où subsistaient encore des négociants privés.

Les offices nationaux assuraient les approvisionnements internes et externes de la population mais le contrôle interne a été théorique, car le circuit privé continuait à être actif aussi bien au niveau du gros que du détail.

2.1.3. La fonction de détail

La nationalisation de la fonction de détail n'a été que partielle et le commerce privé avait été admis à côté du commerce de détail public. Ce dernier avait pour objectif de tirer avantage de la concurrence et de faire des détaillants publics des magasins témoins en matière de niveau des prix. Deux types de magasins publics ont été mis en place dans les années 1970 : les SNGA¹ (ou Galeries) et les ASWAK. Les galeries sont pour la plupart de grands magasins français délaissés par leurs propriétaires à l'indépendance (Galeries de France, Monoprix, Bon Marché). Les SNGA présentent de nombreux avantages par rapport aux magasins privés : les prix y sont relativement bas. Ces magasins disposaient aussi des produits importés, ce qui n'était pas toujours le cas chez le détaillant privé. Le second type de grands magasins est le Souk El Fellah (SEF) créé en 1976. Au départ ces magasins étaient confiés au ministère de l'agriculture et à différents offices et sociétés nationales sous tutelle, avant d'être pris en charge par le ministère du commerce. Les SEF présentent des avantages en matière de prix et de disponibilité des produits « recherchés » et/ ou importés ; bien que cette disponibilité n'était pas toujours assurée. Par la suite des aménagements ont été introduits à ces grands magasins, qui les transforment en entreprises régionales de distribution, appelées : entreprise de distribution de wilaya. A côté de ce secteur public, un secteur privé actif existe, représenté par les petits commerces familiaux de proximité. Le commerce non sédentaire (commerçants ambulants dans les marchés, foires, expositions) existait également.

¹ Société Nationale des Nouvelles Galeries Algériennes.

La nationalisation de la distribution durant la période de planification a donné lieu à une coexistence des deux circuits : public et privé. Malgré l'arsenal de contraintes imposées au secteur privé, celui-ci n'a jamais cessé de fonctionner.

2.1.4. Le système des prix

Le prix est la variable commune qui intéresse tous les acteurs de la chaîne de distribution : les producteurs, les distributeurs, les consommateurs et les pouvoirs publics. Dans une économie socialiste, comme ça été le cas de l'Algérie des années 70-80, c'est l'autorité centrale qui détermine le niveau des prix et non le marché. Le niveau des prix est fixé à différents niveaux administratifs : central, wilaya et local.

Niveau central : Différents départements participent à la détermination du niveau des prix applicable pour l'année : la présidence de la république et son secrétariat général ; le ministère du commerce, le ministère du travail (pour la prise en considération du niveau de vie et salaires) ; le ministère de l'industrie (pour la sauvegarde des prix des intrants industriels et des matières premières d'origine industrielle) et le ministère des hydrocarbures. La décision des prix applicables résulte d'une confrontation entre les différents intervenants. Le ministère le plus concerné par la question, à savoir celui de l'agriculture est absent.

Niveau wilaya : Les walis sont habilités par le principe de la décentralisation à apporter un certain nombre d'ajustements afin d'adapter les prix décidés au niveau central aux besoins et spécificités de leur wilaya.

Niveau local : Les CAPCS¹ qui interviennent au niveau local sont tenus de respecter les décisions prises à des niveaux supérieurs, mais peuvent à leur tour agir dans l'élaboration des prix, par un classement des produits agricoles par exemple.

On peut distinguer entre deux régimes de prix administrés. Le régime de la décennie 1970, jugé trop rigide, auquel sont apportés des aménagements au début des années 1980.

2.1.4.1. Régime des prix durant la période 1970-1980

Cette période a été caractérisée par une administration des prix. Les régimes de prix sont : les prix fixes, les prix spéciaux et les prix stabilisés.

Les prix fixes

Les prix fixes concernent certains produits de première nécessité. La fixité est assurée par la compensation de l'Etat et a pour objectif, de fournir des produits à des prix accessibles.

La réglementation assure la conformité des prix sur l'ensemble du territoire national.

L'évolution de ces prix est en principe strictement contrôlée par l'Etat.

Les prix spéciaux

Ces prix concernent spécialement les produits agricoles, leur application est limitée dans l'espace et dans le temps. On y recourt, par exemple, pour encourager certaines productions, telles les cultures industrielles (tomate). Les prix à la production sont fixés au dessus du coût de production.

Les prix stabilisés

Ces prix sont appliqués aux produits soumis à une forte variation saisonnières (les fruits et légumes). Ils visent à protéger les producteurs en période de forte récolte où les prix peuvent descendre en-dessous du coût de revient.

¹ Coopérative Agricole Polyvalente Communale de Services, structure publique décentralisée issus de la restructuration de la commercialisation des fruits et légumes en 1974, chargée de la distribution des fruits et légumes au niveau local.

La rigidité d'un tel système des prix dans le temps était telle que les prix sont restés fixes durant des années sans prendre en considération les changements survenus dans l'environnement économique national et international.

2.1.4.2. Régime des prix durant la période 1982-1989

A partir de 1982 des assouplissements sont apportés au système des prix. Les prix de certains produits alimentaires de base continuent à être fixés mais pour les autres la détermination des prix est décentralisée. Cette décentralisation a pour objectif la rentabilité des entreprises nationales. Durant cette période deux régimes de prix sont appliqués : les prix fixes et les prix surveillés.

Les prix fixes

Ce régime touche les produits de large consommation qu'ils soient produits localement ou importés. Ces prix sont fixés par l'autorité centrale.

Les prix surveillés

Les prix surveillés concernent les produits moins stratégiques ; ils sont déterminés au niveau de l'entreprise à partir des plans annuels ou pluriannuels de celle-ci, mais un contrôle est réalisé par l'autorité centrale. Sont soumis à surveillance, les produits qui ne sont pas de première nécessité mais aussi les produits de première nécessité qui connaîtront des relèvements lentement et progressivement.

C'est durant cette période que le commerce des fruits et légumes a été libéralisé et que les prix de ces produits ont connu une hausse. La rigidité de la politique des prix, comme le reste du circuit a été l'une des entraves à la croissance de la production nationale.

2.2. ORGANISATION DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

La nationalisation de la distribution a donné lieu au circuit public, mais le circuit privé est resté toujours actif, informellement. Analysons, ci-après la distribution publique de quelques produits alimentaires de base.

2.2.1. Les céréales

La commercialisation des céréales se faisait sous deux formes distinctes : les graines et les produits finis (farine, semoule). On peut distinguer entre deux phases de l'organisation de la distribution des céréales en Algérie, avant la réforme économique du début des années 1990¹ :

De 1964 à 1982, la distribution des céréales se faisait par deux organismes publics : l'OAIC et la SN SEMPAC (Société Nationale des Semouleries, Meuneries, Fabriques de Pâtes Alimentaires et Couscous).

L'OAIC, organisme public à caractère administratif et commercial, a exercé un monopole sur la collecte, le stockage, l'importation et la distribution des grains de céréales et de légumes secs, jusqu'à l'année 1995. L'office a constitué un important instrument de la politique céréalière, puisque son rôle essentiel était d'organiser et de réguler le marché national d'une part, et d'assurer la réception et le stockage des céréales et des légumes secs importés d'autre part. Pour remplir ses missions, l'OAIC s'appuyait sur un réseau comprenant

¹ Bencharif A. et Rastoin J. L. : Concepts et méthodes de l'analyse de filières agro-alimentaires : Application par la chaîne globale de valeur au cas des blés en Algérie, Unité Mixte de Recherche Marché, Organisation, Institutions, Stratégies d'Acteurs « MOISA », Working Paper N°07, 2007, p.13.

39 Coopératives de Céréales et de Légumes Secs (CCLS) regroupées en cinq Unions de Coopératives Agricoles (UCA).

La SN SEMPAC, a été créée en mars 1965, par un regroupement des unités de production qui avaient été nationalisées en mars 1964. Elle a été restructurée au cours de l'année 1983. Elle avait pour principales missions :

- d'exploiter et de gérer toutes les unités industrielles du secteur de la transformation de céréales ;
- de satisfaire les besoins de la consommation en dérivés de céréales et d'assurer les importations en produits finis ;
- de procéder à la construction, l'installation ou l'aménagement de tous moyens industriels nouveaux conformes à son objet ;
- d'assurer la distribution des produits finis sur l'ensemble du territoire national.

A partir de 1983, la SN SEMPAC a été restructurée en six entreprises : les ERIAD (5) et l'ENIAL. Les cinq entreprises des industries alimentaires céréalières et dérivés (ERIAD) ont été chargés de la transformation des céréales et de la distribution des produits finis. Elles sont implantées à Alger, Constantine, Sétif, Sidi-Bel Abbès et Tiaret. Les activités de développement de la branche des industries alimentaires et de régulation du marché par l'importation de semoules et de farines ont été confiées à l'entreprise Nationale de Développement des Industries Alimentaires : ENIAL.

2.2.2. Le lait

Avant la création de l'ONALAIT en 1969, le secteur laitier public était formé d'unités coopératives laitières suivantes :

- La coopérative laitière d'Oran (CLO), d'une capacité de 100 000 litres par jour ;
- Le COLAITAL de Birkhadem, sa capacité est de 40 000 litres par jour ;
- La coopérative laitière de Constantine, d'une capacité de production de 10 000 litres par jour.

Il existe, par ailleurs, des laiteries privées qui sont placées en 1969, sous la tutelle de l'ONALAIT qui possède le monopole de l'importation des produits laitiers et du ramassage du lait des exploitations du secteur d'Etat. Cet office continue tout de même de subir la concurrence de quelques laiteries privées qui organisent elles-mêmes le ramassage auprès des producteurs privés et qui distribuent le lait aux détaillants. Depuis la création de l'ONALAIT, l'activité laitière a connue une expansion tant en investissements qu'en volumes produits.

Tableau III.8 : Evolution des quantités de lait traitées et transformées par l'ONALAIT (quantités : litres)

Année	Lait en vrac importé	Lait recombinaison avec la poudre et la MGLA*	Lait ramassé localement	TOTAL
1969	10 626 000	0	29 066 000	39 682 000
1970	15 319 000	0	41 013 000	56 332 000
1971	23 303 000	0	34 252 000	57 555 000
1972	31 948 000	13 855 000	33 072 000	78 875 000
1973	35 994 000	78 836 000	32 612 000	147 442 000
1974	24 104 000	133 045 000	33 160 000	190 309 000
1975	14 330 000	164 552 000	39 801 000	218 683 000
1976	0	210 668 000	59 600 000	270 268 000
1977	0	235 440 000	63 000 000	298 440 000
1978	0	253 152 000	56 000 000	309 152 000

1979	0	286 035 000	48 400 000	334 435 000
1980	0	378 500 000	43 500 000	422 000 000

Source : Soukehal A. : Evolution de la production des importations et de la consommation en lait et produits laitiers en Algérie, Colloque CREA, p. 179, cité par : Arif S. E. et Zga K. dans : Industrie agro-alimentaire et dépendance envers les approvisionnements extérieurs : Le cas algérien (Stratégie de rupture : L'industrie oléicole), OPU-PUBLISUD, p. 80.

**Matière Grasse de Lait Anhydre* : Matière produite de crème laitière, conforme à la norme A68 de la Fédération Internationale de Laiterie.

Les quantités de lait importées augmentent sans cesse. A partir de 1976, les importations de lait en vrac sont remplacées par du lait en poudre, mieux conservable et plus pratique au transport. Le ramassage de la production nationale, malgré son évolution reste très loin de la satisfaction de la demande totale.

En 1983, il a été procédé à une restructuration de l'ONALAIT en trois offices régionaux : l'ORELAIT, L'ORLAC et l'OROLAIT. Ils sont chargés de la recombinaison du lait en poudre importé et de la mise en marché du lait et des produits dérivés. Les trois offices regroupent 17 unités de production, comme suit :

L'OROLAIT. Il compte 7 unités de production : Oran, Igli, Mascara, Mostaganem, Tiaret, Saida, Relizane, Tlemcen. Leur capacité de production est de 100 000 à 400 000 litres de lait/jour.

L'ORLAC. Il compte 5 unités de production : Birkhadem, Boudouaou, Draa Ben Khedda, Blida et les Arribs (Ain Defla). Leur capacité de production est de 250 000 à 500 000 litres/jour.

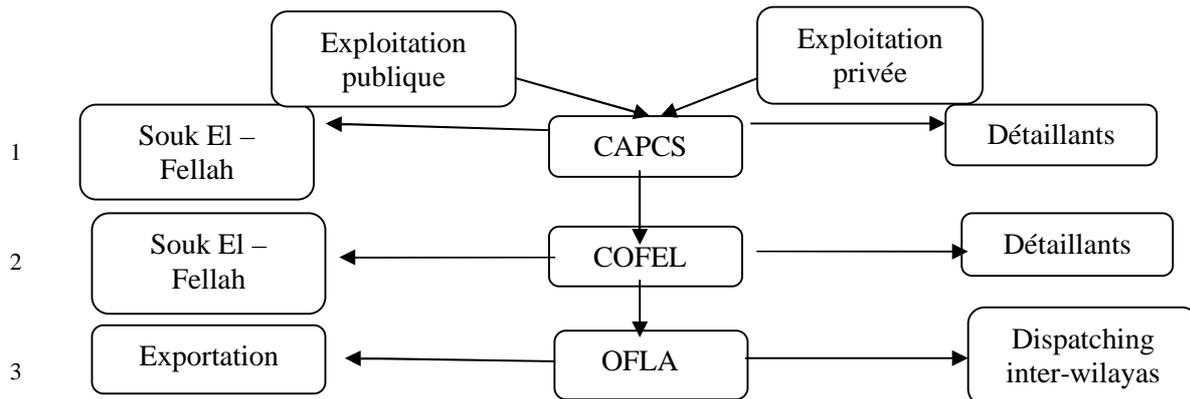
L'ORELAIT. Il compte 4 unités de production : Annaba, Constantine, Sétif et Batna. Leur capacité de production va de 200 000 à 350 000 litres/jour.

2.2.3. Les fruits et légumes

Avant 1962, le secteur privé prévalant, assurait la commercialisation de la production agricole. Entre 1963 et 1964, le secteur privé continue à assurer le commerce interne, alors que l'ONACO se charge de l'exportation des fruits et légumes du secteur étatique et le monopole d'importation de ces produits. Mais, le secteur privé reste dominant du fait de l'inefficacité de l'ONACO. Par la suite, le commerce des fruits et légumes est confié à un autre office, l'ONRA : office nationale de la révolution agraire. Ce nouvel office intervient à travers des CORE¹ et des CORA² qui se chargent de la réception et du conditionnement des produits agricoles. Les CORA conditionnent les produits à l'exportation, les CORE se chargent de l'écoulement sur le marché intérieur. Les premières fournissent aux secondes les écarts de tris non-admis à l'export. Par la suite, l'Etat confie la commercialisation des fruits et légumes à l'UNCAC (Union nationale des coopératives de commercialisation), suite à l'échec de laquelle, il est décidé de créer un office central de commercialisation des fruits et légumes : l'OFLA en 1969. Cependant, cette étatisation-centralisation de la commercialisation de la filière fruits et légumes suscitera beaucoup de problèmes et le mécontentement des producteurs qui n'ont pas manqué d'interpeller les pouvoirs publics sur la situation. Ce qui a conduit à décentraliser les services de commercialisation de cette filière, par la création des CAPCS et des COFEL : les coopératives agricoles polyvalentes communales de services (CAPCS) au niveau local, les coopératives de fruits et légumes (COFEL) à l'échelle de wilaya et l'OFLA à l'échelle nationale. La décentralisation des structures vise à assurer une meilleure fluidité du circuit, les fruits et légumes étant des produits fragiles qui se détériorent facilement.

¹ Coopératives d'écoulement.

² Coopératives de la réforme agraire.

Figure III.1 : Circuit de commercialisation des fruits et légumes à partir de 1974

Source : A partir de Toulait H. : L'agriculture algérienne (Les causes de l'échec), OPU, Alger, 1988, p.440.

CAPCS : elle est chargée de la distribution au niveau de la commune et transfère l'excédent vers la COFEL au niveau wilaya. **COFEL** : elle est chargée de la collecte des excédents des communes de sa wilaya afin d'assurer les excédents intercommunaux et de transférer l'excédent éventuellement à l'OFLA au niveau national. **OFLA** : chargé de la distribution au niveau national et assure la circulation inter-wilaya des fruits et légumes, ainsi que les tâches d'import-export. (1) : distribution au niveau de la commune ; (2) : distribution au niveau de la wilaya ; (3) : distribution au niveau national.

La restructuration-décentralisation précédente n'a pas pu assurer à bien la distribution des fruits et légumes. Ce qui va amener à une nouvelle réforme au début des années 80 (en 1981) et à rétablir la liberté de vendre aux conditions du marché aux producteurs du secteur étatique par : la suppression du cloisonnement territorial, la réhabilitation de la fonction du collecteur-livreur (ex-mandataire) et l'introduction de rapports contractuels entre acheteurs et vendeurs tout en favorisant la vente aux enchères qui jusque-là était interdite.

2.2.4. La viande

Le circuit de la viande échappe complètement au contrôle de l'Etat. La distribution de ce produit étant assurée complètement par le circuit privé. L'intervention de l'Etat se faisait par l'introduction de viandes importées par l'ONAB. Trois circuits de distribution de la viande avaient prévalu :

Un circuit court, spécifique aux zones rurales, comportant un éleveur, un boucher et les consommateurs. Ce circuit est organisé hors de tout contrôle.

Un circuit moyen qui prévaut dans les villes moyennes. Dans ce type de circuit intervient un maquignon, dont la fonction est d'acheter en gros des animaux aux éleveurs et de les revendre aux bouchers ;

Un circuit long, propre aux grands centres urbains, où interviennent d'autres intermédiaires entre le maquignon et le boucher.

Pour les autres produits alimentaires, leur distribution est aussi le fait des entreprises publiques et/ ou circuit publics, comme le rappelle M. Boukella :

« ...certaines entreprises disposent de leurs propres circuits de distribution. C'est le cas de l'industrie céréalière et des Offices du lait. Les autres entreprises assurent la mise au marché de leurs produits à travers des circuits gérés par l'ENAPAL qui se charge également de

l'importation de denrées alimentaires non produites ou produites-localement : sucre, café, thé, margarine, beurre... »¹

Le circuit de distribution public n'a pas pu réaliser les objectifs qui lui sont assignés, pour un certain nombre de raisons que nous essayerons d'analyser dans la section suivante.

3. ECHEC DU CIRCUIT SOCIALISTE ET LIBERALISATION DE LA DISTRIBUTION

Au lendemain de l'indépendance, l'Etat voulait être le garant de la disponibilité des produits et de leur accessibles à la population sur tout le territoire national. Il voulait aussi avoir une maîtrise des différents rouages économiques dans une optique anticapitaliste ; ce qui explique la tendance à la disparition du secteur privé, jusqu'à aux réformes de 1988. La fonction de distribution à différents échelons a, donc, été nationalisée mais le circuit mis sur pieds a vite fait de montrer ses faiblesses. Par sa rigidité, par le manque de savoir-faire en la matière et à cause d'autres problèmes, il s'est transformé en obstacle entre la production et la consommation. A la fin des années 80, l'activité a été libéralisée. Cette section sera consacrée à l'analyse des causes ayant conduit à l'échec du circuit socialiste, aussi il sera présenté le processus de libéralisation de celui-ci ainsi que l'organisation générale de la distribution depuis sa libéralisation.

3.1. LE CIRCUIT SOCIALISTE : LES CAUSES DE L'ECHEC

Plusieurs raisons peuvent expliquer l'échec du circuit socialiste, certaines d'entre elles sont liées à son environnement, d'autres trouvent origine dans l'organisation même des circuits. Ci-après sont présentées, les causes à l'origine de la faillite du système de distribution public.

3.1.1. L'économie de pénurie

Les perturbations qui surviennent dans le secteur de la distribution ne sont pas toujours liées à la distribution ; quelques-unes d'entre elles se produisent le long de la chaîne alimentaire et ne font que se répercuter sur la prestation de service finale ainsi que sur le prix du produit. La croissance de la production en amont permet de maintenir le niveau des prix, ou bien de les faire baisser. Au contraire une baisse de production engendre la hausse des prix. En Algérie, la production agricole fait face à de multiples problèmes qui font que l'offre est systématiquement inférieure à la demande. Une telle situation conjuguée à d'autres facteurs (faible maîtrise des pertes postproduction, manque de moyens techniques et humains) perturbe constamment les circuits de commercialisation et l'état du marché. L'état de pénurie peut avoir, au moins deux conséquences sur la distribution : la disponibilité des produits et leurs prix. Une offre limitée de produits implique un état de manque quand à sa disponibilité sur les rayons de vente ; mais peut être aussi la cause de la spéculation. Ces perturbations des quantités offertes impliquent la hausse plus au moins importante des prix sur le marché.

¹ Boukella M. : Les industries agro-alimentaires en Algérie : politique, structure et performance depuis l'indépendance, Options Méditerranéennes, CIHEAM- CREAD, 1996, p. 29.

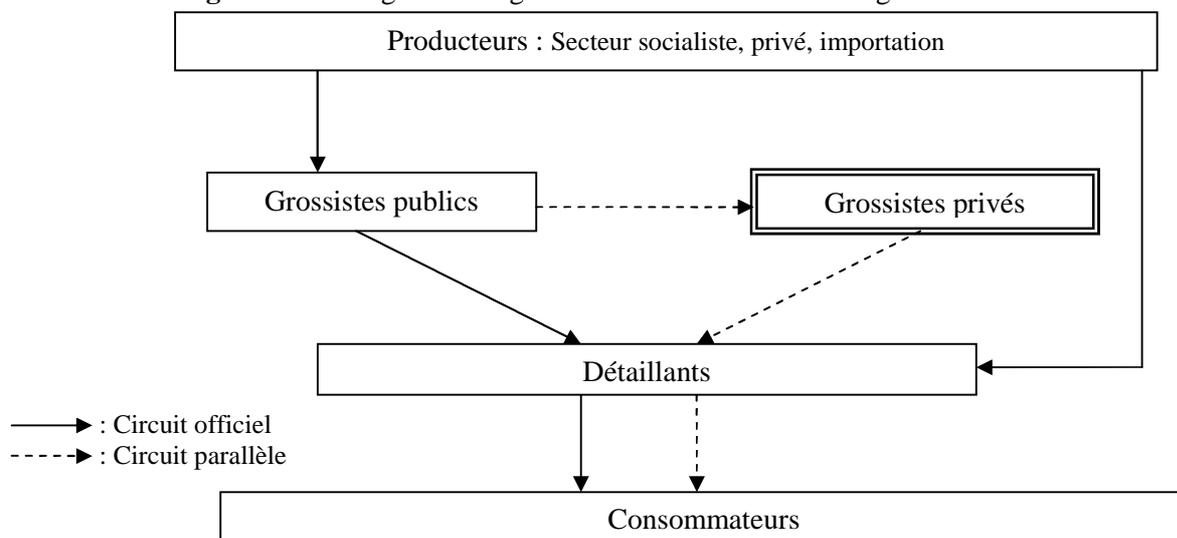
3.1.2. L'approvisionnement extérieur

La forte croissance de la population algérienne durant les premières décennies de l'indépendance n'a pas été suivie par une croissance de la production, rendant nécessaire le recours à l'importation. L'institution du monopôle de l'Etat sur le commerce extérieur a donné lieu à une gestion bureaucratique des opérations avec l'extérieur, à l'import comme à l'export, ce qui entravait la fluidité de circulation des produits et en augmentait les prix.

3.1.3. La fonction de gros

La fonction de gros est l'un des rouages-clé du circuit de distribution. En Algérie la fonction de gros a été nationalisée dans les années 70 et confiée à l'ENAPAL. En réalité les grossistes privés n'ont pas tout à fait disparu et les entreprises publiques les sollicitent souvent¹. Les entreprises publiques, manquant d'expérience et de moyens techniques et logistiques adaptés à l'activité de gros, fournissent un service très en-deçà du niveau exigible. Cela les pousse le plus souvent à recourir aux privés, qui travaillent dans l'informel et qui maîtrisaient mieux cette fonction. Ce qui a donné lieu à la coexistence de deux circuits de distribution : l'un officiel et l'autre parallèle. Encore, une fois, les entreprises publiques étaient un maillon supplémentaire qui rallongeait le circuit de distribution, sans pour améliorer la fonction².

Figure III.2 : Organisation globale de la distribution en Algérie entre 1971-1995



Source : Etabli par nous-mêmes à partir de : Miloudi B, La distribution en Algérie, Enjeux et perspectives, OPU, 1995, p. 49.

¹ Miloudi B, La distribution en Algérie, enjeux et perspectives, OPU, 1995, p. 49.

²Idem

3.1.4. La phase de détail

Durant la période de l'économie socialiste en Algérie, la fonction de détail a été confrontée à de multiples difficultés, engendrant des coûts supplémentaires. Les difficultés se posaient beaucoup plus aux détaillants privés.

L'approvisionnement du détaillant au niveau de l'entreprise publique est un véritable parcours du combattant car il n'existait pas de coordination entre les différentes entreprises étatiques, chacune mettait en œuvre sa propre politique de distribution et son propre circuit, compliquant la vie des commerçants¹. Pour se procurer les produits, un détaillant devait se déplacer auprès de chaque fournisseur et le paiement est comptant, avec un chèque barré à déposer au niveau de la banque de la société. Le crédit aux commerçants n'existe pas et les marges bénéficiaires sont fixées par la réglementation. Une telle situation explique le recours des détaillants aux grossistes privés beaucoup plus souples, mais elle explique aussi et surtout la spéculation, comme alternative pour gagner de l'argent. Les blocages au niveau de la commercialisation condamnent la production en amont et la consommation en aval.

Sur un autre plan, la délivrance du registre de commerce était soumise à un lourd et long parcours bureaucratique.

3.1.5. Le manque de moyens logistiques

La disponibilité de moyens techniques et logistiques nécessaires à la distribution des produits alimentaires et leur rentabilisation est un facteur indispensable à son efficacité. Or, en Algérie, durant cette période, ces moyens faisaient défaut, même au niveau des entreprises publiques. La carence en moyens de transport et/ou de stockage et de conservation cause des pertes et des avaries en produits, aggravant la facture alimentaire et l'insécurité qui pèse sur le pays.

3.1.6. La séparation des fonctions de production et distribution et l'absence de coordination

La séparation des deux fonctions de production et de distribution dans le secteur public était un grand facteur d'inefficacité. L'activité publique étant rémunérée quel qu'en soit le résultat, les distributeurs ne pouvaient être plus motivés que les producteurs à distribuer efficacement la production. Les exploitations agricoles publiques délivraient leur production aux offices de distribution sans en connaître le prix de vente sur le marché. Ce sont les structures commerciales publiques qui déterminaient le prix de vente. Une telle situation décourageait les exploitations agricoles et mettait en danger leurs équilibres financiers.

L'absence de coordination et de concertation entre les différents acteurs de la chaîne alimentaire est une autre entrave à l'efficacité de la distribution, or il est admis que les circuits coordonnés sont plus efficaces que les circuits conventionnels. L'absence de coordination peut être expliquée par plusieurs facteurs : manque de savoir-faire en la matière, système des prix déterminés au niveau central et qui ne tient pas compte des objectifs de rentabilité économique, et tout simplement, la gestion publique de la distribution, qui ne tient pas compte de la notion de rendement économique et de profitabilité de l'action économique.

¹ Miloudi B. : op.cit., pp.100-102.

3.1.7. Spéculation et segmentation du marché

La spéculation était courante durant cette période, mais loin d'avoir été une cause de l'échec du circuit socialiste, elle en a été une des conséquences. Souvent, la spéculation était organisée par les distributeurs privés (notamment les grossistes) pour s'assurer des bénéfices que ne leur assurerait la vente conforme à la réglementation. S'il est un facteur qui a été très néfaste au circuit socialiste, ce fut la bureaucratie. La lourdeur bureaucratique à tous les niveaux de la chaîne de distribution et même le long de la chaîne alimentaire aura été fatale. C'est ce problème qui a poussé les opérateurs privés et aussi publics (producteurs) à recourir au circuit privé. Cette segmentation du marché a été la cause de perturbations insoutenables du marché durant toute cette période, que ce soit en matière de disponibilité des produits ou de leur prix.

3.1.8. Administration des prix et des marges commerciales

La politique des prix a été un des principaux blocages à l'efficacité de la distribution et à la croissance économique. La détermination centrale des prix était loin de refléter la réalité économique du secteur et des activités en amont spécialement le secteur de la production. Le prix était plus un outil politique qu'économique, utilisé pour la réalisation de plusieurs objectifs autres que ceux qui sont en lien direct avec cette activité. A ce propos, on peut lire la déclaration du Ministère de l'Agriculture de l'époque sur la question :

« Par ailleurs, le Ministère de l'Agriculture a dénoncé le caractère défavorable de la politique des prix vis-à-vis de son secteur. Il souligne clairement le fait que les prix des produits agricoles ont longtemps stagné alors que ceux des facteurs de production croissent rapidement »¹.

Les effets de la politique des prix avaient été néfastes sur la production nationale du domaine public notamment :

« Les travailleurs du secteur public agricole considèrent les organismes de commercialisation comme des partenaires redoutables. Ils se sentent pénalisés par le système de commercialisation parce que d'après eux, il sous estime leurs efforts de production en sous-évaluant leurs produits »²,

Avant 1990, de nombreuses difficultés paralysent l'activité de distribution ; elles sont liées à l'organisation générale du secteur mais aussi à des facteurs techniques tels le manque de moyens logistiques, des facteurs humains, à la faible fluidité de l'information... Après deux décennies de dirigisme, sous la contrainte de sa dette extérieure, l'Algérie se lance dans un processus de libéralisation qui finit par toucher la distribution.

3.2. REFORME ECONOMIQUE EN ALGERIE ET LIBERALISATION DE LA DISTRIBUTION

La libéralisation de la distribution en Algérie n'a pas été une politique de développement sectorielle mais un élément d'un processus global, celui de la libéralisation de l'économie amorcée ouvertement au début des années 1990. Le facteur déclenchant de ce revirement a été le contre-choc pétrolier de 1986, associé à une dépréciation du dollar qui avait montré la fragilité d'une économie de pénurie tributaire principalement des recettes des hydrocarbures. Ainsi, à l'instar des autres secteurs économiques, la distribution a été

¹ Rapport général du second plan quadriennal, p. 254, cité par : Toulait H. : L'agriculture algérienne (Les causes de l'échec), OPU, Alger, 1988, p. 466.

² Toulait H. : op .cit. p. 484.

progressivement libéralisée. La réforme de la distribution ne peut être séparée de celle de toute l'économie nationale. Rappelons les principales phases de réformes économiques.

3.2.1. La libéralisation du commerce extérieur

La réforme du commerce extérieur a été entamée à la fin des années 80, après deux décennies, où toutes les opérations économiques avec l'extérieur étaient du seul ressort de l'Etat. En 1988, la loi 88-29 apporte de timides changements qui ne remettent pas en cause les fondements du système socialiste prévalant, ni le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur. La nouveauté consiste à concéder ce monopole à des entreprises publiques, des organismes publics et des groupements d'intérêt commun. La concession est sensée apporter une souplesse aux opérations du commerce extérieur. La véritable libéralisation ne surviendra qu'à partir de 1990. Le premier vrai changement dans l'organisation du commerce extérieur arrive avec la loi 90-16 et la circulaire 63 du 20 août 1990 du ministère chargé du commerce et le règlement 90-04 de la Banque d'Algérie¹. Ces lois autorisent l'établissement de firmes privées nationales ou étrangères d'import-export (concessionnaires ou grossistes). En 1991, le décret N° 91-37 met fin au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur.

3.2.2. Restructuration du secteur public et réhabilitation du secteur privé

Durant la période socialiste, le secteur privé n'a pas été sollicité dans la construction du développement économique, il a même fait l'objet de nombreux blocages et intimidations auxquels, toutefois, il a pu survivre. Dans le cadre de la réforme économique et dans l'objectif de promouvoir la production nationale, il a été procédé à une (nième) restructuration du secteur public mais, aussi à une réhabilitation du secteur privé.

La restructuration des entreprises publiques

La gestion socialiste des entreprises deux décennies durant (1970-1980) a mis celles-ci dans un état critique, car habituées à un mode de gestion passif et à recevoir le soutien de l'Etat au lieu de rechercher la profitabilité, notion prohibée, jusqu'alors ; elles ne savent plus comment réagir. Pour les rendre rentables, une loi sur l'orientation des entreprises nationales est promulguée dans le cadre des réformes (loi 88-01). A l'entreprise nationale est substituée l'entreprise publique économique (EPE). Les EPE sont dotées d'un capital social et de l'autonomie financière, et elles sont régies par les règles courantes du droit commercial. Ces entreprises peuvent se tourner librement vers toute forme de redéploiement (fusion, filialisation,...) mais en contrepartie elles deviennent passibles de mise en faillite. Autrement dit, l'Etat ne protégera plus ses entreprises.

La réhabilitation des entreprises privées nationales

Le secteur privé a été écarté dans la mise en place du processus de développement de l'Algérie, spécialement depuis 1970. Cependant, la performance des entreprises publiques n'a pas été satisfaisante, ce qui a poussé les dirigeants au début des années 1980, à donner au secteur privé une meilleure place. A la faveur de ces changements, le secteur privé est regardé d'un œil bienveillant et sa participation à la construction du pays est sollicitée, mais l'action privée n'était pas libre de fait, elle fait partie intégrante du plan. La véritable libéralisation du secteur privé aura lieu, comme le reste de l'économie nationale à partir de 1988. Sur ce point, la loi 88-25 du 12 juillet 1988 réhabilite le secteur privé national, par

¹ Benissad H.: L'ajustement structurel (L'expérience du Maghreb), OPU, 1999, p. 93.

les actions suivantes : annulation de l'agrément de l'activité privée et abolition de l'Office du suivi et du contrôle de l'investissement privé (OSCIP) créé en vue d'adapter les investissements privés aux orientations générales du Plan.

3.2.3. La restructuration du secteur agricole

Le secteur agricole avait fait l'objet de deux réformes durant la décennie 1980. Le premier ensemble de réformes a été entamé au début de la décennie avec pour objectif de stimuler la production nationale. Une plus grande marge de liberté est accordée à l'action privée. L'apport de cette première réforme est résumé ci-après :

- *La propriété des terres agricoles* : la promulgation de la loi foncière 83-18 favorise l'accession à la propriété privée de terres agricoles en contrepartie de leur mise en valeur ;
- *Le financement de l'agriculture privée* : à partir de 1980, l'agriculture privée reçoit des prêts des banques publiques, en contrepartie, il est créé un fonds de garantie des crédits agricoles ;
- *La liberté de commercialisation* : à partir de 1981, la liberté de commercialisation des fruits et légumes est rétablie et les producteurs ne sont plus tenus de livrer leurs productions aux organismes publics de commercialisation. Cela a eu pour conséquence une hausse des prix ;
- *L'assistance technique* : à partir de 1980, une aide technique et financière est apportée au secteur privé afin d'encourager la production nationale et d'assurer la substitution des importations.

Le deuxième volet de réformes a été apporté par la loi 87-19 du 8 décembre 1987 déterminant le mode d'exploitation des terres agricoles du domaine national et fixant les droits et obligations des producteurs. Cette loi vise à accroître la production et la productivité ainsi qu'à permettre aux producteurs l'exercice de leur responsabilité dans l'exploitation des terres, d'assurer une autonomie effective aux exploitations, d'établir un lien exclusif entre le revenu des producteurs et le résultat de la production. Elle accorde aux producteurs un droit de jouissance perpétuel sur l'ensemble des terres constituant l'exploitation et ce moyennant paiement d'une redevance. Elle leur accorde aussi la propriété de tous les autres biens des exploitations autres que la terre, à condition de les acquérir à leur valeur. Les terres sont exploitées indirectement et dans l'indivision, avec des quotes-parts égales entre chacun des membres (l'exploitation doit être formée par trois producteurs ou plus). Ce collectif de producteurs est une société civile de personnes ayant la pleine capacité juridique, on les désigne par EAC (exploitation agricole en commun), mais l'exploitation individuelle peut être envisagée exceptionnellement, pour former l'EAI (exploitation agricole individuelle)¹.

3.2.4. La politique des prix et des marges commerciales

L'administration des prix loin de la réalité économique avant 1990, malgré ses objectifs sociaux nuisait considérablement à la sphère productive. A son tour, cette politique a été réformée à travers la libéralisation des prix en 1989, et la promulgation de la loi relative à la concurrence par la suite en 1995.

La libéralisation des prix

La libéralisation des prix a été introduite par la loi 89-12 du 5 juillet 1989 qui indique les nouveaux paramètres déterminants du système des prix : conditions de l'offre et la

¹ Dans la réalité ces exploitations avaient été divisées entre leurs propriétaires et cédés à des personnes étrangères à l'activité agricole

demande, conditions générales de la production et de la commercialisation, prix des matières et/ou produits sur les marchés internationaux. Cette loi distingue entre prix administrés et prix libres. L'instauration de **prix administrés** a stabilisé les prix de certains produits dont la liste est déterminée par voie réglementaire. Ici encore le législateur a distingué entre prix garantis et prix plafonnés. Les prix garantis à la production visent à encourager certaines productions stratégiques, telles certaines productions agricoles. Les prix plafonnés à la consommation visent à protéger les populations pour l'accessibilité aux produits de base (produits alimentaires, céréalières, lait et autres, eau, gaz...). Les **prix libres** sont déterminés par les facteurs économiques. Au début de la réforme, les produits concernés par ce régime font l'objet d'une déclaration simplifiée portant sur le prix envisagé à la production ou à l'importation. Toute modification ultérieure de ce prix est soumise à la même procédure. Au même titre que les prix, les marges commerciales sont libéralisées sauf pour les produits stratégiques, tels que rappelés ci-dessus.

La loi sur la concurrence

Le 25 janvier 1995 est promulguée l'ordonnance N° 95-06 relative à la concurrence. Elle a pour objectif l'organisation et la promotion de la libre concurrence et la définition des règles de sa protection, ainsi que l'organisation de la transparence et de la loyauté des pratiques commerciales. Les prix sont déterminés librement sur le marché, sauf pour certains produits. Cette loi, stipule aussi, que des mesures de limitation des prix peuvent être prises en période de crise exceptionnelle : hausse importante des prix, hausse de la demande... Cette ordonnance est un élément-cadre de la nouvelle politique économique régie par les mécanismes de marché.

3.2.5. La libéralisation de la fonction de gros et la suppression de la fonction de détail publique

En 1995, et après deux décennies de monopole de l'Etat sur l'activité de gros, celle-ci a été libéralisée et son exercice par le secteur privé est (ré) admis. L'Etat a non seulement dé-monopolisé cette fonction, mais s'est aussi désengagé comme intervenant direct dans sa réalisation. Quant aux entreprises publiques de détail, elles ont disparu et certaines d'entre-elles (SEF) ont été cédées à leurs travailleurs.

3.2.6. Assouplissement de l'exercice de l'activité commerciale

L'exercice de l'activité commerciale privée est rendu plus souple, depuis la loi 88-25. L'ensemble de ces réformes a donné lieu à deux conséquences au moins sur l'activité de la distribution : l'amenuisement du rôle direct de l'Etat et son remplacement par le secteur privé.

Le processus de libéralisation de l'économie nationale depuis la fin des années 1980 a rétabli le rôle du secteur privé dans l'économie, et a conduit à l'amenuisement de la place de l'Etat comparativement à la période précédente.

3.3. ORGANISATION GENERALE DE LA DISTRIBUTION DEPUIS 1990

La distribution a fait l'objet d'une libéralisation et depuis, l'organisation de cette activité est caractérisée par :

- Le désengagement de l'Etat et l'amenuisement de son rôle direct dans cette activité ;
- L'essor du commerce privé le commerce de gros et de détail et dans l'import-export.

- L'essor marqué du commerce informel et la difficulté marquée de son contrôle ou son intégration à l'économie réelle
Essayons de décrire l'organisation générale du secteur depuis sa libéralisation.

3.3.1. Rôle de l'Etat dans la distribution

La réforme a conduit l'Etat à se retirer de l'activité de distribution (gros et détail). Une grande partie de structures publiques de commercialisation a disparu (ENIAL, ENAFLA, SEF...), alors que certaines autres sont maintenues et adaptées au nouveau contexte de transition vers l'économie de marché. L'Etat se cantonne dans l'activité des offices non dissous ainsi que la réglementation des prix des produits stratégiques (blé et produits dérivés, pain, lait, et d'autres produits non-alimentaires). Reprenons ci-après les restructurations et rôles des structures publiques de commercialisation.

3.3.1.1. Activité des offices nationaux

Les offices nationaux de commercialisation ont été restructurés pour s'adapter au nouveau contexte de l'économie de marché, ceux qui ne sont pas cités ont cessé leur activité.

OAIC

Cet office est maintenu et continue à exercer son activité, mais avec un secteur privé de plus en plus important. A partir de 1995 le monopole de l'OAIC sur l'importation et la commercialisation des céréales est levé. La mission de l'OAIC est restée constante, celle de la collecte et de la commercialisation des céréales des producteurs nationaux et/ou de l'importation de céréales (et légumes secs) et dérivés. L'office joue le rôle de régulateur de l'offre, par l'écoulement de la production nationale sur le marché local en période de récolte, mais aussi par le recours aux importations pour combler les déficits.

GIPLAIT

Le groupe Industriel des Productions Laitières GIPLAIT SPA a été créé le 10 Mai 1998 à l'issue de la restructuration des ex-offices régionaux de lait (ORLAC, OROLAIT, ORELAIT). Cet office a pour mission, la production et la commercialisation du lait et des produits dérivés. GIPLAIT regroupe 19 filiales de production dispatchées à travers le territoire national et une société « Milk Trade » chargée des importations des matières premières pour approvisionner les unités industrielles.

Tableau III.9 : Filiales du groupe GIPLAIT

Région Est	Région Centre	Région Ouest
Filiale Edough – Annaba Filiale Numidia-Constantine Filiale Tell- Sétif	Filiale de Birkhadem- Alger Filiale de Boudouaou- Boumerdes Filiale de Draâ Ben Khedda- Tizi-Ouzou Filiale de Beni- Tamou Blida Filiale des Arribs Ain- Defla Filiale d' Amizour – Béjaia Filiale de Trading « Milk-Trade »	Filiale CLO- Oran Filiale El mansourah- Tlemcen Filiale du Tessa la- Sidi-Bel-Abbès Filiale Sidi Khaled – Tiaret Filiale el Emir – Mascara Filiale du Sahel- Mostganem Filiale la Source- Saida Filiale Sud Lait- Béchar Filiale Sidi Saada- Relizane Projet Es- sénia

Source : www.giplait.dz

ONAB

En 1998, l'ONAB est transformé en groupe. Il est le résultat de la restructuration des ex-offices régionaux avicoles (ORAC, ORAVIO et ORAVIE) ainsi que de la filière nutrition

animale. Ses filiales spécialisées activent dans les domaines de l'importation et l'approvisionnement des matières premières, la production d'aliments de bétail (avicole et ruminants) et de condiments minéraux vitaminés, la production d'intrants avicoles : œufs à couver chair et ponte, poussins à chair et ponte, poulettes futures pondeuses, la production de poulet de chair et d'œufs de consommation, l'abattage et la transformation, la maintenance et le froid. Le groupe ONAB, est organisé dans un objectif d'encadrement plus poussé des activités de la filière, tant sur le plan de la maîtrise des coûts de production que sur celui de la qualité.

ONCV

Cet office est resté fonctionnel, il s'est transformé en société par action à partir de 1990. L'ONCV produit 500 000 hl de vin/an en moyenne, originaire de ses 4000 ha de vignoble ainsi que de ceux de ses 2 640 viticulteurs nationaux. Son chiffre d'affaire annuel est estimé à 106 millions de dollars¹. Cependant l'analyse de la situation de la viticulture montre que celle-ci a régressé considérablement depuis l'indépendance (faostat.fao.org), cela est dû à la réorientation des priorités en matière de production (opérations de reconversion).

ONILEV

L'office national interprofessionnel des légumes et des viande est créé par les dispositions de la loi 08-16 du 27 septembre 2009 avec pour mission d'assurer un service public en matière de régulation, de constitution et de gestion des stocks des produits stratégiques conformément au cahier des charges de sujétions de service public. Les droits et obligations, induits par la mission de service public, font l'objet d'une convention entre l'Etat. L'office est sous tutelle du Ministère de l'Agriculture. La liste des légumes et des viandes concernés par l'opération de régulation, qui peut être élargie à certains fruits, sera fixée par arrêté conjoint des ministères chargés de l'agriculture et du commerce. A ce jour, l'office n'est pas fonctionnel.

3.3.1.2. L'Etat : assureur de la disponibilité et de l'accessibilité des produits alimentaires de base

Malgré, la libéralisation de la libéralisation de la distribution, trois produits alimentaires de base font exception à cette règle : le lait pasteurisé conditionné en sachet, la semoule et la farine et le pain (ainsi que d'autres produits non alimentaire, voire le site du ministère du commerce). Pour ces trois produits, l'approvisionnement extérieur, la distribution sont assuré en partie par les entreprises publiques à côté du secteur privé. Les prix des ces produits restent jusqu'à ce jour subventionnés. La politique de l'Etat en la matière vise à assurer la disponibilité de ces produits de large consommation en Algérie, mais aussi à en assurer l'accessibilité à toutes les couches sociales.

3.3.1.3. Elaboration des règlements et veille à leur application

Depuis la libéralisation de l'économie nationale et de la distribution, le rôle de l'Etat a été restreint spécialement à la fonction de mise en place des règlements et la veille à leur application. L'institution officielle responsable de cette action est le ministère du commerce. Au niveau régional, les directions régionales de commerce et les directions de wilayas se chargent de cette mission. **La direction régionale du commerce** en liaison avec les structures centrales du ministère du commerce, a pour missions d'animer, d'orienter et d'évaluer les activités des directions de wilayas du commerce relevant de sa compétence territoriale et

¹ www.oncv-groupe.com

d'organiser et/ou de réaliser toutes enquêtes économiques sur la concurrence, le commerce extérieur, la qualité et la sécurité des produits. **La direction de wilaya de commerce** a pour missions de mettre en œuvre la politique nationale arrêtée dans les domaines du commerce extérieur, de la concurrence, de la qualité, de l'organisation des activités commerciales et des professions réglementées, du contrôle économique et de la répression des fraudes.

Malgré la libéralisation de l'activité commerciale et des prix, l'Etat peut intervenir, lorsqu'il le juge nécessaire pour surmonter une situation de crise inhabituelle. Une telle tâche est la prérogative du Conseil de la concurrence.

3.3.2. Le secteur privé

La libéralisation du secteur commercial privé depuis le début des années 1990 a permis son essor de celui-ci. Mais, il faut savoir que cet essor ne concerne pas uniquement l'activité commerciale formelle, le secteur informel, a à son tour connu la même évolution.

3.3.2.1. L'activité formelle

Fin 2008, on compte en Algérie 1 213 839¹ commerçants inscrits au Centre National du Registre du Commerce (CNRC) dont 1 104 611 (soit 90 % de l'ensemble des inscrits) sont des personnes physiques, donc des entreprises de petite taille, le reste soit 109 228 sont des personnes morales. La répartition géographique de l'activité commerciale est disparate sur le territoire national et elle suit la concentration géographique de la population et de l'activité économique. En effet, elle est prédominante dans les wilayas du Nord, spécialement au Centre ; Alger compte 154 297 commerçants (12,7 % du total), suivie de Sétif avec 55 547 commerçants (4,6 %) et Oran avec 53 972 (4,4 %). Le nombre de commerçants dans les wilayas du Sud reste modeste : Illizi avec 3 031 commerçants (0,2 %), Tindouf avec 3 432, soit 0,3 % et El Bayadh avec 7 060, soit 0,6 %. La branche commerce réalise la moitié de la valeur ajoutée des services².

Concernant l'évolution des formules de distribution, celles-ci restent traditionnelles et prédominées par les petits magasins. La grande distribution, quant à elle, fait actuellement ses premiers pas, avec l'annonce d'un projet de 100 grandes surfaces à créer³. L'objectif d'une telle mesure est de raccourcir les circuits de distribution (en court-circuitant l'étape de gros) et de stimuler la concurrence entre les opérateurs privés. Le marché est ouvert aux opérateurs privés nationaux et étrangers.

3.3.2.2. L'activité informelle

L'importance du secteur informel dans l'économie des pays en développement suscite beaucoup de questions, aussi bien au niveau des organisations internationales (Bureau International du Travail) qu'au niveau des gouvernements des pays concernés. L'Algérie n'échappe pas à ce phénomène ; l'emploi informel y est évalué en 2003 à plus de 1,25⁴ million de personnes soit 17,2 % de l'emploi total, et connaît un taux de croissance moyen annuel de plus de 8% soit 2 fois celui de l'emploi structuré⁵. La part de l'informel dans le

¹ www.mincommerce.gov.dz.

² Secteur informel : Illusions et réalités, rapport du CNES (Conseil National Economique et Social) p.19.

³ D'après la Direction du commerce de Béjaïa.

⁴ Délégué de la planification, cité dans le rapport du CNES : Secteur informel : Illusions et réalités.

⁵ Idem.

commerce est estimée à plus du tiers¹ de l'activité commerciale totale. Près de 200 000 commerçants sur 826 470 recensés n'activent pas conformément à la loi et plus de 50 % des commerçants ne s'acquittent pas de leurs cotisations sociales. De plus, 700 marchés illégaux au sein desquels exercent 100 000 personnes, fonctionnent au su et au vu des autorités. Selon les estimations de l'UGCAA (Union Générale des Commerçants et Artisans Algériens) 850 000 commerçants exercent dans l'informel, alors qu'il y aurait 1500 marchés hebdomadaires informels, 28 marchés de semoule, et 100 000 revendeurs de tabac. Plusieurs facteurs peuvent expliquer l'essor du commerce informel, des facteurs économiques, sociaux et des facteurs liés à l'environnement économique général.

Malgré sa participation à l'absorption du chômage et le fait qu'elle fournisse des ressources aux populations démunies, l'activité informelle pose plusieurs problèmes sur les plans socio-économiques, en matière des conditions de travail, de qualité des biens mis en vente, de concurrence déloyale au secteur officiel et de soustractions aux charges sociales et fiscales. Cependant, lorsqu'il s'agit du commerce de produits alimentaires, les problèmes sont encore plus importants, spécialement ceux de la sécurité sanitaire des produits et même de la garantie de la qualité du produit. Face à une telle situation, le consommateur devient son propre protecteur, du moins, un consommateur expérimenté et avisé. Dans le cas contraire, le consommateur est lésé quant à la qualité (faux produit) ou quand à sa sécurité sanitaire.

Il y a lieu de faire le constat suivant concernant l'organisation actuelle des circuits de distribution en Algérie :

Rôle important de l'Etat dans l'activité.

Malgré le rétrécissement du rôle de l'Etat dans l'activité de distribution, celui-ci joue un rôle capital dans l'approvisionnement des marchés, donc dans leur stabilité, spécialement pour les produits alimentaires de base (blé et dérivé, lait). Dans les moments de crise et de forte hausse des prix sur le marché international, le secteur privé se retire et laisse à l'Etat la mission de l'approvisionnement extérieur. L'importance croissante des besoins alimentaires de l'Algérie et sa dépendance du marché extérieur, font que le secteur privé ne peut à lui seul assurer l'approvisionnement du pays en biens alimentaires. Dans cet état des choses une libéralisation complète des marchés ne peut être envisagée pour les produits base. Le sort de la Nation ne peut-être mis entre les mains de quelques opérateurs privés. Un autre rôle indéniable de l'Etat dans ce secteur, est la mise en place d'une réglementation adaptée et le suivi de son application. La réglementation est un facteur influent sur l'activité commerciale et il serait utile d'envisager les effets de la loi sur celle-ci. En matière d'application, il va du ressort de l'Etat de veiller à son application.

« En ce qui concerne les approvisionnements en blés, l'OAIC avait le monopole des importations et de la commercialisation jusqu'en 1995. Depuis, le secteur privé, constitué de négociants ou de minotiers, s'est développé rapidement, mais d'une manière désordonnée : les importateurs privés achètent lorsque les prix sur le marché mondial sont relativement bas, et se retirent pour laisser l'OAIC se charger des importations, lorsque les prix sont élevés. La part du secteur privé dans les approvisionnements en blés oscille aujourd'hui entre 25% et 30% »².

Organisation du secteur privé.

Le commerce est l'une des plus anciennes activités exercées en société, il ne nécessite pas un haut niveau de qualification et tout le monde peut-y accéder. En Algérie, la

¹ CNES : op. cit. p. 19.

² Bencharif A. et Rastoin J. L. : Concepts et méthodes de l'analyse de filières agro-alimentaires : Application par la chaîne globale de valeur au cas des blés en Algérie, Unité Mixte de Recherche Marché, Organisation, Institutions, Stratégies d'Acteurs « MOISA », Working Paper N°07, 2007, p.18.

libéralisation et le taux de chômage élevé ont fait de cette activité un refuge pour une grande partie de la population de différents âges et qualifications. Cela n'a pas été sans conséquences sur l'organisation des circuits qui sont rendus plus complexes. Cette situation peut avoir un effet amplificateur sur les coûts et donc sur les prix au marché et la responsabilité des acteurs est difficilement déterminée. Il a été déjà expliqué que dans une économie de pénurie, l'inefficacité de la distribution est à l'origine de l'aggravation de la situation. L'exemple du circuit des fruits et légumes frais en Algérie peut illustrer cet état :

« L'organisation du marché des fruits et légumes est loin d'être efficace en raison du nombre réduit de marchés de gros, de leur localisation dans les milieux urbains et d'une cascade d'intermédiaires qui n'est régie par aucune réglementation. Les marchés de détail, dominés presque exclusivement par le secteur privé, restent en dehors de toute réglementation et de tout contrôle. Ainsi échappent à l'Etat d'importantes rentrées fiscales et les prix aux consommateurs restent élevés »¹.

Importance de l'activité informelle.

L'activité informelle dans la distribution a été une règle en Algérie durant la période de l'économie socialiste, elle représentait une voie alternative de travail pour le secteur privé mis à part dans la stratégie de développement du pays. Cependant, la libéralisation du secteur n'a pas fait reculer ce phénomène. L'activité informelle existe toujours, qu'elle soit visible ou pas. En matière de distribution l'importance du secteur informel veut dire que l'offre est segmentée. Cette situation va à l'encontre du principe du regroupement de l'offre à l'origine d'économies d'échelles et qui est même l'une des raisons d'être des intermédiaires entre producteurs et consommateurs. D'autres problèmes de santé publique liés aux conditions d'hygiène et de préparations des produits se posent aussi dans le secteur informel.

« En Algérie, selon les Services Vétérinaires, durant l'année 2006, environ 54 351 tonnes de viande bovine et 29 200 tonnes de viande ovine sont sorties des abattoirs (les abattages contrôlés). Parallèlement 55 649 tonnes de viande bovine et 120 800 tonnes de viande ovine sont issues de l'abattage clandestin (les abattages non contrôlés). Cela représente un total de 109 000 tonnes de viande bovine et 150 000 tonnes de viande ovine, dont 50 % proviennent de l'abattage contrôlé dans l'espèce bovine et 20 % dans l'espèce ovine »².

D'autres problèmes se posent aussi au secteur, ceux liés à l'environnement de la distribution : la persistance de l'état de pénurie, voire son aggravation qui est à l'origine de perturbations de l'offre ; les problèmes d'ordre techniques et logistiques à différents niveaux de la chaîne de distribution (capacité de réception des ports, moyens de stockages...), croissance démographique et urbaine...

La libéralisation de la distribution en Algérie a réduit le rôle direct de l'Etat dans cette activité et a donné un essor au secteur privé, mais aussi au secteur informel. Cette politique de libéralisation a été à l'origine de la résolution des difficultés antérieures posées par le circuit socialiste, mais ce n'est pas pour autant que tous les problèmes le soient, certains persistent dans le temps (notamment ceux liés à l'environnement de la distribution), alors que de nouveaux problèmes se posent, liés à l'inorganisation des circuits et à l'importance de l'activité informelle en la matière.

¹ Ministère de l'agriculture (1992), cité par Baci L. dans : Les contraintes au développement du secteur des fruits et légumes en Algérie : Faiblesse des rendements et opacités des marchés, INA (Alger), publiée par le CIHEAM, Options Méditerranéennes, p.275.

² Sadoud M. : Rôle du maillon abattage dans les circuits de commercialisation des viandes rouges en Algérie, Université Hassiba Benbouali de Chlef, Faculté des sciences agronomiques et biologiques. http://www.journees3r.fr/IMG/pdf/2009_05_04_Sadoud.pdf.

Conclusion du troisième chapitre

L'analyse de la fonction de distribution nécessite la connaissance, aussi bien de l'environnement de celle-ci ainsi que de son organisation interne (organisation des circuits de distribution). En Algérie, aussi bien l'environnement externe que l'organisation de la distribution sont un défis à l'activité.

L'environnement de la distribution relève plusieurs contraintes liées à l'espace naturel, à la population et à la production. L'espace vaste et chaud sur une grande partie du territoire nécessite une organisation adaptée et des moyens logistiques adéquats. La croissance démographique et la croissance urbaine sont un vrai défi au système de distribution et une prise en considération de cette situation est plus que nécessaire dans l'organisation avenir de l'activité. Quant à la production agricole, la pénurie est devenue habituelle. Cela n'est pas sans conséquences sur l'organisation des marchés et les prix des produits.

L'organisation de la distribution en Algérie durant la phase de l'économie socialiste a été caractérisée par une nationalisation et une limitation progressive du rôle du secteur privé. Ce qui a donné lieu à la coexistence des deux circuits. La mise en place du circuit public avait rencontré plusieurs blocages et a constitué un obstacle au sein des chaînes alimentaires, malgré les restructurations successives de celui-ci. A la fin des années 80, une libéralisation de l'activité a lieu dans le cadre de la réforme globale de l'économie nationale, à la suite du contre-choc pétrolier de 1986 et ses conséquences dramatiques.

La réforme de la distribution a permis à l'Etat de se désengager au profit du secteur privé. La libéralisation a touché tous les domaines : import, export, fonction de gros et détail. Il a été aussi mis fin au système des prix administrés, sauf pour une catégorie limitée de produits considérés comme stratégiques (produits alimentaires de base, et certains produits, tels l'eau, le gaz,...). Les réformes ont réduit les prérogatives de l'Etat au contrôle et à l'assurance de la mise en application de la réglementation en vigueur. L'essor du secteur privé ne se limite pas au secteur déclaré, l'activité commerciale informelle est une réalité en plein essor aussi. La libéralisation de la distribution a résolu plusieurs problèmes du système antérieur de distribution mais, pose à son tour de nouveaux problèmes liés à la faible organisation des acteurs des circuits, à leurs multiplicités, à l'importance de l'activité informelle,...

Chapitre 4

Présentation de la wilaya de Béjaia

Située au nord du pays, la wilaya de Béjaia s'étale sur une superficie de 322 348 hectares, elle est bordée par la mer Méditerranée sur 100 km. Sur le plan économique, la région possède des atouts à valoriser et à préserver (tourisme et agriculture), mais rencontre aussi des contraintes à plusieurs niveaux et à côté du secteur agricole l'industrie et les services prennent de plus en plus de place. En matière de création d'entreprises, Béjaia est classée parmi les premiers à l'échelle nationale. L'industrie y est marquée depuis plus d'une décennie par l'émergence de l'agroalimentaire avec des noms connus, plusieurs géants nationaux et même étrangers y sont localisés : Cevital agroalimentaire, Laiterie Soummam, Tchénouit-CANDIA, Ifri, La Belle, Danone-Djurdjura. Ce chapitre présente la wilaya de Béjaia, il est doublement utile. En premier, il permet de détecter les atouts et les contraintes que présente le territoire de la wilaya par rapport à l'activité de distribution, ensuite, il permet d'orienter notre travail de terrain en nous guidant dans la constitution de l'échantillon d'entreprise. Il est composé de trois sections. La première, reprend le cadre naturel de la région ainsi que les tendances démographiques des deux dernières décennies; la seconde, présente succinctement, l'agriculture, la pêche ainsi que l'industrie agroalimentaire (IAA); la troisième section, analyse le secteur des transports.

1. ESPACE GEOGRAPHIQUE ET POPULATION A BEJAIA

Cette première section présente le cadre naturel et les tendances démographiques de la wilaya.

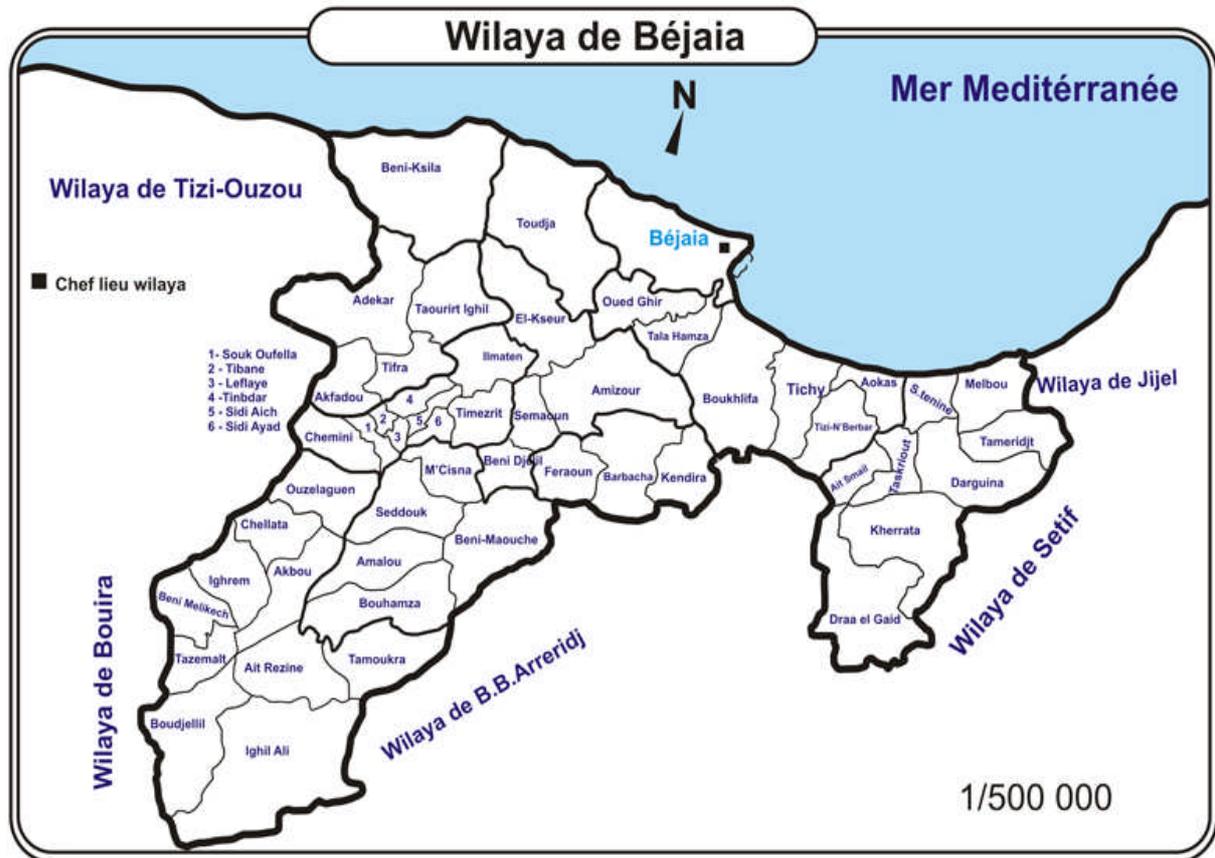
1.1. L'ESPACE GEOGRAPHIQUE

Béjaia est une wilaya du Nord Est de l'Algérie, qui s'étend sur une superficie totale de 3223,50 km² (soit 322 348 hectares). Riveraine de la mer Méditerranée sur 100 km, la région est limitrophe avec 5 autres wilayas : Tizi-Ouzou et Bouira à l'ouest ; Jijel à l'est ; Sétif et Bordj Bou Arreridj au Sud. Le territoire de la wilaya est réparti comme suit :

- ✓ Superficie Agricole Utile : 130 348 ha, soit **40,45 %** ;
- ✓ Pacages et parcours : 30 859 ha, soit **09,57 %** ;
- ✓ Terres improductives des exploitations : 3 587 ha, soit **01,11 %** ;
- ✓ Superficie forestière : 122 500 ha, soit **38,00 %** ;
- ✓ Terres non agricoles: 35 054 ha, soit **10,87 %**

La superficie agricole utile (SAU) représente 40 % de la superficie du territoire et les forêts couvrent aussi, une part considérable de la région.

Figure IV.1 : Carte administrative de la wilaya de Béjaïa



Le relief

La wilaya est caractérisée par la prédominance du relief montagneux ; la région est traversée du sud au nord par Oued Soummam, formant la vallée de la Soummam le long de cet Oued. On peut distinguer entre trois zones de relief différent :

- ✓ **La plaine côtière** d'une longueur de 30 Kms s'étend de l'embouchure de l'oued Soummam à l'Ouest à l'embouchure de l'oued Agrioun à l'Est ;
- ✓ **La vallée de la Soummam** d'une longueur de 80 kms et d'une largeur qui ne dépassant pas les 4 kms (2 à 4 kms), se rétrécissant dans certaines zones que d'autres (Sidi Aich), sépare les deux ensembles de montagnes Bibans- Babords à l'est et le massif d'Akfadou et la chaîne de Djurdjura à l'Ouest;
- ✓ **La zone montagneuse**, elle occupe les trois quarts de la superficie de la wilaya et présente des pentes partout supérieures à 25 %. A l'ouest, on trouve les massifs du Djurdjura et de Bouhathem, à l'Est, ceux des Babors et de Boussalem.

Le climat

Le climat est méditerranéen, avec un hiver tempéré et un été sec et chaud. Quand à la pluviométrie, elle est variable d'une année à l'autre, mais les trois mois de l'été sont presque toujours secs.

Tableau IV.1 : Précipitations annuelles (mm / mois / an) et nombre de jours de pluie à Béjaïa

	2000		2001		2003		2006		2007		2009		2010	
	Pluv. (mm)	Jours de pluie	Pluv. (mm)	Jours de pluie	Pluv. (mm)	Jours de pluie	Pluv. (mm)	Jours de pluie	Pluv. (mm)	Jours De pluie	Pluv. (mm)	Jours De pluie	Pluv. (mm)	Jours De pluie
Janv.	55	07	175	11	37	07	127	17	0	0	237,2	19	52,7	13
Fév.	13	02	57	05	114	06	141	11	0	0	65,9	16	55	13
Mars	30	03	02	01	265	13	46	09	163	07	62,6	09	106,9	11
Avril	20	04	30	04	310	19	17,3	03	09	02	86,3	15	44	11
Mai	66	06	19	30	77	09	53,3	06	0	0	54,4	06	57	10
Juin	0	0	0	0	42	05	0	0	0	0	0,50	01	38	4
Juillet	0	0	0	0	47	05	0	0	0	0	3,80	02	1	2
Août	0	0	0	0	0	0	20,4	05	13	2	15,10	06	6	3
Sept.	25	06	37	04	0	0	35,3	05	32	4	189,80	11	39	4
Oct.	53	05	42	04	0	0	32	08	57	3	40,	08	135	12
Nov.	39	05	83	05	07	02	107	14	63	06	128,50	08	162	15
Déc.	83	06	75	06	29	04	174	15	207	09	132,90	10	70	10
Total	384	44	520	70	928	67	753,3	93	544	33	1017	111	766,6	108

Source : Annuaire statistiques de Béjaïa, DPAT

L'hydrographie

La wilaya de Béjaïa est située dans le périmètre le plus arrosée de l'Algérie. Les ressources hydriques sont superficielles et souterraines, mais peuvent provenir aussi de sources naturelles (eaux de Toudja). Cependant, il faut relativiser cet avantage de première nature, car tout le pays est sujet à un stress hydrique. Voici un aperçu des disponibilités hydrauliques dans la wilaya :

Tableau IV.2 : Disponibilités en eau dans la wilaya de Béjaïa (Hm³)

	Potentialités mobilisables	Volume mobilisé	Localisation
Eaux souterraines	106	102	- Nappe haute Soummam : 48 Hm ³ - Nappe basse Soummam : 24 Hm ³ - Nappe plaine côtière Est : 16 Hm ³ - Karst : 18 Hm ³
Eaux superficielles	320	110	-Barrage Tichy Haf - Barrage Ighil Emda - Barrage Azib Timizar (Projet) - Retenues collinaires
Total	426	212	

Source : DPAT, édition 2008

Le volume total d'eau disponible s'élève à 426 hm³, dont près de 25 % soit 106 hm³ sont des eaux souterraines et 75 % soit 320 hm³ sont des eaux superficielles. Sur le volume disponible, près de 212 hm³ sont mobilisés, représentant près de la moitié des ressources disponibles.

La wilaya est traversée par plusieurs Oueds qui drainent les eaux superficielles vers la mer, les plus importants sont :

- Oued Soummam : 90 kms ;
- Oued Agrioun : 80 kms ;
- Oued Djemâa : 46 kms ;
- Oued Zitouna : 30 kms.

Le raccordement de la population à l'eau potable avoisine les 90 %, et l'approvisionnement journalier en eau potable varie de 80 à 130 L/ jour / hab., exception faite pour certaines communes (Darguina, Tizi- N'berber, Feraoun, Chellata, Beni Mlikech, Drâa

El Kaid et Tamokra), dont l'amélioration est en cours, selon la même source toujours¹. L'assainissement quand à lui touche 80 % en moyenne des ménages.

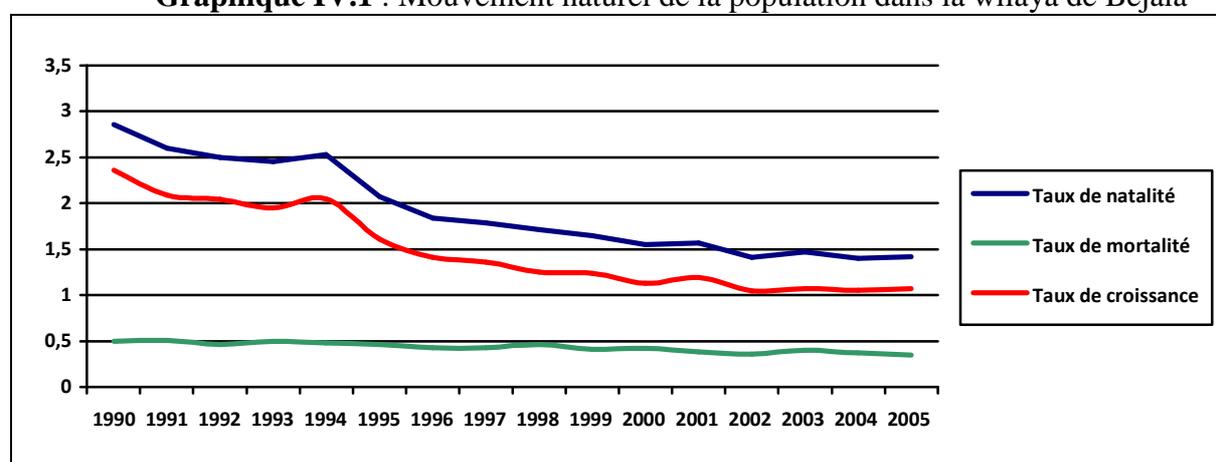
1.2. LA POPULATION

La wilaya de Béjaïa compte près d'un million d'habitants ce qui la situe parmi les plus peuplées du pays, malgré un taux de croissance en baisse depuis deux décennies et une distribution déséquilibrée dans l'espace et un taux de chômage théorique de 12 % à la fin de l'année 2010².

1.2.1. Croissance démographique et répartition spatiale de la population

La population de la wilaya augmente mais à un rythme de plus en plus faible. Ce mouvement décroissant suit la tendance nationale de croissance de la population algérienne depuis la mi80 (revoir le chapitre 3).

Graphique IV.1 : Mouvement naturel de la population dans la wilaya de Béjaïa



Source : Etabli à partir des données de la DPAT (2004)

La tendance baissière de la population est remarquable ; cette tendance s'accroît davantage à partir de 1994. Le taux de mortalité est décroissant, inférieur à 0,5 % sur toute la période, et à partir de 1999, il est réduit davantage, ce qui est un point positif.

Tableau IV.3 : Croissance de la population dans la wilaya de Béjaïa (habitants)

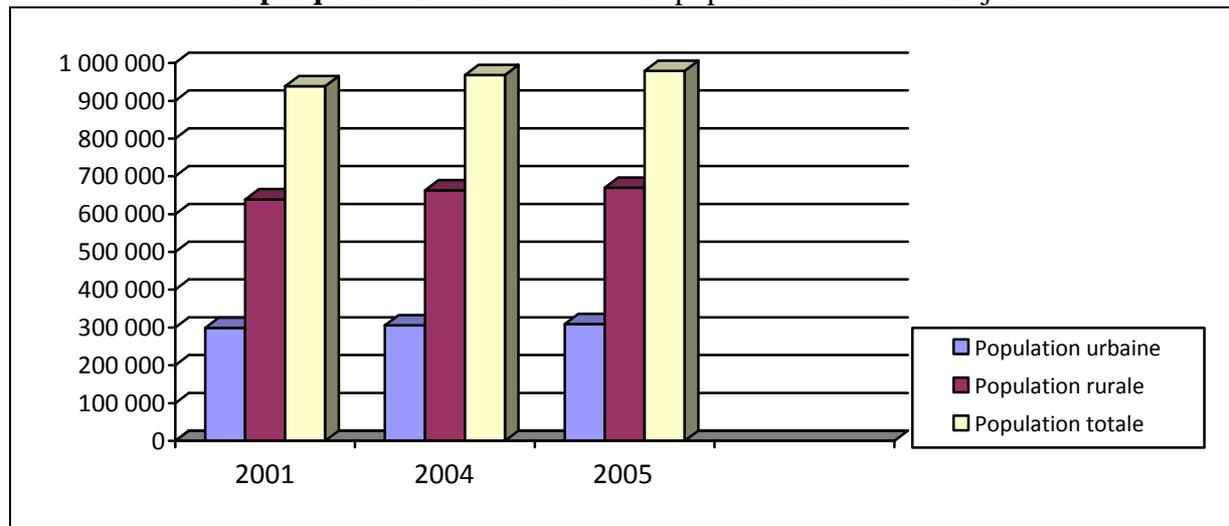
1998	2000	2001	2003	2004	2006	2007
856 840	927 089	938 130	958 189	968 299	990 950	1 002 644

Source : ONS et annuaires statistiques de wilaya

La population à Béjaïa reste majoritairement rurale. Elle représente un peu plus de 68 % de la population totale. Quelques communes seulement sur l'ensemble des 52 communes ont une population urbaine supérieure à celle rurale : Béjaïa, Akbou, Sidi-Aich, El Kseur.

¹ Direction de la Planification et des Statistiques de Béjaïa, anciennement appelée DPAT (Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire).

² DPSB, 2010.

Graphique IV. 2 : Croissance de la population urbaine à Béjaia

Source : Fait à partir des données de la DPAT

La concentration de la population est nette, puisque 61 % des habitants vivent dans les chefs-lieux, 26 % dans les agglomérations secondaires et le reste dans des hameaux et les zones éparses. Quand à la densité de la population, elle est disparate d'une commune à une autre. Celle-ci enregistre en 2010 trois pics, à Sidi Aich (1823 hab./km²), Béjaia (1509 hab./km²) et à Akbou (1041 hab./km²), alors que dans d'autres, la densité ne dépasse pas les 100 hab./ km², avec 60 hab./km² à Toudja et Tamokra, 50 à Ighil Ali et 24 hab./ km² seulement à Beni K'sila (Tableau IV.4).

Tableau IV.4 : Répartition de la population et densité par communes (2010)

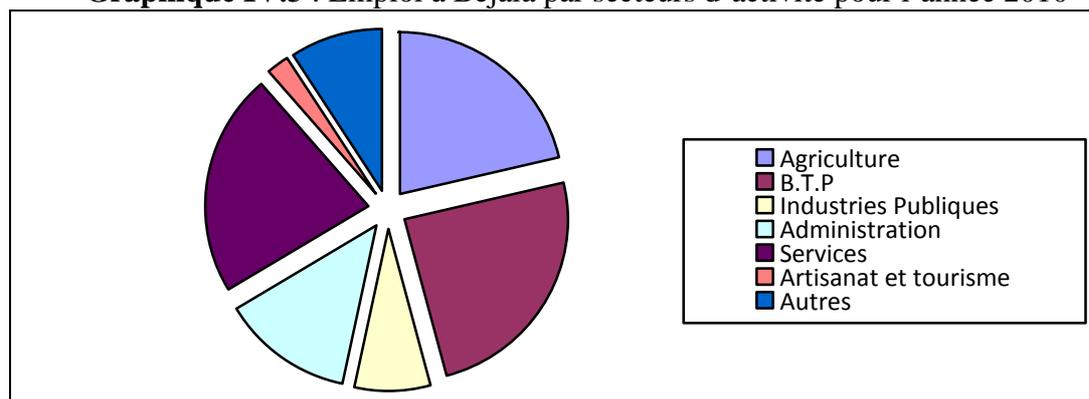
Commune	Population	Superficie (km ²)	Densité	Commune	Population	Superficie (km ²)	Densité (hab./ km ²)
Béjaia	181 386	120,22	1 509	Boujellil	11 707	99,85	117
Akbou	54 299	52,18	1 041	Ait-R'zin	14 841	74,56	199
Tazmalt	29 441	34	866	Beni-Djellil	7 944	27,93	284
El-Kseur	30 412	94,06	323	Fenaia-ilmathen	12 049	45,21	267
Amizour	38 280	109,36	350	Melbou	11 611	47,47	245
Kherrata	35 750	97,69	366	Tizi-n'Berber	12 864	52,76	244
Sidi-Aich	14 036	7,7	1823	Ighil -Ali	9 705	195,37	50
S.-El-Thnine	14 313	26,28	545	Leflay	6 555	9,48	691
Timezrit	26 347	38,09	692	Toudja	10 012	167,13	60
Seddouk	20 964	54,42	385	Kendira	5 464	45,56	120
Ouzallaguen	23 157	61,4	377	Taurirt-Ighil	6 782	71,34	95
Taskriout	16 451	31,06	530	Tamridjt	8 578	53,27	161
Oued-Ghir	19 711	46,32	426	Beni maouche	13 669	94,86	144
Semaoun	13 875	33,98	408	M'cisna	8 085	39,12	207
Souk-Oufella	9 101	13,82	659	Ighram	12 628	50,11	252
Aokas	16 295	27,87	585	Akfadou	7 496	42,01	178
Tala-Hamza	11 898	38,83	306	Bouhamza	9 302	77,86	119
Draa-el-kaid	29 778	123,34	241	Sidi-Ayad	5 519	9,06	609
Ait-Smail	12 009	27,08	443	Tibane	5 157	5,4	955
Feraoun	15 777	41,91	376	Boukhelifa	8 935	116,38	77
Barbacha	17 226	83,77	206	Beni-Ksila	4 467	184,16	24
Chemini	15 566	39,04	399	Tifra	8 563	38,84	220
Derguina	14 414	82,53	175	Tinebdar	5 926	16,61	357
Adekar	13 322	107,6	124	Beni mlikech	8 658	42,8	202
Amalou	8 764	57,14	153	Chellata	9 956	41,6	239
Tichy	16 864	56,66	298	Tamokra	4 090	68,4	60

Source : DPSB 2010

1.2.2. L'emploi

A fin 2010, la population active dans la wilaya de Béjaïa est estimée à 353 350 personnes. La population occupée¹ quant à elle est évaluée à 310 950 individus. Cela donne un taux de chômage de 12 %. Les secteurs pourvoyeurs d'emplois sont, les B.T.P (24,32 %), les services (22,40 %) et l'agriculture (21,51 %). L'administration publique emploie en 2010, 12,86 % de la population active et l'industrie publique 7,64 %. L'Etat assure de ce fait 20 % de l'emploi de la wilaya en 2010.

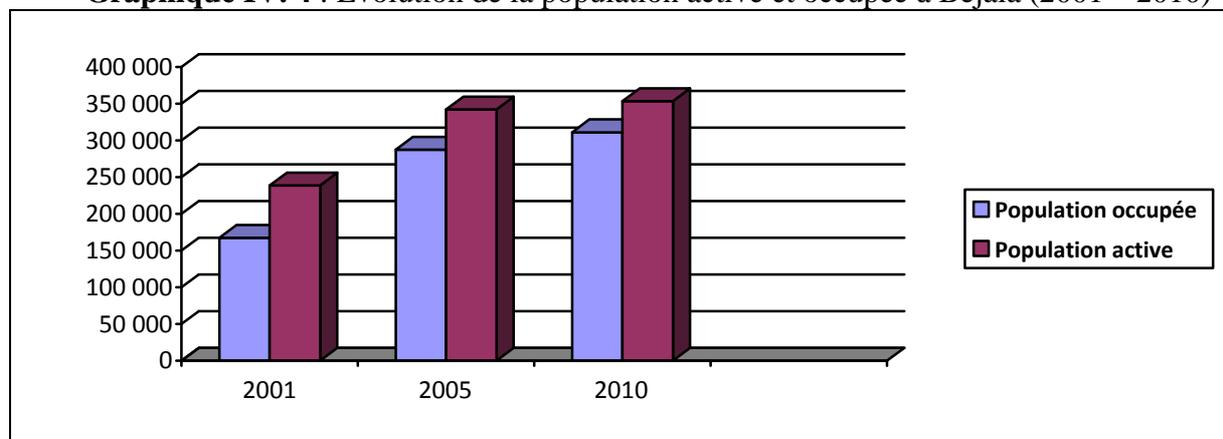
Graphique IV.3 : Emploi à Béjaïa par secteurs d'activité pour l'année 2010



Source : Fait à partir des données de la DPSB, 2010

Les programmes de soutien à l'emploi de jeunes permettent aux jeunes catégories de la population (tranche la plus touchée par le chômage, rappelons-le) l'insertion dans le monde du travail, soit par l'intégration d'entreprises publiques et/ ou privées existantes (Contrat d'insertion des diplômés récemment créé,... ces programmes ont permis la création de 5 324 emplois en 2010, ou bien par la création des jeunes promoteurs, de leur propres projets par le soutien financier de différentes structures (ANSEJ, ANDI, CNAC). La population active a évolué sur une décennie (2001- 2010), de 114 584 individus, en passant de 238 766 à 353 350 personnes. La population occupée, a connu une plus grande croissance en passant de 167 411 à 310 950 personnes. Cette évolution positive à permis de réduire le taux de chômage, de 30 % en 2001 à 12 % à la fin de l'année 2010.

Graphique IV. 4 : Evolution de la population active et occupée à Béjaïa (2001 – 2010)



Source : Etabli à partir des données de la DPAT et DPSB

¹ La population active au sens du Bureau International du Travail : population active occupée, les personnes en situation de sous-emploi et dans l'emploi informel et les chômeurs.

La répartition spatiale de l'emploi est très déséquilibrée sur le territoire de la wilaya, (Tableau IV.5).

Tableau IV.5 : Répartition des entreprises privées et de l'emploi dans la wilaya de Béjaia (novembre 2011)

	Nombre d'entreprises	Effectif	Commune	Nombre d'entreprises	Effectif
Béjaia	4459	11 521	Boujellil	100	434
Akbou	1193	6197	Ait R'zin	123	322
Tazmalt	484	1361	Beni Djellil	117	391
El-Kseur	495	2246	Fenaia-ilmathen	67	361
Amizour	348	1197	Melbou	112	620
Kherrata	417	1196	Tizi-n'Berber	56	161
Sidi-Aich	383	1208	Ighil Ali	66	136
Souk-El-Thnine	310	1099	Leflay	68	232
Timezrit	396	1124	Toudja	70	311
Seddouk	281	1037	Kendira	64	171
Ouzallaguen	248	1004	Taourirt-Ighil	39	92
Taskriout	216	698	Tamridjt	71	151
Oued-Ghir	257	1021	Beni maouche	65	215
Semaoun	209	687	M'cisna	66	221
Souk-Oufella	108	261	Ighram	72	246
Aokas	266	1100	Akfadou	52	146
Tala-Hamza	153	573	Bouhamza	71	116
Draa-el-kaid	204	836	Sidi-Ayad	36	188
Ait-Smail	141	511	Tibane	43	112
Feraoun	150	427	Boukhelifa	51	200
Barbacha	121	429	Beni-Ksila	63	181
Chemini	115	275	Tifra	55	126
Derguina	145	347	Tinebdar	28	135
Adekar	61	269	Beni mlikech	24	38
Amalou	112	240	Chellata	36	58
Tichy	256	1051	Tamokra	10	17
Total entreprises : 13 153			Total emploi : 43 296		

Source : Direction de la PME et de l'artisanat de Béjaia

La concentration géographique des entreprises au niveau de la wilaya de Béjaia est claire, à travers la lecture du tableau IV.5, et la répartition de l'emploi suit cette concentration. En effet, près de la moitié de l'emploi est fourni par trois communes (Béjaia, Akbou et El Kseur) dont 26 % pour la seule commune de Béjaia. Le reste de l'emploi est réparti de manière tout aussi déséquilibrée sur le reste de la wilaya, certaines communes (Amizour, Oued Ghir, Timezrit, Ouzallaguen, Sidi Aich, Kherrata...) étant mieux positionnées que d'autres (Taourirt Ighil, Tinebdar, Beni Mlikech, Chellata, Tamokra...). La situation n'est pas propre à la wilaya de Béjaia car elle touche le pays dans son ensemble, ou à l'échelle nationale, les grandes métropoles (Alger, Oran, Annaba) ainsi que les zones urbaines subissent une pression ; au niveau régional, c'est le chef-lieu de wilaya ainsi que les villes qui subissent cette pression.

2. AGRICULTURE, PÊCHE ET AGROALIMENTAIRE A BEJAIA

L'agriculture, la pêche et l'industrie agroalimentaire sont des activités économiques emblématiques dans la wilaya de Béjaia.

2.1. L'AGRICULTURE

La wilaya de Béjaia possède un visage agricole depuis des siècles, la disponibilité de l'eau¹ y est sans doute pour quelque chose, aussi l'agriculture de subsistance a été la principale activité des populations habitant les montagnes jusqu'à l'indépendance du pays, et même quelques décennies plus tard.

2.1.1. Surface agricole utile

La wilaya dispose d'une surface agricole utile de 130 348 ha, ce qui correspond à 40 % du territoire dont seulement 5,06 % est irriguée. Les potentialités foncières agricoles de la wilaya sont situées particulièrement dans le long de la vallée de la Soummam et dans les plaines côtières-Est. La nature des sols a favorisé le développement de la culture du maraîchage, des agrumes, des fourrages alors que l'élevage se focalise sur le bovin laitier et l'aviculture.

L'arboriculture est développée dans les zones de piémonts et de montagne, les espèces dominantes sont l'olivier et le figuier, quant aux cultures maraîchères elles sont pratiquées sur des espaces réduits avec le recours aux serres, orientées vers l'autoconsommation ainsi que vers le marché (DPSB, 2010).

La superficie forestière totalise 122 500 ha ce qui représente 38 % de la superficie totale de la Wilaya, dont 58 700 Ha de forêts et 63 800 ha de maquis, avec les essences forestières dominantes qui sont le chêne liège, chêne zen, chêne afarès et le pin d'Alep. L'activité économique principale est la récolte du liège avec 3 030 qx et celle du bois avec 6 761,5 m³ répartis en bois d'œuvre 551,5 m³, bois d'industrie 2 019 m³ et 4 191 m³ de bois de chauffage.

Tableau IV.6 : Répartition des terres agricoles par Daira à Béjaia (2010) (hectare)

	Cultures permanentes	Terres labourables	Total	dont Irriguées	Pacages et parcours	Forêts
Béjaia	667	1 519	2 186	340	7 070	12 148
Tichy	1 139	2 259	3 398	526	3 235	10 666
Akbou	8 317	3 210	11 526	589	4 211	3 024
Amizour	8 087	8 313	16 400	1 003	1 514	1 244
Adekar	1 346	1 002	2 348	170	3 496	28 340
Seddouk	10 787	5 221	16 008	509	1 744	2 953
Kherrata	1 875	7 900	9 775	250	3 783	3 548
Timezrit	1 586	1 479	3 065	460	20	555
Sidi Aich	2 863	3 152	6 014	49	597	852
Chemini	3 559	1 321	4 880	14	1 166	2 813
Souk el Tenine	1 446	1 787	3 231	309	1 184	4 948
El Kseur	3 541	7 943	11 483	742	775	16 704
Barbacha	3 142	2 284	5 426	35	1 110	4 896
Darguina	1 257	2 152	3 409	367	1 060	5 730
B. Maouche	4 226	1 084	5 310	85	1 180	1 044
Aokas	2 327	561	2 888	282	160	3 991
Ifri Ouzellaguen	2 230	1 235	3 465	395	209	1 786
Tazmalt	7 080	2 892	9 972	375	718	4 783
Ighil Ali	8 047	1 517	9 564	100	2 427	12 475
TOTAL	73 521	56 827	130 348	6 600	29 359	122 500

Source : DPSB, 2010

¹ Lorsque nous parlons de la disponibilité de l'eau dans la wilaya de Béjaia, c'est toujours par rapport au reste de l'Algérie, car la région est sujette à un stress hydrique.

Les Dairas qui disposent des SAU les plus importantes sont : Amizour (16 400 ha.) ; Seddouk (16 008 ha.) ; Akbou (11 526 ha.) ; El Kseur (11 483 ha.) ; Tazmalt (9972 ha.) ; Kherrata (9775 ha.) ; Ighil Ali (9972 ha.). L'essentiel étant concentré dans la Vallée de la Soummam. En 2006, on compte à Béjaïa 36 292 exploitations agricoles, presque totalement (98 %) exploitées par le secteur privé. Le reste est réparti entre les EAC et les EAI et deux fermes pilotes.

Tableau IV.7 : Répartition des exploitations agricoles de la wilaya

Désignation	Nombre
EAC	218
EAI	531
Exploitations privées	35 561
Fermes pilotes	02
Total	36 292

Source : DPAT (2006)

2.1.2. La production agricole

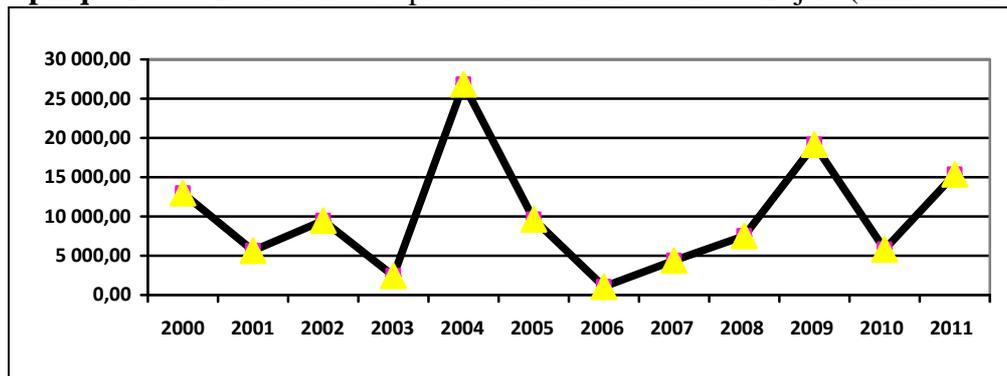
La production agricole reste insuffisante dans la wilaya de Béjaïa pour subvenir aux besoins de la population. Différents produits sont cultivés dans la région, mais certains produits sont mieux développés que d'autres en raison des caractéristiques géo-climatiques de celle-ci. Le caractère imposant de la montagne, qui couvre 3 /4 de la wilaya, influe aussi sur l'activité agricole d'une manière générale. Les produits qui affichent les meilleurs niveaux de production sont : l'huile d'olive, les maraichages, les fourrages, les figes et les agrumes. L'arboriculture (huile d'olive, agrumes et figue) souffre du vieillissement du verger d'une part et de la désertion des zones rurales, les jeunes n'ayant plus la même approche du travail de la terre que leurs parents. Ce qui représente à long terme une perte économique et patrimoniale, spécialement pour les produits du terroir (à l'exemple de la figue).

Tableau IV. 8 : Les principales productions végétales à Béjaïa (Quintal)

Produit	2000	2005	2011
Céréales	80 260	116 190	110 830
Cultures maraichères	411 913	423 335	659 671
Fourrages	148 000	221 340	371 850
Olives	642 939	529 113	309 182
Agrumes	101 920	160 820	128 678
Légumes secs	-	12 324	9 135
Cultures industrielles	-	31 115	23 630
Vigne de table	-	22 705	22 241
Figes	128 740	141 650	322 817

Source : Annuaires statistiques de la wilaya (2005, 2010) et D.S.A.

La wilaya de Béjaïa est le premier producteur d'huile d'olive en Algérie ; mais la production est très instable, pouvant varier du simple au double et même triple, à la hausse comme à la baisse d'une année à l'autre. C'est lié aux variations de la pluviométrie dans la région.

Graphique IV. 5 : Evolution de la production d'huile d'olive à Béjaia (millier de litres)

Source : Etabli à partir des données de la D.S.A

La production d'huile d'olive, a connu une baisse entre 2000-2003, avec un niveau de production inférieur à 15 millions de litres. En 2004, elle atteint un niveau record, avec une production de 26, 81 millions de litres, pour subir ensuite une baisse. Pour l'année 2009, elle est de 20 millions de litres et en 2011, elle est de 15,38 millions de litres.

La production animale, a connu de son côté une évolution, décrite dans le tableau IV.9.

Tableau IV. 9 : Les principales productions animales à Béjaia (Quintal)

	2000	2005	2010
Viandes blanches	23 580	41 430	104 531
Viandes rouges	15 234	58 778	37 019
Lait (litres)	18 880 200	27 406 870	33 246 530
Œufs (10 ³ unités)	170 240	252 575	314 624
Miel	-	1200	1 080
Laine	-	550	800

Source : Annuaire statistiques de la wilaya (2005, 2010)

La production de la viande blanche, du lait et des œufs a connu chacune une croissance en volume. Celle des viandes rouges a connu une évolution considérable entre 2000 et 2005, mais a subi une baisse entre 2005 et 2010. La production laitière est passée de 18,88 millions de litres au début de la décennie à un peu plus de 33 millions de litres en 2010. La production d'œufs a, elle aussi connu la même évolution.

Tableau IV. 10 : Evolution de l'effectif du Cheptel à Béjaia

	2001	2007	2010
Bovins	26 420 dont 10 515 vaches laitières	29 875 dont 11 400 vaches laitières	31 685 dont 11 900 vaches laitières
Ovins	75 840 dont 31 190 brebis	91 410 dont 34 800 brebis	99 360 dont 36 885 brebis
Caprins	37 280 dont 20 750 chèvres	33 535 dont 17 870 Chèvres	42 780 dont 19 700 chèvres
Poulet de chair (sujet)	2 372 000	1 951 000	2 894 000
poule pondeuse	993 000	1 654 950	1 514 960

Source : Annuaire statistiques de la wilaya de Béjaia

La production animale progresse globalement mais enregistre des accrocs régulièrement et son évolution est trop lente sur une décennie complète.

2.1.3. Difficultés du secteur agricole à Béjaia

Le secteur agricole dans la wilaya de Béjaia souffre de plusieurs contraintes qui font obstacle à l'objectif de la sécurité alimentaire. Pour avoir une idée sur la situation, nous nous sommes rendus à la Chambre d'Agriculture de la Wilaya (CAW), qui nous a donné une idée générale sur la situation du secteur dans la région.

- **Contraintes naturelles.** Le caractère montagneux de la région limite l'usage de machines, indispensables pour une culture intensive.
- **Contraintes humaines.** Presque partout l'agriculture est le lot des vieux et des analphabètes, les jeunes préférant lier leur vie à d'autres secteurs et d'autres activités. Il s'en suit que le savoir et le savoir-faire vont s'effilochant jusqu'à quasi-disparition.
- **Contraintes techniques.** Les équipements agricoles coûtent très cher ce qui les met hors de portée des propriétaires des petites exploitations et des lopins de terre.
- **Contraintes de financement.** L'agriculture est encore soumise au cycle de la nature. Il peut se passer plusieurs mois (ou plusieurs années comme pour l'olivier) entre le moment de la plantation et celui des récoltes ; laps de temps au cours duquel il faut pouvoir faire vivre sa famille par d'autres moyens.
- **Contrainte de pollution et pression foncière sur la vallée de la Soummam.** La pollution de la Soummam par les déchets ménagers et industriels, la concentration de la population et de l'activité économiques (les trois zones industrielles sont situées le long de la vallée), érodent le patrimoine agricole.
- **Contrainte de politique de développement économique.** Le secteur agricole en Algérie, a toujours été marginalisé dans la politique économique globale du pays et il l'est toujours.

On peut citer d'autres problèmes comme celui de la propriété foncière.

L'ensemble de ces contraintes fait que la région n'est auto-suffisante que pour le poulet de chair, les œufs et l'huile d'olive¹.

2.2. LA PÊCHE

La façade maritime de la wilaya de Bejaia est caractérisée par un relief accidenté et un plateau continental très réduit, les zones d'intervention pour la production halieutique sont la zone côtière, la pêche au large, la pêche hauturière, la pisciculture en milieu continental et en mer ouverte. Le stock pêchable de la frange côtière est estimé à 10 000 tonnes / an, en plus des possibilités de pêche en sites aquacoles continentaux.

Tableau IV.11 : Evolution de la production halieutique par espèce (tonne)

	2005	2006	2007	2010
Poissons démersals (blanc)	258	277	318	191
Petits pélagiques : sardines, sauret	2016	4465	2881	2420
Grands pélagiques : Thon, bonite	22	17	0,47	-
Requins, squales	07	15	18	19
Crustacés : crevettes, langoustes	44	48	40	28
Mollusques : sépia, poulpe	34	38	36	39
Total	2381	4860	3293	2697

Source : Annuaires statistiques de la wilaya de Béjaia

¹ Chambre d'agriculture de la wilaya.

Le volume de la production halieutique est variable d'une année à l'autre, mais il reste très en-deçà des disponibilités de la région, estimées à 10 000 tonnes/an. Pourtant, la région et le pays auraient beaucoup à gagner par une meilleure exploitation de ces ressources, une exploitation durable tout de même. Les produits halieutiques sont une excellente source de protéines et de minéraux, et ils présentent une autre option pour la sécurité alimentaire du pays.

Tableau IV.12 : Sites aquacoles continentaux à Béjaia

Barrage Ighil Emda	Pêche continentale, élevage de l'esturgeon.
Barrage Tichy Haft	empoissonnement, réalisation d'un centre de pêche continentale et élevage de la truite.
Barrage ighzer ouftis	empoissonnement, pêche continentale
Retenue collinaire betelou	empoissonnement, pêche continentale
Retenue collinaire El meroudj	Pêche continentale
Retenue collinaire 17 juin	empoissonnement, pêche continentale
Agoulmim Aberkan	empoissonnement, réalisation d'un centre de pêche et de loisir
Cascade de Kefrida	réalisation d'un éclosier de truite
Agoulmim Ikher	empoissonnement, réalisation d'un centre de pêche et de loisir.

Source : DPSB (2010)

La production réalisée au niveau du barrage d'Ighil Emda de Kherrata pour l'année 2010 est de 38,3 tonnes de poissons d'eau douce (carpes et mulets).

Tableau IV.13 : Evolution de la flottille à Béjaia

Année	2001	2005	2006	2007	2010
Chalutiers	11	12	14	16	19
Sardiniers	12	32	34	34	37
Petits métiers	83	163	166	170	169
Corailleurs	01	01	01	01	01
Total	107	208	215	221	226

Source : DPAT

2.3. L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

La wilaya de Béjaia est l'une des plus dynamiques pour la création de PME. Dans ce point, nous porterons notre intérêt particulier à la branche agroalimentaire, non seulement, parce qu'elle touche notre travail, mais aussi, parce qu'il est reconnu à la wilaya une dynamique dans cette branche. Plusieurs études et projets de recherche ont été réalisés sur le thème à l'université de Béjaia, aussi bien en sciences économiques que dans d'autres spécialités.

2.3.1. Les entreprises agroalimentaires

Pour avoir une idée sur la branche agroalimentaire dans la wilaya, nous avons utilisé plusieurs sources : les études universitaires ayant déjà été réalisées sur la question, les annuaires statistiques de la wilaya de Béjaia, les données de la Direction de la PME et de l'artisanat de Béjaia, Internet (sites des entreprises et annuaires des entreprises¹), et à travers les produits agroalimentaires qui portent le nom et les coordonnées des entreprises pas toujours connues. Le tissu agroalimentaire dans la wilaya est dense. Il est caractérisé par la prédominance du secteur privé. Le secteur public quant à lui ne bénéficie que de quelques

¹ Les pages du Maghreb, Les Pages Jaunes Algérie, Les guides Lumière.

unités sur l'ensemble. L'analyse de la branche agroalimentaire montre qu'il existe une concentration sectorielle et géographique¹ des PMEAA :

- Un nombre important de minoteries et de semouleries, mais aussi de laiteries, des eaux minérales et boissons gazeuses, mais aussi l'huilerie-margarinerie. Des produits comme les viandes, la charcuterie et volaille, la chocolaterie et la confiserie y sont également présents.
- Une concentration géographique des entreprises agroalimentaires le long de la Vallée de la Soummam, spécialement sur les nœuds de Béjaia, El Kseur et Akbou avec une nette prédominance pour Akbou.

La taille de ces entreprises est variable des petites, moyennes et grandes entreprises. Rappelons, que la loi sur l'orientation de la PME distingue entre les entreprises comme suit :

- TPE (Très petite entreprise) : 1-9 employés ; CA < 20 millions DA ;
- Petite entreprise : 10-49 employés ; 100 < CA < 200 millions DA ;
- Moyenne entreprise : 50-250 employés ; 200 millions DA < CA < 2 milliards DA ;
- Grande entreprise : > 250 employés

Tableau IV. 14 : Principales PME / PMI de la wilaya de Béjaia

Noms des Unités et Adresses	Produits et services	Emploi
Semoulerie « L'Email du Grain d'Or » El Kseur	Semoule supérieure et courante	37
Ets A. SFACENE « LA GERBE D'OR » El Kseur	Semoule supérieure et courante	21
Ets A. SFACENE « Moulex » El Kseur	Semoule supérieure et courante	92
SNC Grands Moulins Chibane El Kseur	Farine panifiable, son	34
Sarl Grands Moulins de la Vallée Akbou	Semoules & dérivés	28
Eurl Moulins Ouarti Oued Ghir	Semoule & Farine	52
SNC Sidani & Frères – Bouechene Taskriout	Semoule & Farine	40
Sarl Le Grain Béni Fres Boukoucha Taskeriout	Semoule	40
GMA Grands moulins d'avenir El Kseur	Farine	53
EURL « Le Meunier » Bejaia	Farine panifiable, son	14
SARL MOLINO GRANI Minoterie semoulerie Akbou	Semoules & Farine	66
SOUMMAM GRANI Minoterie semoulerie Akbou	Semoules & Farine	-
Sarl AGRO CEREALES Le Moulin Royal	Semoules & dérivés	58
SARL DANONE DJURDJURA Akbou	Yaourt Crème dessert	732
SARL Laiterie Fromagerie DJURDJURA Akbou	Fromage fondu portions	66
LAITERIE LA VALLEE Tazmalt	Lait pasteurisé L'ben	57
Laiterie Soummam	Lait, yaourt	-
ALMAG Akbou	Margarines et dérivés	21
CEVITAL Raffinerie d'huile Margarinerie Bejaia	Huile Végétale Sucre	886
VALLEE VIANDES Akbou	Viande bovine, ovine et avicole	26
CK FLEISCH ZAC Akbou	Diverses charcuteries Saucisson, saucisse,	50
Condi Volaille ZAC Akbou	Abattage conditionnement volaille	59
IFRI Ighzer Amokrane	Eau Minérale Sodas, jus	363
BTC Ouzellaguen	Eau minérale ALMA	-
ITHRI HAMMIDOUCHE Akbou	Eau minérale OVITALE	-
NOMADE Akbou	Eaux minérales gazéifiées, sodas	-
Limonaderie STAR Ighzer Amokrane	Limonade Jus	63
Golden Drink Akbou	Mise en bouteille jus	-
BGS SOUMMAM Seddouk	Sodas gazéifiés ¼ l Sirops 1 l	20
CORDIAL Adhassi, Ighrem	Limonade et eau gazéifiée Jus de fruits	38
Limonaderie Gadouche El Kseur	Soda 4/4	70

¹ Kheladi M. et al : A l'ère de la mondialisation, la PME peut-elle constituer une voie de développement pour l'Algérie ? Une étude à partir du cas de la wilaya de Béjaia, Laboratoire de recherche Economie et Développement, Université de Béjaia, 2008.

EPEST Toudja	Eau Minérale Naturelle Eau Gazéifiée	90
Limonaderie « RODEO » Akbou	Boissons gazeuses	14
COJEK EL-KSEUR	Conserverie	126
TCHIN-LAIT Bejaïa	Lait UHT	234
C.O.G.B La Belle, Béjaïa	Huile alimentaire, savons	611
Laiterie d'Amizour	Lait, raïb, lben	57
Pâtes et couscous El Haja, El Kseur	Couscous, pâtes et semoule	-
Les Grands moulins de la Soummam, Sidi Aich	Semoule, farine, produits dérivés	-
Groupe ERIAD Sétif, unite de Kherrata,	Semoule, farine, produits dérivés	-
GMF ZAC Taharacht Akbou	10 Chambres froides	50
Savonnerie Gueldmane Akbou	Détergents	-
Benseba Karim Sarl Betonex Akbou	Production de béton et agglomérés	85
Société des Céramiques de la Soummam Bejaïa	Carreaux céramiques	301
Nouvelle Briqueterie de la Soummam Amizour	Briques creuses 50.000 T/An	102
Carrière SAIDANI & Fils Boudjellil	Gypse	3
Carrière BENAMARA Boudjellil	Gypse	5
ZIANE Md Larbi & Fils Beni Mansour	Agrégats	8
Kacira Extraction plâtre Boudjellil	Gypse pour plâtre : 300 sacs/j	6
Tous Agrégats Mehrira Kherrata	Calcaires pour agrégats	30
gravmex mehrira kherrata		30
N ^{velle} Carrière Boudjellil	Calcaires pour agrégats	17
GRAVEM Melbou	Calcaires pour agrégats	-
Agrégats Chréa Ouzellaguen	Calcaires pour agrégats	-
MINSOLHYD Chellata	Calcaires pour agrégats	11
Littoral Agrégats Aokas	Calcaires pour agrégats	-
SEMC Zenati Boukhelifa	Granodiorite pour agrégats et pierres de taille	-
Amroune MC Tinebdar	Argile pour matériaux de construction	-
Tufs Tinebdar	Tufs volcaniques pour ajout de ciment	-
« Etoile Filante » Tala Hamza	Survêtements Maillots Sports Cuisette sport	17
El Vaaz El Kseur	Pantalons Chemises Salopettes	98
SICAM. Bejaïa	Boutons jeans, Boutons-pression	21
SIVEA Bejaïa	Vis à Bois	0
SIBEA Unité Bejaïa et Unité El Kseur	Fil recuit, Pointes de Paris, Tiges filetées	199
TREIFERIE DE LA SOUMMAM Bejaïa .	Treillis soudé fil d'attache	184
SERAL Bejaïa (Unité ZAC Toudja)	Menuiserie aluminium Ferronnerie, PVC, Automatismes	48
Groupe CEVITAL filiale BATICOMPOS Beni Mansour	Panneaux Sandwich, Tôles nervurées, Faits Plafonds, Pièces Façonnées	168
SIMB Bejaïa	Unité de charpente Métallique Unité vente, entretien et réparation véhicules	128
Entreprise de Travaux de Distribution d'Energie Bejaïa	Réalisation réseaux électriques et gaz.	144
AMIMEUR ENERGIE Seddouk	Groupes électrogènes Postes à souder	261
S.E.P Bejaïa Extrusion plastique	Graine électrique Bâtiment Tubes et Tuyaux	14
GENERAL EMBALLAGE Akbou	Plaques en carton ondulé	115
FLY MOUSSE El Flaye	Blocs de mousse polyéthylène (180x130x90)	22
ALL PLAST Akbou	Pots, bouteilles de yaourt, barquettes margarine	112
Akbou Plastique, Akbou	Transformation plastique Emballage	20
BATELEC Akbou	Accessoires électricité bâtiment	34
AB Cuisine Plus El Kseur	Eléments de cuisine Meubles de bureaux	60
Total Emploi : 6448		Total Unités : 80

Source : Direction de l'industrie et des mines, publié dans l'annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa (2010) et Direction de la PME et de l'artisanat de Béjaïa (2011)

La moitié des 80 PME est dans l'agroalimentaire.

Tableau IV.15 : Recensement des PME par branche d'activité

Branche d'activité	Nombre	%
Industrie agroalimentaire	18	48,64
Mines et carrières	05	13,51
Métallurgie	04	10,81
Plastique	02	5,41
Textiles	02	5,41
Matériaux de construction	02	5,41
Divers	04	10,81
Total	37	100

Source : Annuaire statistique de la wilaya, DPAT, 2001.

2.3.2. Emploi dans la branche agroalimentaire

En 2010, les entreprises agroalimentaires représentent 4 % des PME de la wilaya tous secteurs confondus et fournissent plus de 8 % de l'emploi, cela représente deux fois l'emploi dans le secteur agricole pour la même année.

Tableau IV.16 : Nombre de PME par secteur d'activité

Secteurs d'activité	PME	Emploi
Agriculture et pêche	327	1 804
Eaux et énergie	-	-
Hydrocarbures	-	-
Services et travaux publics pétroliers	-	-
Mines et carrières	23	503
I.S.M.M.E	282	1 658
Matériaux De construction, céramique et verre	225	1 701
Bâtiments et T P	3 135	14 428
Chimie, caoutchoucs et plastique	66	726
Industries agroalimentaires	508	3 641
Industrie textile, bonneterie et confection	101	276
Industrie des cuirs et chaussures	08	14
Industries du bois, liège, papier et imprimerie	609	1 400
Industries diverses	26	36
Transports et auxiliaires, communication	2 380	4 484
Commerces	2 473	6 379
Hôtellerie et restauration	639	1 609
Services fournis aux entreprises	780	2 858
Service marchand fournis aux ménages	718	1 603
Etablissements financiers	15	207
Affaires immobilières	75	269
Services pour collectivités	284	702
TOTAL	12 674	44 298

Source : Annuaire statistique de la wilaya, DPSB, 2010.

La performance de certaines entreprises agroalimentaires de la région dépasse les frontières locales en desservant d'autres régions de l'Algérie, et pour certaines d'entre-elles toute l'Algérie, à l'exemple de Cevital, Laiterie Soummam..., mais aussi en exportant (Cevital, Laiterie Soummam, Sarl Ifri...). Cette dynamique agroalimentaire a ou peut avoir aussi des effets d'entraînement sur d'autres activités : services fournis aux entreprises, industries de l'emballage, transport et distribution, ... mais l'effet, le plus « convoité » (de notre point de vue) serait de tirer en amont le secteur agricole. Cependant, et dans l'état actuel

des choses, tel n'est pas le cas, car les entreprises s'approvisionnent en matières premières sur les marchés internationaux (pour plus de 90 % des besoins). La concurrence due à la multiplicité des entreprises favorise une offre de qualité, ce qui est un aspect positif, pour les consommateurs et même pour l'entreprise elle-même.

2.3.3. Les contraintes de l'IAA locale

La branche agroalimentaire dans la wilaya de Béjaia rencontre certaines contraintes liées soit à l'environnement économique ou bien propres à cette branche¹.

Contraintes liées à l'environnement économique.

Ces contraintes sont l'ensemble des difficultés rencontrées par les entreprises dans l'exercice de leur activité. Elles se résument dans ce qui suit :

- Contraintes administratives liées à la lourdeur des différentes procédures administratives, à la bureaucratie. Cela cause une perte de temps énorme et parfois - si ce n'est la plupart des cas - il faut payer pour faire avancer son *business*.
- Contraintes de financement bancaire : le système bancaire algérien est dominé par les banques publiques, malgré l'ouverture du secteur aux capitaux privés nationaux et étrangers depuis 1990. De ce fait, le secteur bancaire reste rigide et l'accès au crédit difficile.

Contraintes propres aux entreprises agroalimentaires.

Ces contraintes sont liées principalement à la dépendance des PMEAA des marchés étrangers, que se soit au niveau des équipements ou bien des matières premières. Cette situation est due à la faible production agricole et industrielle nationale. Cela soumet les entreprises aux aléas des marchés internationaux (fluctuation des prix), mais aussi les rend dépendantes techniquement d'une main d'œuvre étrangère.

Il a été abordé la concentration géographique des PMEAA dans les trois zones industrielles de la wilaya. Ci-après sont énumérées ces zones ainsi que les zones d'activité.

Tableau IV. 17 : Zones d'activité et zones industrielles à Béjaia au 31 / 12 / 2010

Commune	Zones industrielles		Zones d'activité	
	Superficie m ²	Superficie cessible m ²	Superficie m ²	Superficie cessible m ²
Béjaia	1 188 940,00	959 501,00	28 081,00	13 389,60
Akbou	402 450,00	388 997,00	248 521,00	163 437,00
			224 895,00	156 700,00
El- Kseur	495 745,00	324 375,18	159 209,00	91 727,88
Oued Ghir			91 600,00	56 626,00
F. Ilmaten			100 501,00	61 733,00
Toudja			83 039,00	44 768,00
Seddouk			29 500,00	15 272,00
			20 520,00	12 279,00
Ouzellaguen			36 179,00	22 385,90
Timzrit			35 503,00	13 035,80
Amizour			24 760,01	15 287,83
Akfadou			26 637,00	12 707,00
Tala Hamza			40 490,00	32 090,00
Aokas			44 500,00	13 793,50
Souk el Tenine			89 964,00	56 366,07
Taskriout			16 053,00	7 749,62
Adekar			44 270,00	30 888,00
Taourirt Ighil			30 920,00	
Total	2 087 135,00	1 672 873,18	1 126 621,01	1 640 472,40

Source : Direction de l'Industrie et des mines, dans l'annuaire statistique de la wilaya (2010).

¹ Ouyahia M. : Analyse de la dynamique des industries agroalimentaires : Cas du secteur privé de la wilaya de Béjaia, Mémoire de magister, Université de Béjaia, 2005, pp. 177-178.

La branche agroalimentaire occupe une place importante dans la wilaya de Béjaia, que ce soit en nombre d'entreprise, leur performance (qualité des produits), la création d'emploi, la création de valeur ajoutée ainsi que les effets d'entraînement sur d'autres activités dans la région. Cette performance dépasse, pour certaines d'entre-elles les frontières nationales et exportent même à l'étranger. Cependant, cette branche rencontre des difficultés, spécialement la dépendance d'approvisionnement en matières premières mais aussi en équipement.

3. TRANSPORT ET ACTIVITE COMMERCIALE

Le transport est l'un des facteurs fondamentaux influant l'activité de distribution. Cette section va aborder deux points : le transport ainsi que l'organisation de l'activité commerciale dans la région.

3.1. LE TRANSPORT

La wilaya de Béjaia dispose des différents modes de transport : routier, ferroviaire, maritimes et aérien. Ci-après sera faite une description succincte de ce secteur, mais ce qui nous intéresse est le transport de marchandises et non celui de personnes. Pour cela, il sera fait une description des différentes infrastructures existantes.

3.1.1. Le réseau routier

Le réseau routier de la wilaya de Béjaia est composé de 11 routes nationales, de 27 chemins de wilaya ainsi que des routes communales. Les routes nationales et les chemins de wilaya sont en bon état à hauteur de 64 %, et dans une mesure moindre pour les routes communales dont 40,8 % seulement sont en bon état.

Tableau IV. 18 : Etat des routes nationales à Béjaia

	Bon état	Moyen état	Mauvais état	Total	Revêtu	non revêtu	Total
Adekar	55,50	0,00	22,00	77,50	57,50	20,00	77,50
Seddouk	39,00	0,00	0,00	39,00	39,00	0,00	39,00
Sidi Aïch	15,70	0,20	0,00	15,90	15,90	0,00	15,90
Akbou	58,50	13,70	11,30	83,50	83,50	0,00	83,50
Kherrata	28,10	27,70	9,10	64,90	64,90	0,00	64,90
Amizour	31,40	39,70	18,80	89,90	89,90	0,00	89,90
Béjaia	57,50	0,00	16,00	73,50	73,50	0,00	73,50
Total	285,70	81,30	77,20	444,20	424,20	20,00	444,20

Source : DPSB, 2010

En 2010, la wilaya de Béjaia dispose de 444, 20 kms de routes nationales presque totalement revêtues (plus de 95 %), mais seuls 2 km sur 3 sont en bon état.

Tableau IV. 19 : Les routes nationales à Béjaia (kms)

Désignation	Lieu Origine	Lieu Fin	Longueur
RN 12	Limite Wilaya de Tizi Ouzou	Entrée Bejaia Bir Slam	69,00
RN 09	Pont de la Soummam (Bejaia)	Limite Wilaya de Setif	66,40
RN 09 "A"	Kherrata Merouaha	Limite Wilaya de Setif	13,00
RN 24	Limite Wilaya de Tizi Ouzou	Aâmriw Bejaia	60,50
RN 26	Pont El Kseur	Limite Wilaya de Bouira	62,40
RN 75	Intersection (RN9, RN75) Iryahen	Limite Wilaya de Setif,	52,00
RN 43	Carrefour S. El Tenine	Limite Wilaya de Jijel Sahel	11,50
RN 74	Limite Wilaya de Setif	Carrefour Takerietz RN26	40,00
RN 34	Limite Wilaya de Tizi Ouzou	Lambert Adekar	20,00
RN 26 "A"	Ville Akbou	Col des Caines Chellata	16,90
RN 106	Limite Wilaya avec B. B. Arreridj	Carrefour RN26 Allaghen	32,50
TOTAL			444,20

Source : DPSB, 2010

Tableau IV. 20 : Etat des chemins de wilaya à Béjaia

	Bon état	Moyen état	Mauvais état	Total	Revêtu	non revêtu	Total
ADEKAR	41,00	0,00	10,50	51,50	51,50	0,00	51,50
SEDDOUK	39,20	14,90	26,90	81,00	81,00	0,00	81,00
SIDI AICH	73,70	8,00	18,80	100,50	100,50	0,00	100,50
AKBOU	73,25	0,00	0,90	74,15	74,15	0,00	74,15
KHERRATA	34,00	22,00	19,00	75,00	75,00	0,00	75,00
AMIZOUR	102,20	24,40	74,65	201,25	201,25	0,00	201,25
BEJAIA	60,00	2,50	13,10	75,60	75,60	0,00	75,60
TOTAL	423,35	71,80	163,85	659,00	659,00	0,00	659,00

Source : DPSB, 2010

Les chemins de wilaya totalisent en 2010, 659 kilomètres. La totalité des ces chemins est revêtue, alors que 64 % de ceux-ci sont en bon état et 75 % sont en bon et moyen état (25 % des chemins de wilaya sont en mauvais état).

Tableau IV. 21 : Etat des chemins communaux à Béjaia

	Bon état	Moyen état	Mauvais état	Total	Revêtu	non revêtu	Total
ADEKAR	56,60	15,50	29,50	101,60	101,60	79,50	181,10
SEDDOUK	72,10	52,30	37,50	161,90	161,90	135,80	297,70
SIDI AICH	95,88	74,29	67,15	237,32	237,32	117,45	354,77
AKBOU	247,20	45,90	27,00	320,10	320,10	94,70	414,80
KHERRATA	189,50	137,00	91,00	417,50	417,50	164,70	582,20
AMIZOUR	197,40	12,70	274,00	484,10	484,10	30,60	514,70
BEJAIA	428,50	127,30	253,20	809,00	809,00	0,00	809,00
TOTAL	1287,18	464,99	779,35	2531,52	2531,52	622,75	3154,27

Source : DPSB, 2010

Les chemins communaux totalisent un peu plus de 3154 kms, dont 80 % sont revêtus, et seulement la moitié en bon état. Sur presque une décennie (2001- 2010), le réseau routier de la wilaya de Béjaia a peu évolué.

Tableau IV. 22 : Evolution de la consistance du réseau routier à Béjaia entre 2001 et 2010

Désignation	2001	2010
Total de routes nationales (Kms)	411,70	444,20
Total des chemins de wilaya (Kms)	515,60	659,00
Total des chemins communaux (Kms)	3006,58	3154,27

Source : Annuaires statistiques de la wilaya (2001, 2010)

Le réseau routier étouffe depuis quelques années déjà et la situation, persiste jusqu'à ce jour. Des chaînes de véhicules se forment chaque jour, surtout aux heures de pointes, et de nombreux points noirs se forment, à différents endroits : les Quatre Chemins, le centre-ville, depuis Aamriw jusqu'au lieu dit El Quods, mais aussi sur les routes nationales, RN 26, menant à Alger... Le nombre de véhicules semble dépasser l'espace disponible. Plusieurs facteurs peuvent expliquer la situation :

- L'urbanisation anarchique et accélérée dans la région, où l'on construit mais on ne gère pas ce qui implique une concentration de plus en plus de la population et la pression que cela engendre sur les différentes infrastructures y-compris sur le réseau routier ;
- La croissance du parc automobile, sans une suite dans les infrastructures ;
- L'activité du port de Béjaia, qui dessert un vaste hinterland.
- La croissance des principales villes de la région : Béjaia, El Kseur, Akbou ;
- La croissance des besoins du transport lié à l'activité économique et au transport de personne ;
- L'étroitesse naturelle de la région.

Pour remédier à la situation, un ensemble de projets est envisagé, certains de ces projets ont été finalisés, d'autres sont en cours et d'autre en phase d'étude.

Ouvrages fini : l'échangeur reliant Mellala à Tichy. L'échangeur permet d'éviter les Quatre Chemins ; la Trémie d'Ihaddaden, achevée en 2011 et opérationnelle depuis.

Projet en cours : Actuellement, les travaux sont lancés pour réaliser la trémie d'Aâmriw au centre de Béjaia pour soulager le centre ville de l'engorgement répétitif et devenu habituel.

Projets attendus : l'échangeur des Quatre Chemins, la pénétrante Béjaia- Auto - route Est-Ouest.

3.1.2. Le port de Béjaia

Le port de Bejaia est un atout stratégique pour toute la région aussi bien pour le transport de marchandises que celui des voyageurs. Sa consistance est composée de **3** bassins d'une superficie de plus de 156 ha, d'un terre-plein de **50** ha et **2 730** ml de quais cernés par cinq jetées d'une longueur totale de 3 400 ml.

Tableau IV. 23 : Trafic de marchandises au port de Béjaia au 31/12/2010 (tonne)

Marchandises embarquées	Marchandises débarquées	Total
3 419 096	9 301 676	12 720 772

Source : DPSB, 2010

Le port nécessite une extension pour pouvoir répondre au trafic de marchandises croissant, le projet est attendu depuis une vingtaine d'années.

3.1.3. L'aéroport

Le réseau aéroportuaire relie Bejaia au Sud algérien, à Alger et à l'Europe avec des vols

réguliers. L'infrastructure se compose d'une piste de 2 400 m x 45, d'une aérogare de 250 passagers/jour en moyenne et une aire de stationnement de 24 576 m². L'aéroport de Béjaia se limite au transport de personnes.

3.1.4. Le chemin de fer

L'infrastructure ferroviaire dispose d'une voie longue de 90 km (Bejaia-Beni Mansour) et de 9 gares au niveau des principaux centres urbains de la vallée de la Soummam par lesquelles ont transité près de 130 513 voyageurs (2010). L'activité de la SNTF en 2007 a permis aux 1722 wagons mobilisés de transporter 79 110 tonnes de marchandises et près de 9 900 colis soit 137 000 kg.

Il reste beaucoup à réaliser dans le secteur des transports pour en faire un facteur de croissance économique dans la wilaya de Béjaia. Les mesures urgentes, s'imposent notamment dans le réseau routier et au niveau du port de la wilaya.

3.2. L'ACTIVITE COMMERCIALE

L'analyse de l'activité commerciale dans la wilaya de Béjaia nécessite un développement qui ne peut être complet dans une sous-section. Ce point du travail sera présenté dans le chapitre 5.

Conclusion du quatrième chapitre

La présentation de la wilaya de Béjaia permet de déceler les potentialités ainsi que les faiblesses économiques de la région. Notre analyse aussi globale qu'elle parait, est orientée du mieux vers les secteurs qui touchent l'activité de distribution.

L'agriculture, activité maitresse dans la région, souffre de nombreuses contraintes, naturelles, humaines, technique, financières... la région, ne s'auto-suffit que pour trois produits, deux en hors sol : le poulet de chair et les œufs, et l'huile d'olive. Un autre secteur-phare de la région, la pêche, avec une façade maritime de 100 kms et un stock pêchable de 10 000 tonnes/an. Cependant, moins de 50 % de ce stock seulement est exploité annuellement. L'industrie agroalimentaire a connu une croissance et tient une place remarquable dans l'activité économique de la région depuis la fin des années 90. La branche, fournit 8 % de l'emploi dans la wilaya en 2010 et représente près de la moitié des PME, mais elle reste dépendante en matière d'approvisionnement en matières premières et en équipements des marchés internationaux.

La présentation des infrastructures de la wilaya, spécialement le transport, montre que le secteur est souffrant à plusieurs niveaux, spécialement le réseau routier mais aussi au niveau du port. Des chantiers sont lancés actuellement dans l'infrastructure routière pour améliorer la situation. L'écosystème de la région est fragile, l'activité économique et l'urbanisation anarchique font pression sur celui-ci. Un développement durable de la région est un impératif, sans quoi la région perdrait à moyen- long terme sa vitalité et deviendrait invivable.

Chapitre 5

Etude de la distribution de quelques produits agroalimentaires à Béjaïa

Dans une économie mondialisée, l'acquisition et la préservation d'un avantage concurrentiel pour l'entreprise est un impératif, sans quoi elle serait évincée du (par le) marché. La distribution est la phase qui suit celle de la production et il n'est pas possible de parler d'un avantage concurrentiel sans une distribution efficace. Un produit compétitif est indissociable d'une distribution efficace.

La présentation de l'économie de la wilaya de Béjaïa permet de faire le constat de l'importance que tient l'industrie agroalimentaire dans le tissu industriel de la région. Depuis, le début des années 1990 et la libéralisation de l'économie nationale, les entreprises aussi bien publiques que privées, sont tenues de distribuer elles-mêmes leur production. La distribution des produits agroalimentaires est le lieu de rencontre de plusieurs intérêts majeurs, aussi bien microéconomiques que macroéconomiques : entre les enjeux de la disponibilité et l'accessibilité de certains produits de première nécessité, l'enjeu de la santé publique, la maîtrise des coûts de distribution pour le producteur mais aussi l'enjeu de la rentabilité de l'activité de la distribution, pour les distributeurs. A la lumière de ces facteurs on se pose la question de savoir comment les entreprises agroalimentaires de la wilaya de Béjaïa organisent cette activité et quelles sont les difficultés qu'elles rencontrent dans son accomplissement.

Ce chapitre est consacré à analyser l'organisation de la distribution de quelques produits agroalimentaires de large consommation dans la wilaya de Béjaïa. C'est un modeste essai pour déterminer l'organisation des circuits de distribution de quelques produits agroalimentaires de base ; ce qui nous a demandé une enquête de terrain. Le chapitre est composé de trois sections. La première présente la méthodologie du travail de terrain, ainsi que l'échantillon enquêté. La deuxième section, est une analyse globale des résultats de l'enquête et la troisième présente les circuits de distribution des principaux produits de large consommation, ainsi que les difficultés rencontrées dans cette activité.

1. LA METHODOLOGIE DE L'ENQUETE

Cette première section est consacrée à la présentation de la méthodologie du travail de terrain.

1.1. COLLECTE DE DONNEES

Le travail de terrain, lorsqu'il est nécessaire, implique une méthodologie de travail ainsi qu'un plan d'action, dans le temps et dans l'espace, pour pouvoir rentabiliser l'effort de recherche. Ci-après est expliquée la méthodologie de collecte de données.

1.1.1. Objectifs de l'enquête

Il a été présenté précédemment l'importance de l'efficacité de la fonction de distribution à l'échelle micro-économique et macro-économique ; la libéralisation de cette activité en Algérie depuis la réforme économique au début des années 90 et l'importance de la

place que tient l'industrie agroalimentaire dans la wilaya de Béjaïa. L'objectif de cette enquête est d'apporter quelques enseignements sur l'organisation de la distribution des produits agroalimentaires dans la wilaya de Béjaïa, mais aussi de déterminer les difficultés existantes et qui peuvent entraver le bon déroulement de cette activité.

1.1.2. Collecte de données sur l'environnement de la distribution (la wilaya de Béjaïa)

La collecte de données sur la wilaya de Béjaïa a été orientée vers les activités qui touchent de près ou de loin à la distribution. Elle a été d'une grande utilité, non seulement elle nous a permis d'approfondir notre connaissance de la région et d'actualiser les données de son économie, mais elle nous a orienté dans l'élaboration d'une partie du questionnaire (cette partie est présentée dans le chapitre 4, nous voulûmes en faire une section, mais elle a dépassée la section). La collecte de données sur la wilaya (sur ses différents secteurs économiques), s'est faite sur la base de travaux universitaires précédents ; de documents officiels (différents annuaires statistiques de la wilaya), mais aussi par les données recueillies directement auprès de différents organismes publics et / ou entretiens (Direction de la PME et de l'Artisanat, DSA, CAW, EPB).

1.1.3. Collecte de données sur l'activité de distribution

Pour déterminer les circuits de distribution des produits agroalimentaires d'étude, des déplacements auprès de différentes entreprises productrices de la wilaya ont été nécessaires, mais aussi des entretiens avec des commerçants (grossistes et/ou détaillants) et des organismes publics (UGCAA¹, OAIC², Direction du commerce de la wilaya, EPB).

1.2. ECHANTILLON D'ETUDE

L'enquête porte sur la distribution de 6 familles de produits agroalimentaires :

- Le lait
- La semoule et farine
- Les pâtes alimentaires
- L'huile de table et sucre
- Le yaourt
- Les boissons (jus et eaux minérales).

Les quatre premières catégories de produits sont des produits alimentaires de large consommation. Le lait, la semoule/farine, sont des produits de première nécessité et dont les prix sont soutenus par l'Etat jusqu'à ce jour ; l'huile de table, le sucre et les pâtes alimentaires sont aussi des produits de large consommation mais leurs prix sont libres, en dépit de leur caractère sensible³. Le yaourt et les boissons produits à Béjaïa sont distribués sur l'ensemble du territoire national, d'où l'intérêt de l'étude de leur distribution ; leurs prix sont, également, libres. Pour chaque produit d'étude, deux ou plusieurs entreprises productives ont été enquêtées. Pour une meilleure description des circuits, l'enquête a touché toutes les tailles d'entreprises aussi bien petites que grandes, publiques et privées.

¹ Union générale des commerçants et artisans algériens.

² Office Algérien Interprofessionnel des Céréales.

³ En 2011, la hausse des prix de l'huile de table a causé un mouvement de colère de la population, ce qui a amené l'Etat à supprimer momentanément la TVA sur ce produit et à limiter sa marge commerciale.

Tableau V. 1 : Entreprises agroalimentaires enquêtées

Catégorie de produit	Entreprises enquêtées	Produits enquêtés	Effectif* total	Adresse	Réponse	
					Favorable	Sans suite
Lait	Laiterie La Vallée	Lait pasteurisé	59	Avenue A. Mira Tazmalt	X	
	Laiterie d'El Kseur	Lait pasteurisé	-	Z.A d'EL Kseur		X
	Laiterie Ramdy	Lait pasteurisé	-	Z.A Taharacht Akbou		X
	Tchin – Lait – Candia	Lait UHT	400	RN N°12, Bir Slem Béjaïa	X	
Semoule, farine	Ets Sfacene Moulex	Semoule	-	Z.I d'El Kseur		X
	Eurl le Meunier	Farine	13	Z.I, 4 Chemins Béjaïa		X
	ERIAD Sétif, Les Moulins de la Soummam	Semoule, Farine	111	Route de la gare, Sidi-Aich	X	
Huile de table	Cevital Agroalimentaire	Huile	4560	Nouveau Quai, port de Béjaïa	X	
	C.O.G.B La Belle	Huile	611	Route des Aures Béjaïa	X	
Sucre	Cevital Agroalimentaire	Sucre	4560	Nouveau Quai, port de Béjaïa	X	
Pâtes alimentaires	Couscous El Haja	Couscous	35	Z.A d'EL Kseur	X	
Yaourt	Laiterie Soummam	Yaourt	688	RN N° 26 Taharacht Akbou,	X	
	Danone- Djurdjura Algérie	Yaourt	850	Z.A Taharacht Akbou	X	
Boissons (jus, eau minérale)	IFRI	Jus, eau minérale	865	Z.I Ahrik, Ighzer Amokrane	X	
	Cojek El Kseur	Jus, conserves	157	Z.I El Kseur	X	
	Société des eaux de Toudja (SET)	Boissons aux fruits, eau minérale	-	Z.A Larbaa, Toudja,	X	

Source : Etabli par nous-mêmes.

*Pour les effectifs des entreprises, ils sont établis à partir des données recueillies auprès des entreprises et des données de la Direction de la PME et de l'artisanat de Béjaïa.

Sur un échantillon de 16 entreprises, 12 ont répondu favorablement.

1.3. CONTENU DU QUESTIONNAIRE ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE

Le questionnaire est divisé en trois parties : une partie réservée à la présentation de l'entreprise, une partie consacrée à la fonction d'approvisionnement en matières premières et une partie (la plus importante) consacrée à l'organisation de l'activité de distribution (voir annexe). Il a été privilégié l'entretien sur la base du questionnaire établi. Cela nous a permis de gagner du temps et nous a épargné de multiples déplacements. La coopération des entreprises nous a été d'un grand apport. Dans ce qui suit, seront analysés ces résultats.

2. ORGANISATION DE LA FONCTION DE DISTRIBUTION

Cette section est une analyse globale de l'organisation de la fonction de distribution auprès des entreprises enquêtées. Nous avons ciblé les zones industrielles de Béjaia, El Kseur et Akbou.

2.1. AIRE DU MARCHE DES ENTREPRISES ENQUETEES

Nous avons volontairement choisi des entreprises qui ont un marché régional ou national. Une plus grande distance entre le lieu de production et le lieu de consommation, implique une organisation différente car elle nécessite l'intervention de plusieurs acteurs, la mise en place de plus de moyens logistiques (transport et/ou stockage)... qui sont autant de coûts. En effet, l'entreprise est tenue d'assurer le niveau de service demandé par les consommateurs (surtout dans un marché concurrentiel), mais en même temps, elle est tenue aussi par les coûts, pour assurer sa pérennité. Dans l'échantillon d'étude, il est à noter ce qui suit :

- Les laiteries (la Vallée, Ramdy, Laiterie d'El Kseur, à l'exception de Tchín-Lait Candia) et l'ERDIAD Sidi-Aich, ont un marché régional, ces entreprises desservent la wilaya de Béjaia et quelques wilayas proches (Bouira, Tizi-Ouezou, Jijel). Le lait en sachet arrive à quelques wilayas du sud algérien grâce à la subvention du transport vers cette région ;
- Le reste des entreprises, dont la majorité sont des grandes entreprises ont un marché national. Cevital (huile de table et sucre), COGB La Belle, Laiterie Soummam, Danone-Djurdjura, IFRI, Cojek, Société Eaux de Toudja (SET), et Tchín-Lait Candia.
- Couscous El Hadja, qui est une petite entreprise produisant du couscous, dessert quelques wilayas du centre et de l'ouest notamment.

2.2. LES ACTEURS DE LA DISTRIBUTION

Toutes les entreprises enquêtées sous-traitent la distribution de leurs produits, y compris dans la région ; cependant, elles assurent une ou plusieurs fonctions dans le circuit. Il leur arrive de faire une distribution directe sur un espace restreint. Les différents acteurs qui interviennent dans le circuit sont : l'entreprise elle-même, les dépositaires, les grossistes, les détaillants et les transporteurs (qui sont des prestataires de services).

2.2.1. Les entreprises

Les entreprises enquêtées assurent l'approvisionnement des distributeurs qui se chargent de la distribution proprement dite. Cependant, le rôle que peut avoir une entreprise dans la chaîne de distribution diffère selon la nature du produit, son prix (fixé, libre) ainsi que la taille de l'entreprise.

Rôle de l'entreprise dans la distribution et nature du produit

Selon que le produit soit fragile (lait et dérivés) ou non, le rôle du producteur n'est pas le même. Pour les produits périssables, il a été constaté un suivi rigoureux de la part des producteurs. Les entreprises ne font pas un contrôle des circuits de distribution et de la conformité des conditions d'hygiène (c'est davantage le rôle des pouvoirs publics), mais elles suivent l'évolution de la qualité de leurs produits après leur sortie de l'usine, dans l'espace et dans le temps (cas du yaourt). La qualité des produits dans la chaîne de distribution sera analysée à part, en raison de son importance. Ce suivi, est aussi bien effectué par les petites que les grandes entreprises.

Rôle de l'entreprise et prix des produits

Pour des produits dont les prix sont fixés par l'Etat, l'intervention des entreprises dans la distribution est quasi-nulle voire nulle. La raison, est claire, la fixité des prix ne permet pas d'investir davantage dans la distribution, car les investissements ne seraient pas amortis. L'exemple du lait est significatif ; les laiteries n'assument que la production, refusant de s'engager sur d'autres segments de la chaîne. Par contre, pour les produits dont les prix sont libres, les entreprises peuvent intervenir de différentes manières et peuvent assurer différentes fonctions.

La taille de l'entreprise

Selon leur taille, les entreprises n'interviennent pas dans l'activité de distribution de la même manière. Les grandes entreprises jouent un rôle plus important et peuvent influencer la distribution de leurs produits plus que les PME. Les grandes entreprises sous-traitent cette activité, mais interviennent et travaillent en coordination avec les autres maillons de la chaîne de distribution. Leur intervention se fait à plusieurs niveaux : transport jusqu'au dépositaire¹ et/ou grossistes ; stockage (par la mise en place des dépôts régionaux) ; découpage territorial qui consiste à assister le dépositaire pour assurer la couverture optimale des zones géographiques (wilaya ou région) ; assistance aux distributeurs par différents moyens rétrocedés (camionnettes, chambres froides, présentoirs frigorifiques ...) ; suivi de la qualité des produits, mais ce point est commun aussi bien aux grandes que petites entreprises. Quand aux PME, leur intervention n'est pas aussi importante, cela est lié sans doute aux moyens que cela implique mais aussi à d'autres paramètres. Les PME font un suivi de la qualité de leur produit après sa sortie de l'usine, pour s'assurer que leurs produits ne présentent pas de risques sanitaires particuliers.

2.2.2. Les dépositaires

Les dépositaires (ou représentants ou distributeurs, sont les *grossistes des grossistes* ; à la différence des grossistes ordinaires, ils sont liés à l'entreprise par un contrat qui leur accorde certains avantages et précise leurs obligations. Ils sont soumis à rendement et ils doivent honorer leurs engagements. En contrepartie, les entreprises les soutiennent de

¹ Le dépositaire est un grossiste qui représente une marque de produit donnée sur un territoire géographique donné. Il est conclut un contrat entre lui et l'entreprise.

différentes manières : moyens de transport rétrocedés et payables à échéance, assistance dans l'organisation des itinéraires de transport, stockage... Ils sont encouragés par des primes de rendement. A l'opposé des grossistes, les dépositaires doivent rendre disponible le produit pour les détaillants en faisant du « porte à porte » et non en attendant que ceux-ci fassent leurs commandes. Durant, notre enquête, nous avons observé que ce sont les grandes entreprises qui adoptent cette méthode de distribution, pour des produits dont les prix sont libres. Les grandes entreprises, dont le marché est national disposent d'un représentant au moins dans chaque wilaya (2 à 3 dans les grandes agglomérations). Cela leur permet de mieux maîtriser la distribution et d'assurer un bon niveau de service (disponibilité du produit, bonne couverture géographique, qualité,...). Les représentants sont approvisionnés par les entreprises directement ou bien par les dépôts régionaux, ils travaillent avec les grossistes et avec les détaillants, il leur est, d'ailleurs, recommandé de travailler avec les détaillants. Les dépositaires peuvent être exclusifs, c'est-à-dire représenter uniquement un seul produit sur la zone géographique spécifiée, ou bien non exclusif, dans ce cas, ils peuvent représenter plusieurs entreprises, non concurrentes bien sûr.

2.2.3. Les grossistes

Les grossistes sont le maillon intermédiaire entre les entreprises et les détaillants ou bien, intermédiaires entre les dépositaires et les détaillants. Ils assurent notamment la fonction de stockage, et/ou de transport. Les grossistes de la commune de Béjaia, sont concentrés dans la ville de Béjaia (à la cité Remla), dans une rue appelée *Quartier des grossistes*. Il existe tout aussi bien des grossistes alimentaires spécialisés en un seul produit : semoule, sucre, confiserie... avec un assortiment profond, c'est-à-dire plusieurs marques du même produit, mais aussi des grossistes alimentaires non spécialisés qui vendent plusieurs catégories de produits alimentaires (assortiment large). Il a été créé récemment une corporation des grossistes de la wilaya dans l'objectif d'une meilleure organisation de l'activité.

2.2.4. Les détaillants

Au 31 décembre 2010, on dénombre sur le territoire de la Wilaya de Béjaia 10 215 commerces, régulièrement inscrits au registre de commerce et en activité, sur lesquels 2 873 commerces sont des détaillants. La wilaya de Béjaia dispose à la fin 2010 de 132 surfaces modernes de distribution, à savoir 21 supermarchés dont la surface varie de 400 à 2500 m² et 111 superettes et surfaces de vente dont la superficie est inférieure à 400 m² (de 120 à 400 m²). Ces surfaces sont le lieu de vente par excellence des produits transformés et/ou importés et où l'on trouve aussi une plus grande variété d'un même type de produits (assortiment profond). Les petits magasins de proximité, sont aussi une formule développée dans la région.

2.2.5. Les transporteurs

Les transporteurs jouent un rôle important dans les circuits de distribution. Ils sont le lien fondamental entre les différents acteurs. L'organisation du transport (ainsi que du stockage) sera détaillée dans la prochaine sous-section.

2.3. LE TRANSPORT ET LE STOCKAGE DES PRODUITS

Les fonctions de transport-stockage ne sont pas organisées de la même manière dans les grandes entreprises qui ont un marché national et les PME au marché moins important.

Le transport

Pour les grandes entreprises, le transport jusqu'aux dépositaires (ou grossistes) est assuré par des camions semi-remorques. Les dépositaires approvisionnent les détaillants par les petits moyens de transport plus commodes dans les agglomérations (camionnettes, fourgons). Pour les PME, le moyen de transport dépend des quantités transportées, l'entreprise ou le grossiste peuvent assurer le transport.

Le stockage

Le stockage peut-être assuré au niveau de l'entreprise-elle-même, ou bien dans des dépôts externes propriété de l'entreprise ou loués ; les produits peuvent être, également, stockés au niveau des dépositaires et/ou grossistes. La fonction de stockage est beaucoup plus développée chez les grandes entreprises qui recourent à des dépôts régionaux pour une meilleure disponibilité des produits.

Prix des produits et coûts de transport

Les prix des produits varient par rapport à la distance parcourue. Les prix sont dits **rendus**, lorsqu'ils sont supportés par l'entreprise elle-même, cela veut dire qu'ils sont inclus dans le coût de revient du produit. Cela permet d'éliminer l'effet du transport sur le prix du produit, où qu'il soit vendu. A l'opposé, les prix sont dits **non rendus**, lorsqu'ils sont indexés aux coûts de transport, cela donne des prix différents sur le territoire national.

2.4. LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Il y a deux types de circuits de distribution des produits agroalimentaires : les circuits conventionnels et les circuits contractuels.

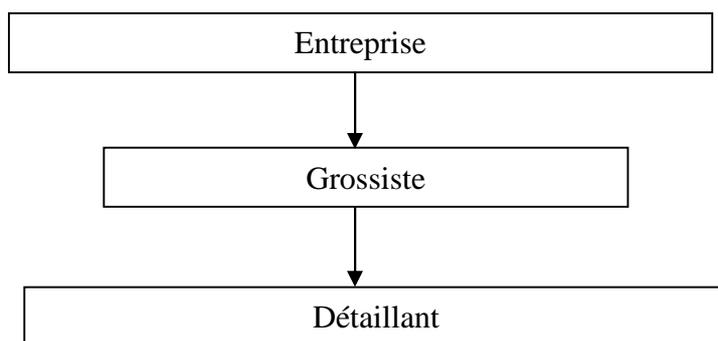
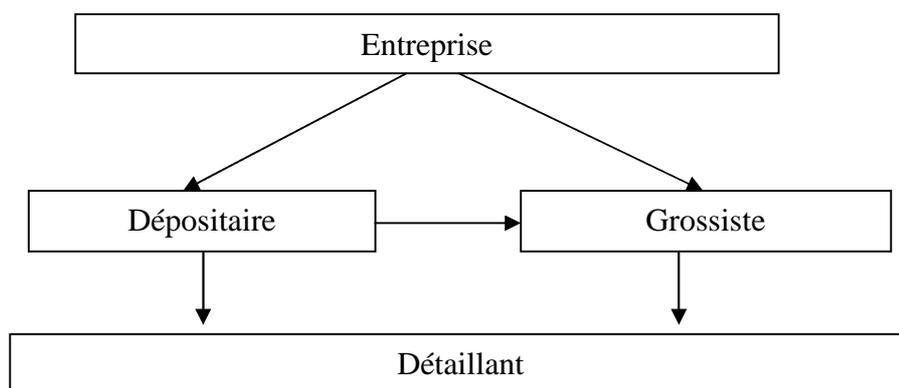
Les circuits conventionnels

Un circuit est conventionnel (ou traditionnel), si chaque intervenant dans le circuit ne fait que ce qui a de l'intérêt pour lui, sans se soucier des autres. Les PME enquêtées adoptent ce type de distribution, sans pour autant qu'il y ait d'objectif commun de vente final du produit au consommateur. Les invendus au niveau du gros, sont parfois renvoyés au producteur.

Les circuits contractuels

Les circuits contractuels sont organisés pour réaliser un objectif commun, celui de la vente finale du produit au consommateur. Cela nécessite une coordination des différents intervenants dans le circuit. Ce type de circuit concerne davantage les grandes entreprises et touche des produits dont les prix sont libres. Des **contrats** sont conclus entre les producteurs et les distributeurs, où sont désignés les droits et les obligations de chacun. Ce circuit est plus compétitif que le premier et toutes les grandes entreprises y recourent.

Les circuits de distribution, présentent la configuration suivante :

Figure V.1 : Le circuit conventionnel**Figure V.2 :** Le circuit contractuel

Source : Etabli à partir des résultats de l'enquête

2.5. LA SECURITE SANITAIRE DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES

La qualité est un critère essentiel pour un produit alimentaire. Cette qualité doit être conforme à tous les niveaux et dans chacun des maillons, même bien avant l'étape de production (approvisionnement en matières premières), jusqu'à l'arrivée du produit au consommateur final. Cette conformité doit être respectée aussi dans le temps, spécialement pour les produits fragiles. Il y a trois niveaux de contrôle de la qualité des produits : au niveau de l'usine; durant la distribution et sortis de l'usine.

Contrôle de la qualité au niveau de l'unité de production

Le contrôle de la qualité au niveau de l'usine se déroule comme suit : avant la production, il doit être fait un contrôle des différentes matières premières utilisées et un autre sur les machines et les lieux de production. Une fois, ces deux contrôles effectués, il est lancé le processus de production. Concernant, le contrôle du produit fini, il existe des services internes à toutes les entreprises visitées, qui se chargent de cette tâche. Le contrôle de qualité des produits ne se limite pas uniquement à la sécurité sanitaire des produits, mais plusieurs autres critères sont pris en considération, selon le produit : la texture, la forme du produit, la conformité de l'emballage au contenu, le taux d'humidité... Toutes les entreprises effectuent ce contrôle de la qualité avec un service interne destiné à cette tâche. Des contre-expertises sont réalisées dans des laboratoires externes pour attester de la qualité des produits. Cette procédure touche beaucoup plus, les produits très périssables de large consommation (lait, yaourt). Un troisième contrôle est effectué par les pouvoirs

publics, avec les services de la DCP (Direction de la Concurrence et des Prix), qui se rendent au niveau des entreprises fréquemment.

Contrôle de la qualité des produits durant la phase de distribution

Généralement, le temps que les produits passent en-dehors de l'usine est beaucoup plus long que celui qu'ils passent à l'intérieur, d'où le risque de détérioration de leur qualité sanitaire. La multitude des intervenants, l'importance du temps que passent les produits entre l'usine et le consommateur, accentuent ce risque. La période que passent les produits depuis leur sortie de l'usine jusqu'à leur arrivée au consommateur finale est répartie entre : le transport, le stockage-déstockage, la manutention et la mise en vente au niveau du détail. Le risque sanitaire peut, alors survenir à n'importe quel moment de ces étapes, si les règles d'hygiène-sécurité ne sont pas appliquées correctement. Ce contrôle doit être assuré surtout pour les produits fragiles, tel le lait et les produits dérivés. Pour l'huile, le sucre, les boissons, le contrôle est moins rigoureux, puisque ces produits peuvent-être transportés et stockés sans besoin de la chaîne du froid, mais en évitant la lumière pour certains produits et l'exposition à de hautes températures généralement. Dans l'enquête, il a été relevé que :

- Le contrôle de qualité durant la phase de distribution, touche particulièrement, le lait et les produits dérivés, ce n'est pas le cas des autres produits moins fragiles ;
- Ce contrôle est possible et assuré dans les circuits coordonnés, il est plus difficile dans les circuits traditionnels.

Suivi de la qualité des produits dans le temps

Il existe un autre type de contrôle, à côté des deux précédents ; c'est le contrôle de la qualité des produits agroalimentaires après la sortie du produit de l'usine afin de prévenir les risques sanitaires et de s'assurer que les produits ne présentent pas de risque, après une certaine période de leur production. Ce type de contrôle est fait au niveau de la vente, il est appelé alors *store-check*, ou bien au niveau de la consommation, appelé le *home-check*.

Il est bien difficile d'assurer la qualité sanitaire des produits alimentaires durant la phase de distribution, à cause du nombre d'intervenants.

2.6. LE SUIVI DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Les entreprises qui sous-traitent la distribution de leurs produits doivent faire un suivi de cette activité, pour s'assurer que leurs produits sont vendus conformément à leurs objectifs. La distribution contribue aussi d'une certaine manière à l'image de marque de l'entreprise.

Le suivi des circuits de distribution a pour objectifs d'assurer la disponibilité du produit au moment, à l'endroit, en quantités suffisantes, avec la qualité requise de conformité. Les résultats de l'enquête montrent qu'il existe deux types de suivi des circuits de distribution : un suivi commercial au sens propre du terme et un suivi de la qualité.

Le suivi commercial¹ de la distribution

Le suivi commercial consiste pour une entreprise qui sous-traite la distribution de ses produits, à s'assurer que les distributeurs accomplissent bien leur rôle, mais cela, a lieu dans les circuits coordonnés, où les distributeurs sont liés aux producteurs par des contrats. Dans les circuits traditionnels, les producteurs ne peuvent pas être exigeants avec les distributeurs. Ce sont les grandes entreprises qui font ce type de suivi.

¹ C'est nous qui utilisons le terme de « suivi commercial » pour pouvoir le distinguer du suivi de qualité.

Le suivi de la qualité durant la distribution

Cette partie a été déjà traitée dans le point précédent. Rappelons qu'aussi bien les petites que les grandes entreprises effectuent ce suivi de la qualité.

2.7. LE DEVELOPPEMENT DE LA DISTRIBUTION

Dans la partie théorique de ce travail, il a été évoqué le caractère dynamique de l'activité de distribution. Pour être efficace dans le temps, la distribution doit s'adapter aux changements de son environnement. La moitié des entreprises enquêtées (dont la majorité est composée de grandes entreprises) a amélioré déjà ses circuits de distribution et/ou envisage de le faire. Dans un cadre concurrentiel, les objectifs recherchés par les entreprises sont d'assurer une bonne couverture géographique de leur marché, assurer une disponibilité des produits, dans les normes de vente requises. C'est un aspect positif qui témoigne de la prise de conscience de l'importance de la distribution de la part des entreprises.

La description globale de l'activité de distribution permet de faire les constats suivants :

- Toutes les entreprises enquêtées sous-traitent la distribution de leur produits, et ce quelque soit leurs tailles (PME ou grande entreprise) ;
- Il existe deux types de circuits de distribution : des circuits traditionnels, fait des PME et des circuits coordonnés fait des grandes entreprises ;
- L'absence des formes d'organisation de
-
- l'activité commerciale, la distribution traditionnelle reste prévalente ;
- L'absence de la grande distribution dans la wilaya de Béjaïa ;
- La difficulté à assurer la qualité sanitaire des produits agroalimentaires dans la phase de distribution ;
- Il est plus aisé pour les grandes entreprises de maîtriser la distribution de leurs produits que pour les PME, car elles disposent de plus de moyens.

Après avoir fait une analyse globale de la distribution, il sera fait une description détaillée des circuits de distribution de quelques produits agroalimentaires de large consommation.

3. PRESENTATION DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION DE QUELQUES PRODUITS AGROLIMENTAIRES A BEJAIA

L'économie algérienne a été ouverte au capital privé au début des années 90. En matière de distribution, il est fait obligation aux entreprises d'assurer elles-mêmes la distribution de leurs produits. Deux décennies après, se pose la question de savoir comment est organisée l'activité de distribution en Algérie. Discuter de ce problème à l'échelle du pays n'est pas envisageable dans le cadre d'un Magister, tant le pays est vaste et contrasté. Nous avons, donc, dû limiter notre étude à une poignée de produits que fournissent les entreprises de la région de Béjaïa. Dans cette section, nous étudions la distribution du lait, de la semoule/farine, de l'huile de table et du yaourt.

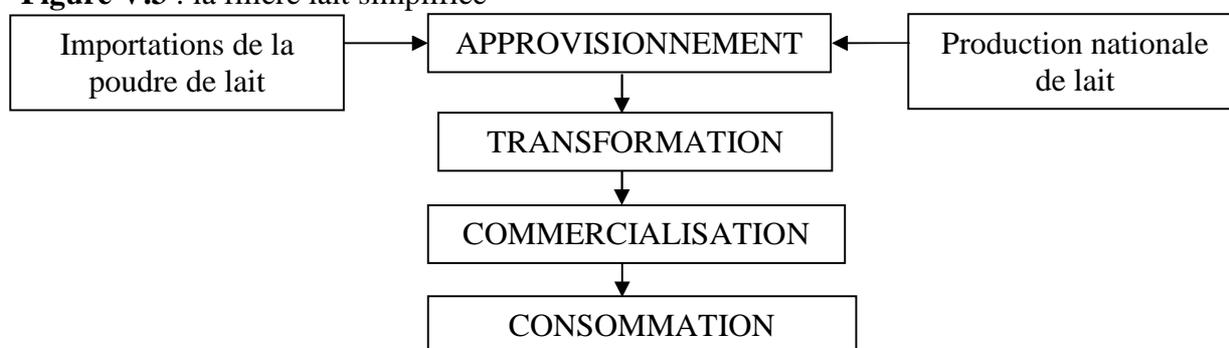
3.1. LA DISTRIBUTION DU LAIT

Le lait est un produit de très large consommation en Algérie car il constitue une source *accessible* de protéines. Nous ne nous intéressons ici qu'au lait pasteurisé, conditionné en sachet, dont le prix est fixé par l'Etat à 25 DA/litre¹.

3.1.1. Le circuit de distribution du lait

Le circuit de distribution du lait de sachet est un circuit indirect conventionnel, où interviennent deux maillons entre les laiteries et les consommateurs : le distributeur de lait (qui est un grossiste) et le commerçant-détaillant. Pour une meilleure compréhension de la distribution du lait, il est utile d'avoir un aperçu sur l'organisation de la filière. Faisons-en une description sommaire. Pour cela, nous allons simplifier la filière lait à quatre fonctions principales : l'approvisionnement des laiteries en matières premières, la production (transformation), la commercialisation et la consommation.

Figure V.3 : la filière lait simplifiée



L'approvisionnement

La production nationale de lait ne couvre pas les besoins sans cesse croissants, rendant nécessaire le recours à l'importation de poudre de lait, matière première principale des laiteries. Le prix de cette poudre a connu une forte hausse sur le marché mondial, en 2007 ; ce qui rend extrêmement difficile de maîtriser les coûts sous la contrainte d'un prix de vente au consommateur de 25 DA le litre. Pour mettre de l'ordre dans le secteur, l'Etat est revenu sur la libéralisation en confiant l'importation de la poudre de lait à l'Office National Interprofessionnel du Lait (ONIL), depuis cette date. L'Office achète la poudre à son prix réel et la cède aux laiteries à un prix subventionné, ce qui permet de maintenir le prix du litre de lait à 25 DA. La quasi-totalité des transformateurs se plaint de la faiblesse des quotas (inférieurs à leur capacité de production) et utilise du lait cru local dont la part reste encore marginale.

La production

La production du lait pasteurisé est assurée aussi bien par le secteur privé que public. Le secteur privé est composé de l'ensemble des laiteries de la région, alors que le secteur public est représenté par la laiterie d'Amizour, filiale du groupe Giplait. En raison de la rareté de la matière première, les usines travaillent généralement en deçà de leurs capacités réelles de production.

¹ Il existe d'autres types de lait, conditionnés différemment et dont les prix sont libres : lait en poudre, lait UHT, lait stérilisé... conditionné en bouteilles ou en packs.

La commercialisation

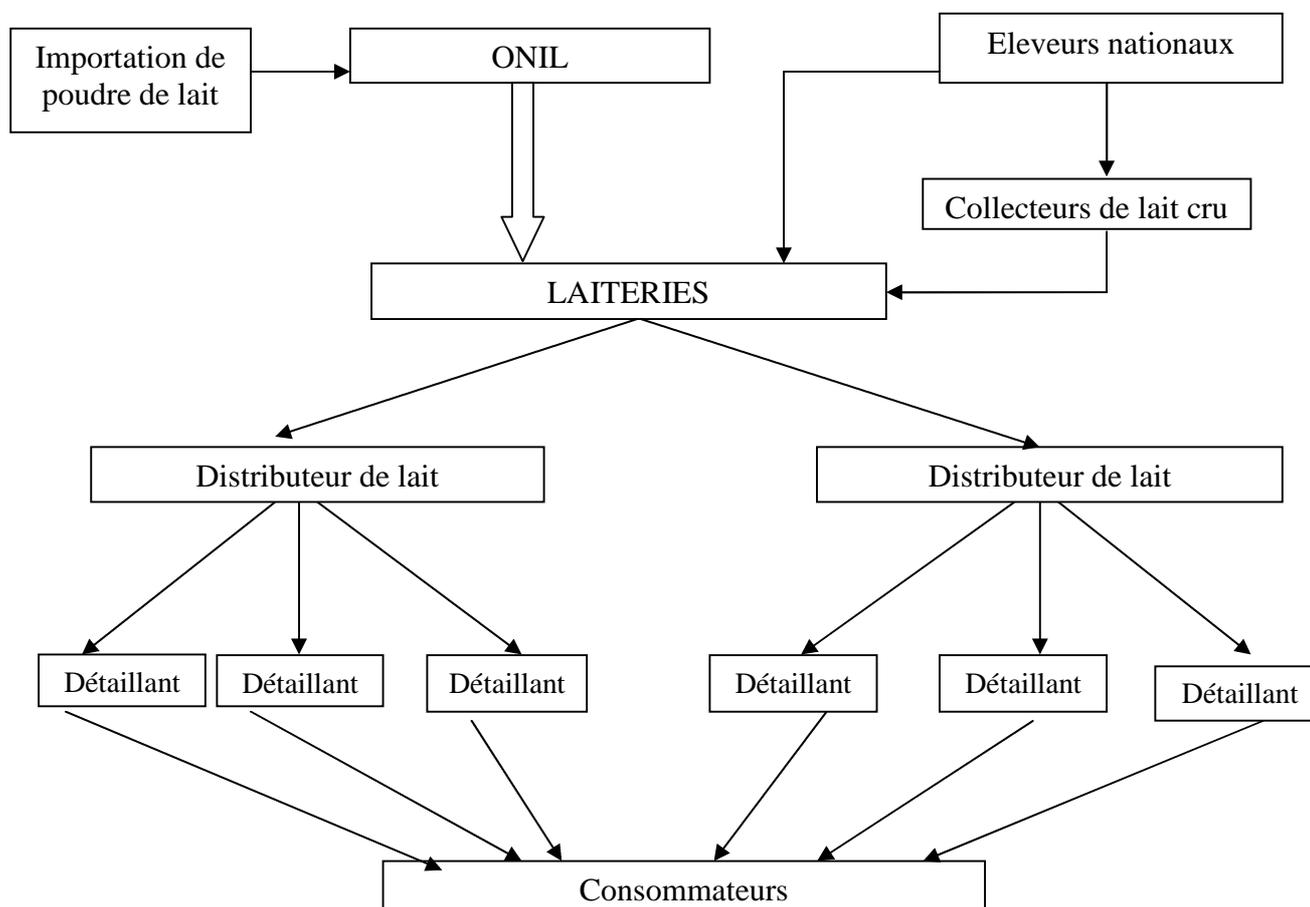
La commercialisation du lait en sachet commence dès la mise en place du produit fini au niveau des laiteries. Examinons le rôle de chacun des intervenants dans la chaîne de distribution.

Les laiteries : Les laiteries sous-traitent complètement la distribution de leur production aux distributeurs de lait.

Les distributeurs de lait : Ce sont des grossistes et leur mission consiste à acheminer le lait des laiteries jusqu'aux commerçants détaillants. Ils assurent le transport et le stockage du produit. Il existe actuellement dans la wilaya de Béjaia 35 distributeurs de lait en activité, alors qu'ils étaient 50 en 2005. La faible rentabilité de l'activité serait la cause de cette diminution.

Les détaillants : C'est le dernier maillon de la chaîne de distribution. Ils assurent le service de vente au consommateur final. Les détaillants disent vendre ce produit parce qu'il est prisé par leurs clientèles, mais il ne leur assure pas de marges importantes.

Figure V. 4 : Configuration de la filière lait



3.1.2. Aire du marché du lait, prix et marges de distribution

Dans ce point seront analysés, l'aire du marché du lait, les prix et les marges de distribution.

Aire du marché du lait

Le marché du lait est un marché régional. Chaque région du pays est desservie par une ou plusieurs laiteries publiques et privées. Le secteur public est représenté par le groupe Giplait avec 19 filiales, réparties à travers le territoire national. Mais, les laiteries publiques n'assurent pas complètement les besoins des régions qu'elles desservent. A côté de ces laiteries publiques, les laiteries privées assurent l'approvisionnement de la wilaya où elles se trouvent, ainsi que des régions voisines. Le marché est ainsi fractionné en plusieurs marchés régionaux. La limitation de l'aire de marché des laiteries à la wilaya de localisation et aux wilayas voisines, peut s'expliquer par la fragilité du produit et la fixité de son prix. En effet, pour assurer la qualité du produit, la chaîne du froid est impérative, mais vue la fixité des prix et des marges, un tel investissement ne pourrait-être rentabilisé. Il existe, cependant, une exception au transport du lait vers les wilayas du sud, puisque le transport vers le sud est subventionné par l'Etat.

Le prix du lait et les marges

Le prix du lait, ainsi que les marges sont fixés par décret exécutif n° 01-50 du 12 février 2001¹ portant fixation des prix à la production et aux différents stades de la distribution du lait pasteurisé conditionné en sachet à 25 DA le litre. Les marges de différents acteurs de distribution sont réparties comme suit :

- Laiterie : 23,35 DA
- Distributeur : 0,75 DA
- Détaillant : 0,90 DA

L'organisation de la distribution du lait en sachet est-elle efficace ? Faisons-en une analyse ci-après.

3.1.3. Analyse de l'organisation de la distribution du lait

Le circuit de distribution du lait est un circuit indirect ; alors que son marché est régional. L'analyse de cette configuration montre que celle-ci est adaptée à la fixité du prix de ce produit. La distribution est indirecte, car les laiteries ne peuvent investir davantage au-delà de la phase production et rentabiliser cet investissement. Le marché est régional, car le produit ne peut pas supporter d'importants coûts de transport (frigorifié en plus). Mais, cette fixité du prix du lait est un inconvénient majeur à l'efficacité de la distribution, au niveau de la disponibilité, de la rentabilité de sa distribution, mais aussi de sa qualité. Pour analyser l'efficacité de la distribution du lait en sachet, quatre critères vont-être pris en considération : la qualité sanitaire du lait dans l'étape de distribution, la disponibilité du produit pour le consommateur, la rentabilité de la distribution du lait et la coordination des acteurs dans le circuit.

La qualité sanitaire du lait

Du fait de la fixité du prix du lait, les distributeurs n'acceptent pas toujours d'investir dans des équipements frigorifiques (chambre froide pour les grossistes, frigidaire pour les commerçants détaillants). Sur la question, il faut savoir que le lait en sachet est généralement vendu le jour même de sa livraison au niveau du commerce de détail, donc l'équipement frigorifique ne sera utilisable que quelque heures de la journée. Mais, l'absence du froid peut causer des pertes en ce produit très fragile. Pour que les équipements frigorifiques puissent-être rentabilisés, le distributeur peut les utiliser pour

¹ <http://www.mincommerce.gov.dz/?mincom=txtmagreg>.

d'autres produits alimentaires à marges plus importantes : produits dérivés du lait (fromages, pâtes fraîches,...), et autres produits alimentaires nécessitant le froid.

La disponibilité du lait

La disponibilité du lait pasteurisé a diminué chez les commerçants détaillants depuis l'année 2007, suite à la hausse des prix de la matière première sur les marchés mondiaux. Depuis 2007, les laiteries sont approvisionnées par l'ONIL par quotas de poudre de lait. Et ces quotas sont bien inférieurs à leurs niveaux réels de production. Ce qui explique la baisse de l'offre sur le marché. L'indisponibilité du lait a créé un certain malaise chez les consommateurs et même pour les commerçants détaillants. Le lait est devenu une source d'ennuis pour les détaillants, au point que certains d'entre eux ne le vendent pas, dans l'attente de l'amélioration de la situation.

La rentabilité de la distribution du lait

La rentabilité de la distribution est une condition importante pour l'efficacité de l'activité. Si la distribution n'est pas rentable, les distributeurs ne pourraient plus l'accomplir au détriment des producteurs et des consommateurs. L'analyse de la rentabilité de la distribution du lait, montre qu'elle est limitée, car les marges des distributeurs sont réglementées. Pour cause, le nombre de distributeurs de la wilaya de Béjaïa a diminué de 50 distributeurs en 2005 à seulement 35 aujourd'hui. Si, la situation reste telle quelle, le nombre de ces distributeurs peut encore diminuer, au détriment des laiteries et du consommateur.

La coordination dans le circuit du lait

Avant l'apparition des laiteries privées, dans la wilaya de Béjaïa, les distributeurs de lait, signaient des conventions avec l'ex- ERLAC (entreprise régionale du lait du Centre), ce qui permettait de coordonner leurs actions de distribution. Mais, la situation a changé avec l'apparition des laiteries privées début 2000, puisque les distributeurs travaillent avec elles sans conventions. Cette absence de convention, fait que n'importe quel distributeur peut se présenter chez toutes les laiteries. En d'autres termes, cela veut-dire qu'il n'existe pas de supervision du marché du lait dans la wilaya de Béjaïa. Sur le plan micro-économique, les laiteries travaillent avec des distributeurs qu'elles connaissent (elles ont des clients habituels qu'elles servent) ; les commerçants détaillants à leurs tours travaillent avec des distributeurs qu'ils connaissent aussi. Pour chacun de ces acteurs (laiterie, distributeur et détaillant), l'absence de convention entre - eux ne semble pas poser de grands problèmes. Mais, si on analyse la situation à l'échelle globale, l'absence d'une supervision générale de la distribution du lait, aura des conséquences négatives sur la couverture du marché de la région. Une région, peut-être aussi bien desservie par plusieurs distributeurs, alors que d'autres ne le seraient pas. Actuellement, des réunions sont organisées entre les distributeurs et les laiteries pour améliorer l'organisation de cette activité.

L'analyse de l'organisation de la distribution du lait montre l'existence de nombreuses lacunes et la fixité du prix et des marges du produit est l'une des causes principales. La fixité du prix du lait, si elle assure l'accessibilité des consommateurs à ce produit convoité, nuit énormément aux autres conditions d'efficacité de sa distribution. Ces effets négatifs sont perceptibles au niveau de la qualité du lait. D'une part, les laiteries ne peuvent améliorer la qualité du lait, sinon elles travailleraient à perte. Alors, elles se contentent de produire un lait

accessible mais de faible valeur nutritive, elles n'ont pas d'autres alternatives¹. Quant aux distributeurs et détaillants, ils ne peuvent toujours pas assurer la continuité de la chaîne de froid par l'usage de chambres froides (frigorifère chez le détaillant), car les marges de ce produit ne leur permettraient pas de rentabiliser ces investissements. Aussi, la faible rentabilité de l'activité a causé une diminution du nombre de distributeurs dans la wilaya de Béjaia. Et cela, n'est profitable ni aux producteurs, ni aux consommateurs.

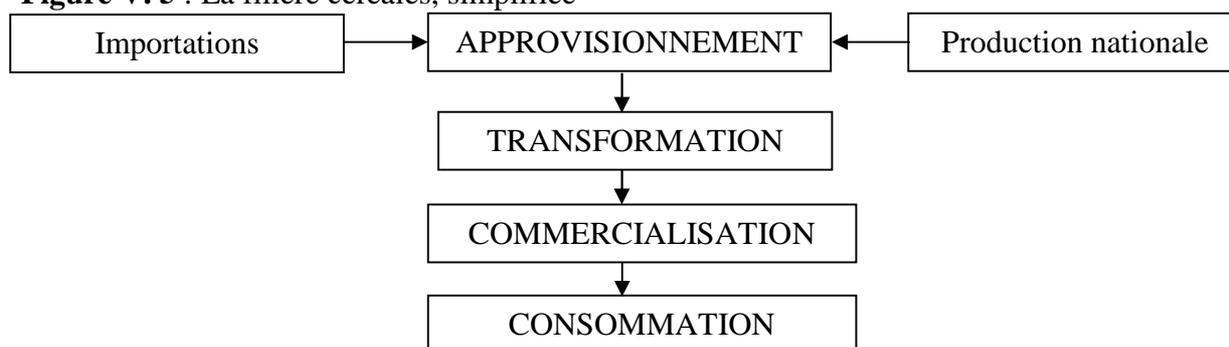
3.2. LA DISTRIBUTION DE LA SEMOULE-FARINE

La semoule et la farine sont des produits alimentaires de base, largement consommés en Algérie. Cette sous-section se veut une description de l'organisation de la distribution de ce produit après la libéralisation de l'activité. Le choix de ce produit est justifié par l'importance qu'il présente pour le consommateur en Algérie, où qu'il soit. Par ailleurs, le prix de ce produit est fixé par l'Etat. Comment, alors est organisée sa distribution, entre l'objectif social (celui d'assurer la disponibilité et l'accessibilité de ce produit au consommateur) et l'objectif économique (celui d'assurer la rentabilité économique de l'entreprise productrice et des distributeurs) ? Analysons-ci après les circuits de distribution.

3.2.1. Le circuit de distribution de la semoule

La semoule -farine est un produit alimentaire de première nécessité pour la population. C'est pourquoi, c'est l'Etat qui en assure la disponibilité car le moindre dérèglement peut déclencher des perturbations de l'ordre public. Avant, la privatisation, le marché était approvisionné par les filiales ERIAD, mais, depuis, des semouleries et minoteries privées sont apparues. Il faut rappeler que la production nationale de blé ne couvre pas la demande nationale. L'Algérie est classée parmi les premiers importateurs² de blé dur à l'échelle mondiale et si, on simplifie la filière céréales, nous pouvons obtenir quatre étapes successives, comme suit :

Figure V. 5 : La filière céréales, simplifiée



Source : Etabli par nous-mêmes

¹ Lors de notre visite à l'une des laiteries de la wilaya, celle-ci nous a informé que le quota que lui fournissait l'ONIL ne pouvait assurer son fonctionnement que 15 jours / 30, ce qui la contraint à répartir son quota sur les 22 jours de travail, et à réduire les quantités produites par jour.

² Pour une population de 36 millions d'habitants, être classé parmi les premiers importateurs de céréales semble démesuré, mais c'est bien la réalité.

L'approvisionnement

Le blé, rappelons- le, est la première céréale consommée en Algérie (88 % des céréales consommées¹). Cependant, la croissance démographique, jumelée à la stagnation de la production agricole depuis l'indépendance, font que le pays n'assure qu'une partie des besoins nationaux en la matière, et le place au premier rang mondial des pays importateurs de blé. L'insuffisance de la production nationale, ainsi que l'importance de ce produit pour la population font que c'est l'Etat qui assure l'approvisionnement du pays en la matière. L'OAIC, régule cette activité, en achetant toute la production nationale aux agriculteurs nationaux, et en comblant les déficits par les importations. L'importation, depuis, 1991, est ouverte au secteur privé, cependant, le secteur privé ne peut pas prendre en charge une telle responsabilité. Lors de la hausse des prix des matières premières sur le marché mondial, les importateurs privés s'abstiennent d'importer, ou simplement importent d'autres produits alimentaires.

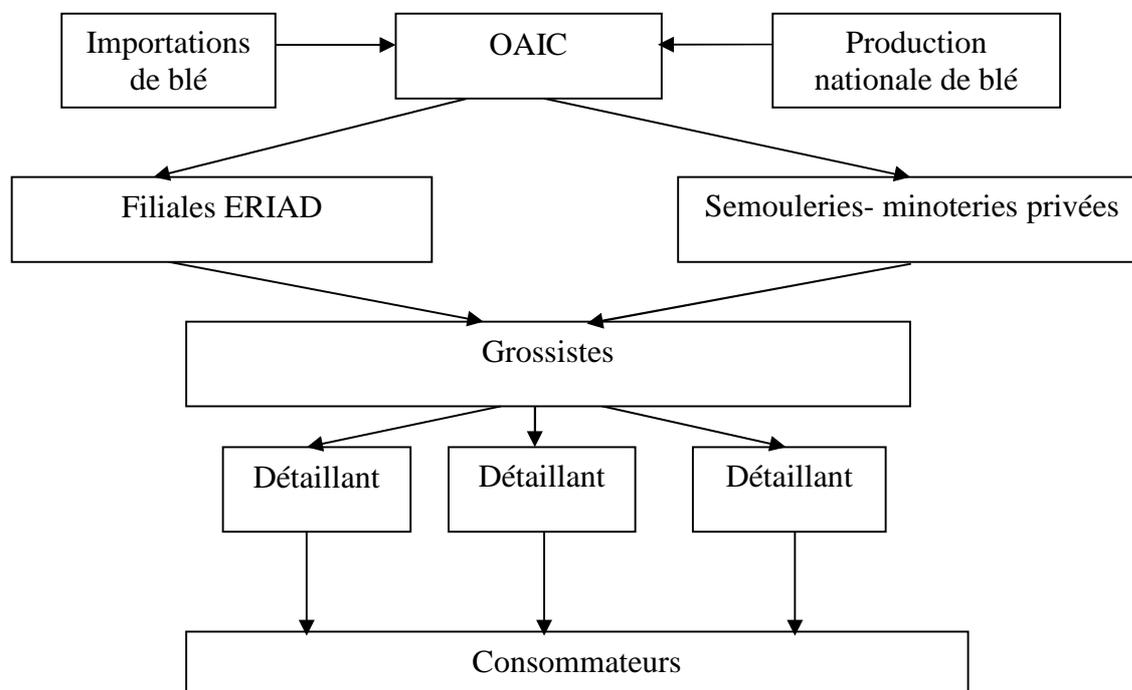
La transformation

La transformation du blé est assurée tout aussi par le secteur public que privé. Le secteur public est représenté par les ERIAD avec ses filiales réparties à travers le territoire national. A côté de ces filiales, des semouleries et minoteries privées activent.

La commercialisation

La commercialisation du produit fini (semoule et farine) est faite par un circuit traditionnel : producteur (semoulerie- minoterie), grossiste, détaillant, comme on peut le voir dans la figure V.6. La semoule (à l'instar du lait) est un produit alimentaire ayant une place privilégiée chez les consommateurs, ce qui explique l'absence d'une action commerciale puissante, aussi bien sur les distributeurs que les consommateurs, d'autant plus que la production nationale est inférieure à la demande.

Figure V. 6: Configuration de la filière blé et distribution de la semoule



Source : Etabli à partir des résultats de l'enquête

¹ Padilla et Oberti (2000), cités par Bencharif A. et Rastoin J. L., dans : Concepts et méthodes de l'analyse des filières agro-alimentaires : Application par la chaîne globale de valeur au cas des blés en Algérie, CIHEAM-IAMM, Montpellier SupAgro, UMR MOISA, Working paper N°7, 2007, p. 9.

3.2.2. Aire du marché, prix et marges commerciales de la semoule

Dans ce point, il sera analysé l'aire du marché de la semoule, les prix et les marges commerciales.

Aire du marché de la semoule

Il existe une certaine similitude entre la distribution du lait et celle de la semoule. Cette similitude se retrouve sur deux aspects : un rôle important de l'Etat dans l'approvisionnement du marché et une division du marché national en plusieurs marchés régionaux. L'importance de la semoule a nécessité cette configuration du marché. La fixité des prix et des marges de ce produit interdit le transport sur de longues distances ; favorisant la multiplication des semouleries-minoteries (exception faite pour le sud où le transport est subventionné).

L'Etat est très présent dans la filière blé, assurant les fonctions d'approvisionnement du marché national en matière première (OAIC), la transformation du produit (ERIAD) et l'accessibilité de ce produit aux consommateurs par la réglementation de son prix. Le secteur privé assure les mêmes fonctions d'approvisionnement-transformation-distribution ; mais, l'expérience montre qu'en période de hausse importante du prix du blé, les opérateurs privés se retirent de la filière pour laisser à l'OAIC cette tâche. Ce qui rend inenvisageable la libéralisation complète de la filière actuellement.

Prix et marge de la semoule

Comme, le lait pasteurisé conditionné en sachet, les prix et les marges commerciales de la semoule sont fixés par les pouvoirs publics. C'est le Décret exécutif n° 07-402 du 25 décembre 2007 ¹ qui fixe les prix à la production aux différents stades de la distribution des semoules de blé dur. Les prix, ainsi que les marges appliquées sont repris dans le tableau V.2.

Tableau V. 2 : Prix et marges applicables à la semoule aux différents stades de production et de distribution

	Semoule courante (DA/q)	Semoule extra (DA/q)
Prix entrée semoulerie du blé dur	2280	2280
Prix sortie- usine	3250	3500
Marge de gros	150	200
Prix de cession au détaillant	3400	3700
Marge de détail	200	300
Prix de cession au consommateur	3600	4000
Prix du sac à 25 Kg	900	1000

Source : Site du Ministère du Commerce (www.mincommerce.gov.dz)

Après avoir décrit l'organisation de la distribution de la semoule, il en sera fait une analyse ci-après.

¹ <http://www.mincommerce.gov.dz/?mincom=txtmagreg>.

3.2.3. Analyse de l'organisation de la distribution de la semoule

Ce point sera consacré à analyser l'organisation de la distribution de la semoule (farine), à travers les variables suivantes : la qualité sanitaire, le conditionnement, la disponibilité-accessibilité du produit, la rentabilité de la distribution de la semoule, les coûts de distribution et le prix du produit.

La qualité sanitaire

La semoule (la farine) est un produit alimentaire périssable (comme tous les produits alimentaires), mais pas très fragile. Son transport- stockage nécessite certaines précautions, mais pas de conditions strictes : endroit propre et sec. Les facteurs à l'origine de pertes alimentaires sont l'humidification, les insectes et petits rongeurs. Les précautions nécessaires doivent-être prises aux différents stades de la chaîne de distribution. Le transport de la semoule doit-être assuré par des véhicules couverts de préférence, cela est obligatoire dans de mauvaises conditions climatiques. Des précautions au stockage doivent-être prises aussi.

Le conditionnement du produit

Différents conditionnements de la semoule existent : sachets 25 et 10 kilos ; comme il est possible d'acheter des quantités moindres selon le besoin, 1 kilo, 2 kilos, La farine quant à elle, est conditionnée en paquets de 1 kilo, 2 kilos, 5 kilos, 50 kilos. Cela est un aspect positif d'offrir ce choix au consommateur.

La disponibilité et l'accessibilité du produit

La disponibilité et l'accessibilité de la semoule sont assurées par l'Etat, depuis bien la phase d'approvisionnement (OAIC). La disponibilité est assurée par l'OAIC (phase d'approvisionnement) et les ERIAD (phase de transformation). Quand, à l'accessibilité, l'Etat règlemente les prix et les marges à la production et à la commercialisation. Des opérateurs privés interviennent aussi dans la filière, vue la rentabilité de l'activité liée à l'importance de la demande interne. Mais, il faut savoir que la disponibilité du produit est assurée par l'Etat, les opérateurs privés quand à eux se retirent du marché en cas de hausses importantes des prix.

La rentabilité de l'activité de distribution

La distribution de la semoule ne nécessite pas des moyens coûteux (au transport, comme au stockage), sauf mesures de sécurité et de propreté. Par ailleurs, l'organisation du marché en petits marchés régionaux, comme c'est le cas actuellement, limite les coûts de transport et les besoins de stockage. Ce qui ne nuit pas à la rentabilité des distributeurs de ce produit.

Les coûts de distribution

Les coûts de distribution de la semoule comparativement à d'autres produits sont moins importants, pour deux raisons au moins : en premier, l'organisation actuelle du circuit, fait que l'aire du marché de la semoule est limitée (elle est régionale), ce qui limite les coûts logistiques. En second, la place que tient le produit chez les consommateurs, ne nécessite pas d'action commerciale particulière de la part des producteurs. Cette action pourrait viser plus les distributeurs pour favoriser une marque de produit par rapport à une autre.

Le prix de la semoule

Le prix de la semoule, farine et pain (normal) sont tous réglementés par les pouvoirs publics, pour en assurer l'accessibilité et maintenir la paix sociale. Cependant, une remarque s'impose concernant le niveau de ces prix. Le prix, rappelons-le est un indicateur de la *rareté* d'un bien économique donné. En Algérie, la production de céréales ne peut-pas assurer les besoins nationaux en la matière ; le pays comble ce déficit par les importations. Ces importations se chiffrent en milliards de dollars, et la facture alimentaire croit d'année en année. Face à cette situation dramatique, les prix des produits dérivés des

céréales sont très loin de la réalité. Ce qui est la cause de gaspillages à la consommation inacceptables sur tous les plans. La vue de grands sachets remplis de pain et jeté aux ordures est fréquente et dure depuis des décennies ; pourtant l'Algérie est un pays en développement, dont la production en blé est loin de combler la demande nationale.

L'analyse de la distribution de la semoule, montre que l'organisation de sa distribution n'est ni complexe, ni coûteuse (sur le plan micro-économique) : l'Etat assure la disponibilité et l'accessibilité du consommateur à ce produit alimentaire de base. Sa distribution est réalisée par un circuit traditionnel faisant intervenir des grossistes entre les producteurs et les commerçants détaillants. Du fait de la place de ce produit chez le consommateur, il n'y a pas besoin d'une action commerciale sur celui-ci. Cependant, un aspect négatif est relevé, il est lié à la faiblesse des prix à la consommation, ce qui est la cause des gaspillages alimentaires inadmissibles. Le rappel de la crise consécutive au contre-choc pétrolier de 1986, suffit pour savoir combien il est important de rationaliser l'utilisation des ressources financières, mais plus important encore, de rechercher des alternatives aux recettes des hydrocarbures.

Après avoir décrit les circuits de distribution de deux produits agroalimentaires de base, nous élargirons l'analyse à d'autres produits, présentant d'autres caractéristiques : prix libres, marché national, ...

3.3. LA DISTRIBUTION DE L'HUILE

L'huile de table est un produit de large consommation en Algérie. Cette sous-section est consacrée à la description du circuit de distribution de ce produit. Le choix de ce produit peut-être justifié par ce qui suit : sa place importante dans le panier du consommateur, l'importance de son marché (national) et un produit dont les prix sont libres en principe. Pour savoir comment est organisée la distribution de ce produit, nous avons enquêté auprès de deux grands producteurs : Cevital et COGB La Belle.

3.3.1. Le circuit de distribution de l'huile

Le circuit de distribution de l'huile est un circuit indirect coordonné. Cevital et COGB La Belle travaillent avec des représentants répartis sur l'ensemble du territoire national, mais aussi avec des grossistes. Ces représentants assurent l'approvisionnement des détaillants. Ainsi le circuit est composé de 4 acteurs : l'entreprise productrice, les représentants, les grossistes et les détaillants. Le marché de l'huile est un marché important, puisqu'il couvre tout le territoire national, d'où l'importance d'une distribution efficace. La distribution est sous-traitée, mais ce n'est pas pour autant que les producteurs ne soient pas présents dans le circuit, ils y jouent même un rôle capital.

L'entreprise productrice

Dans le circuit de distribution de l'huile, l'entreprise productrice joue un rôle capital, en amont et en aval de la chaîne de distribution. En amont, les entreprises assurent l'approvisionnement de leurs représentants, dont le nombre est généralement 1 représentant par wilaya (dans les grandes villes, on peut trouver 2 à 3 représentants), ainsi que celui des dépôts régionaux. L'approvisionnement (entreprise-représentants, entreprise-grossistes) est assuré par des semi-remorques. Par la suite, il appartient aux dépositaires d'assurer la bonne couverture de la région géographique qu'ils représentent, conformément au contrat qui les lie aux producteurs. En aval, les entreprises soutiennent leurs représentants : en leur fournissant des moyens de transport (petits camions) rétrocedés sur une échéance de 5 ans, mais aussi, par la supervision de la distribution, en traçant les

itinéraires de transport, du représentant jusqu'aux détaillants. En dernier lieu, les entreprises assurent un suivi de la distribution de leur produit au niveau du commerce de détail, pour s'assurer que la distribution de leurs produits répond à leurs exigences. Ce suivi est fait par des équipes commerciales de l'entreprise. A côté des représentants, les entreprises travaillent aussi avec des grossistes, mais sans contrat.

Le représentant

Le représentant est lié à l'entreprise par un contrat qui lui vaut des avantages et des obligations. L'entreprise soutient son dépositaire avec des moyens logistiques et humains, et celui-ci est tenu de réaliser un certain niveau de chiffre d'affaire. Cela ne va pas de soi, car le dépositaire doit faire du porte-à-porte et chercher toujours de nouveaux clients. Le représentant assure les fonctions de stockage au niveau régional, il assure aussi le transport des produits vers les commerçants détaillants, avec les petits camions, plus pratiques dans les agglomérations. Les entreprises encouragent aussi leurs représentants par des primes de rendement. Les représentants peuvent, travailler aussi bien avec les détaillants qu'avec d'autres grossistes.

Le grossiste

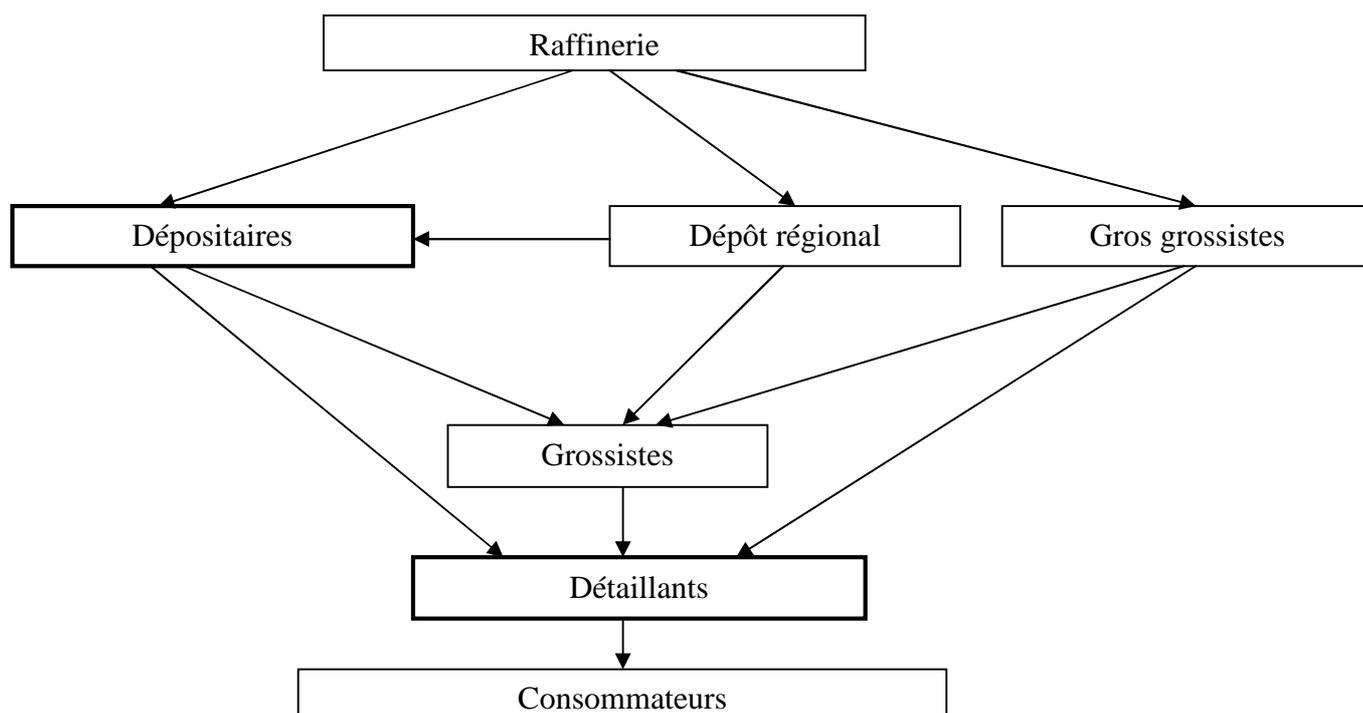
Les entreprises travaillent aussi avec des grossistes, sans un contrat particulier. Les grossistes alimentaires sont un complément des représentants ; pour améliorer la disponibilité du produit dans une zone géographique donnée. Les entreprises peuvent approvisionner les grossistes, mais à condition que ceux-ci commandent d'importantes quantités (gros grossistes).

Le commerçant-détaillant

Il assure la vente finale du produit aux consommateurs. Il est en contact, beaucoup plus avec les dépositaires et les grossistes.

Le circuit de distribution de l'huile présente la configuration suivante :

Figure V. 7 : Circuit de distribution de l'huile de table



Les deux entreprises enquêtées disposent de dépôts régionaux répartis sur le territoire national, généralement dans les grandes villes du pays : Alger, Oran, Annaba et Béjaia. Le dépositaire ainsi que l'entreprise jouent tous deux des rôles importants dans le circuit de distribution. L'entreprise, par l'organisation générale de la distribution, le dépositaire par son action dans le circuit.

3.3.2. Aire du marché de l'huile, prix et marge de distribution

Ci-après sont présentés, l'aire du marché de l'huile, les prix et les marges commerciales.

Aire du marché de l'huile

L'huile est un produit vendu sur tout le territoire national, d'où l'importance de l'organisation des deux fonctions logistiques : transport et stockage. Pour assurer l'approvisionnement du marché d'une manière efficace, les fonctions logistiques sont divisées entre les entreprises productrices et les depositaires. La fonction de **transport** est divisée en deux temps. Les entreprises assurent le transport en grandes quantités (semi-remorques) du lieu de production jusqu'aux depositaires et les depositaires prennent la relève pour acheminer le produits jusqu'aux détaillants et/ou aux grossistes. Les lieux de **stockage** utilisés pour l'huile sont les dépôts existants dans le lieu de production même, les dépôts régionaux, les dépôts des représentants et d'autres dépôts externes si besoin est. Cela, a pour objectif d'assurer la disponibilité du produit sur le marché et d'éviter une rupture de stock.

Prix et marges de distribution

En principe, les prix de l'huile ainsi que les marges commerciales sont libres. En 2011, la hausse des prix de ce produit ainsi que celui du sucre blanc, a causé un mouvement de protestation de la population, ce qui a conduit les pouvoirs publics à intervenir, par l'élimination de la TVA ainsi que la limitation provisoire des marges à la production et à la commercialisation. C'est le décret exécutif n° 11-108 du 06 Mars 2011¹ qui fixe le prix plafond à la consommation ainsi que les marges plafonds à la production, à l'importation et à la distribution, aux stades de gros et de détail, de l'huile alimentaire raffinée ordinaire et du sucre blanc (J.O. N° 15 du 09 Mars 2011).

Après- avoir présenté l'organisation globale de la distribution de l'huile, il sera fait une analyse de celle-ci.

3.3.3. Analyse de l'organisation de la distribution de l'huile²

Ce point, sera consacré à l'analyse de l'organisation de la distribution de l'huile de table, à travers les points suivants : la qualité sanitaire du produit, le conditionnement, la disponibilité, la rentabilité et les coûts de distribution.

La qualité sanitaire

L'huile de table est un produit qui ne nécessite pas de conditions particulières durant sa distribution. Le produit doit-être conforme en matière d'emballage, de contenu, ... l'huile doit être transportée, stockée, ... dans des conditions de propreté et de sécurité.

¹ <http://www.mincommerce.gov.dz/?mincom=txtmagreg>.

² L'analyse de la distribution de l'huile va porter sur l'entreprise Cevital, car nous n'avons pas pu avoir les informations complètes de COGB La Belle.

Le conditionnement du produit

L'huile de table est conditionnée en bouteilles de 1 litre, 2 litres et 5 litres. Ce qui montre une adaptation de l'offre à la demande. La bouteille de 5 litres, répond au caractère de la famille algérienne qui est nombreuse généralement. Alors que les plus petites bouteilles, peuvent-être achetées par des foyers au moindre nombre.

La disponibilité du produit

Pour assurer la disponibilité de ses produits, Cevital a entamé les actions suivantes : le recours à des représentants de l'entreprise qui couvrent tous le territoire national et l'utilisation d'une flotte importante de moyens de transport. Avant de sous-traiter sa distribution et de recourir à des représentants, Cevital assurait elle-même la distribution de ses produits. Actuellement, l'entreprise dispose d'un représentant au moins dans chacune des wilayas du pays (dans les grandes villes, on peut trouver jusqu'à 3 représentants, alors que dans les wilayas du Sud moins peuplées, un représentant peut prendre en charge plus d'une wilaya). Par ailleurs, l'entreprise fait un suivi des distributeurs avec ses équipes de commerciaux couvrant le territoire national. Aussi, l'entreprise prend en charge le transport de l'huile sur tous le territoire national. Tous ces facteurs (le recours à des représentants régionaux, le suivi des représentants et la prise en charge du transport de l'huile) favorisent la disponibilité du produit sur le territoire national. Ces charges représentent en parallèle des coûts pour l'entreprise ; un circuit traditionnel (producteur-grossiste-détaillant) paraît beaucoup moins coûteux. Cependant ces coûts sont à relativiser avec le volume de vente et le chiffre d'affaire réalisés. Aussi, la demande du produit, ne se limite pas aux ménages (industriels, professionnels de la restauration, ...).

La rentabilité de la distribution

Les marges de distribution de l'huile sont en principe libres, ce qui fait que la distribution de ce produit soit rentable. Mais, depuis Mars 2011, ces marges sont plafonnées à la production, comme à la distribution, suite aux mouvements d'émeutes de la population. Ces émeutes ont été causées par la hausse des prix de l'huile et du sucre en même période, elle-même causée par la flambée des cours des matières premières sur le marché mondial. Mais, cette limitation des marges n'a pas d'effets négatifs sur la rentabilité de la distribution de l'huile.

Les coûts de distribution

L'analyse des coûts de distribution montre que le transport- stockage tient une part importante dans les coûts logistiques. Cevital prend en charge le transport du lieu de production (Béjaia) jusqu'aux représentants régionaux (dans chaque wilaya), grâce à son parc semi-remorque (237 semi-remorques) mais aussi à la location de véhicules. L'entreprise dispose aussi de 5 dépôts régionaux (1 à Sétif, 2 à Oran, 1 à Béjaia, 1 à Bouira) pour assurer à bien l'approvisionnement du territoire national et éviter des ruptures de stocks.

Tableau V. 3 : Coûts du transport et du stockage de l'huile de Cevital

Nature du véhicule	Nombre de véhicules	Coût / an
Semi-remorque de l'entreprise	237	675 440 786 DA*
Location de semi-remorques	45 /jour	70 890 290 DA
Entrepôts de l'entreprise	22 500 m ²	25 140 612 DA
Location d'entrepôts	46 000 m ²	77 025 504 DA

Source : propres données de l'entreprise

*coûts de transport tout produits

Les coûts de transport représentent une part importante des coûts logistiques, comme on peut le lire dans le tableau V.3. L'entreprise pourrait réaliser des gains importants en coûts logistiques, si elle arrive à trouver un sous-traitant plus performant qu'elle-même. Cela, allégerait d'une part sa gestion, mais surtout ses coûts de distribution.

L'analyse de l'organisation de la distribution de l'huile montre ce qui suit :

- La distribution du produit ne nécessite pas de mesures importantes quand à la sécurité sanitaire du produit, vue qu'il n'est pas fragile ;
- En matière de disponibilité du produit : l'entreprise (Cevital) met en œuvre des moyens humains et financiers importants pour assurer la disponibilité de son produit sur le territoire national ;
- Les marges de distribution sont libres ce qui assure la rentabilité des distributeurs ;
- Le transport représente une part importante des coûts logistiques. Cela est dû au fait que l'entreprise assure elle-même en partie ces fonctions.

Comme, on peut le voir pour le cas de l'huile (Cevital), la distribution qui est « invisible » pour le consommateur final, implique une organisation, des moyens et un savoir-faire tout aussi importants que ceux utilisés dans l'étape de production. La distribution n'est pas une simple vente du produit mais un réel défi au producteur et une source indéniable d'avantage concurrentiel. La distance, comme on vient de le voir dans l'analyse, n'implique pas uniquement des coûts de transport, au-delà de ceux-ci, elle implique un choix, une organisation, une gestion et un suivi des intervenants de la distribution, pour atteindre les objectifs fixés tout en restant dans une optique de maîtrise des coûts. Toutes ces actions nécessitent des moyens financiers, un savoir-faire et une certaine notoriété de l'entreprise sur le marché.

3.4. LA DISTRIBUTION DU YAOURT

Il existe dans la wilaya de Béjaïa deux grands producteurs de yaourt : Soummam et Danone-Djurdjura. Le choix de l'étude de la distribution de ce produit est justifié par l'importance de son marché, puisqu'il est distribué sur tout le territoire national. C'est un produit qui exige la chaîne du froid de bout en bout et son prix est libre. Pour savoir comment est organisée la distribution du yaourt, nous nous sommes rendus chez les deux entreprises, sises à Akbou.

3.4.1. Le circuit de distribution du yaourt

Le circuit de distribution du yaourt est un circuit multiple, où sont combinées trois distributions complémentaires : une distribution indirecte coordonnée (entreprise – représentant) ; une distribution indirecte traditionnelle (entreprise-gros-grossiste) et une distribution directe (entreprise-clients). Les deux premiers types de circuits sont les plus représentatifs. Ils seront analysés ci-après. Comme, l'huile de table, le yaourt est un produit distribué sur tout le territoire national. En raison de sa fragilité, sa distribution nécessite la mise en place d'une chaîne de froid ininterrompue. Le circuit compte les intervenants suivants : l'entreprise de production, les transporteurs, les dépositaires, les gros grossistes, les grossistes et les détaillants.

L'entreprise de production

Dans le circuit de distribution du yaourt, le rôle de l'entreprise productrice dans la chaîne de distribution se trouve à deux niveaux : en amont du circuit, dans l'assurance de la qualité du produit et de sa sécurité sanitaire (ce point sera détaillé à part), et en aval, par l'assistance des dépositaires régionaux. Cette assistance, est matérialisée par des moyens logistiques (petits camions de transports frigorifiques, chambres froides), rétrocedés sur une échéance à moyen terme. Cette assistance peut-être humaine aussi, par le biais des

superviseurs, chefs de zones... dont les missions sont d'assurer l'organisation géographique de la distribution du dépositaire au détaillant.

Les transporteurs

Le transport du yaourt est impérativement frigorifique, et les services des deux entreprises nous ont assuré qu'aucun enlèvement des produits n'est fait avant que leurs services de qualité ne vérifient le camion de transport : quand au respect de la température requise (2 à 6 °C), ainsi que la salubrité générale du camion. Le transport est assuré en deux temps. Dans un premier temps, des semi-remorques frigorifiques sont chargés de l'entreprise vers les dépositaires et vers les dépôts régionaux. Dans un second temps, de petits camions frigorifiques assurent l'acheminement du produit du dépositaire aux clients : grossistes et détaillants. Les deux yaourtières sous-traitent complètement le transport de leurs produits.

Les dépositaires

Ce sont les représentants des entreprises au niveau régional. Il en existe un, au moins dans chaque wilaya. Ils assurent une certaine part du marché à l'entreprise, par leur action active sur le marché local. Ils approvisionnent les commerçants détaillants, mais aussi des grossistes dans la région où ils se trouvent. Le contrat qui les lie à l'entreprise leur procure des avantages déjà cités, et les tient à la réalisation d'un certain niveau de chiffre d'affaire.

Les gros grossistes

Les laiteries, comme le reste des grandes entreprises visitées n'acceptent pas d'approvisionner de petits tonnages. De même, les laiteries, travaillent avec des grossistes importants dont la charge dépasse un certain niveau.

Les grossistes

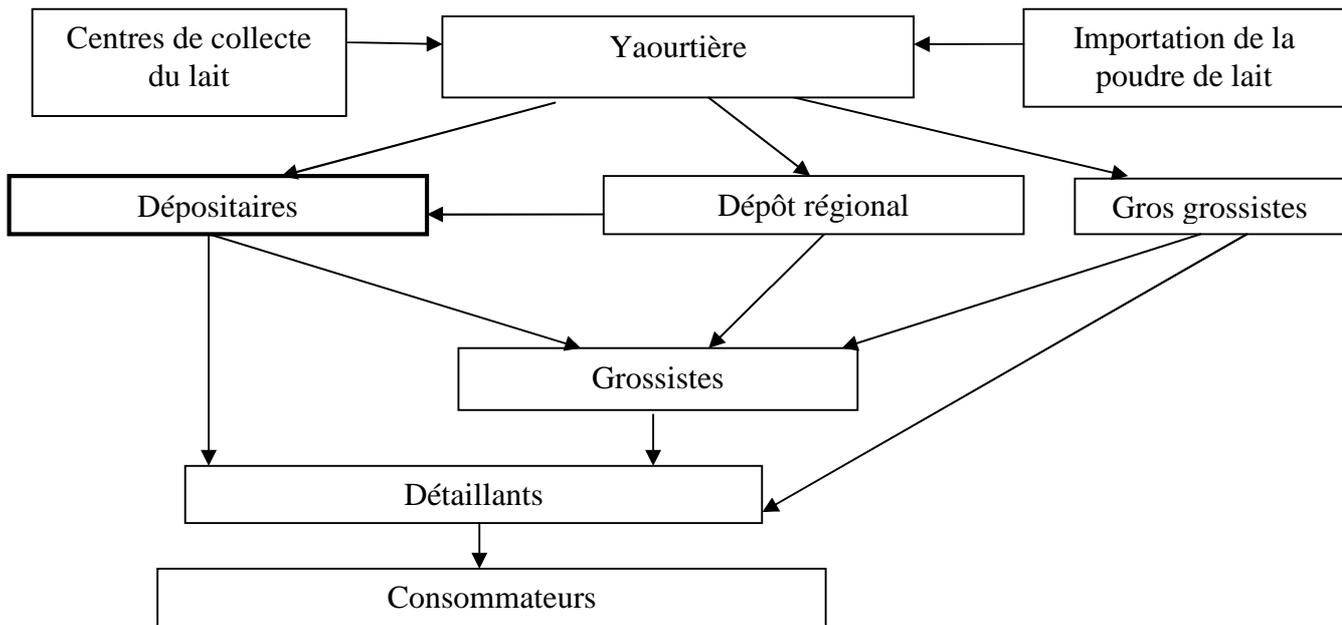
Leur rôle consiste à approvisionner les commerçants détaillants. Leur relation est libre, ils ne sont tenus d'aucun contrat avec les entreprises.

Les détaillants

Ils jouent un rôle important dans le circuit, outre la vente finale du produit aux consommateurs, les commerçants détaillants assurent la transmission des informations sur les préférences des consommateurs, informations qui se transmettent le long de la chaîne de distribution, pour atteindre l'entreprise qui oriente par ce fait ses plans de production, et d'investissement.

La combinaison des deux circuits indirects coordonné et traditionnel, permet d'assurer la couverture du marché. Quant, à la distribution directe, elle reste limitée, elle peut-être faite pour d'importantes demande (le cas d'une université, ou d'une caserne alimentée par la laiterie ou par son dépôt régional).

Le schéma suivant représente l'organisation de la distribution du yaourt.

Figure V.8 : Circuit de distribution du yaourt

3.4.2. La sécurité sanitaire du yaourt

Pour garder ses qualités gustatives, sa texture et sa sécurité sanitaire, le yaourt doit être mis dans un endroit à une température comprise entre 2 et 6 °C, sur toute la longueur du circuit. Toute la difficulté pour respecter cette règle réside dans la phase de la distribution (difficultés que l'on ne rencontre pas dans l'étape de production et de consommation). Cette difficulté est liée à la multitude des opérations à effectuer : transport, manutention, stockage-déstockage, mais aussi, à la multitude des intervenants. Dans les deux usines visitées, il nous a été affirmé que sur le lieu de production, les normes étaient strictement appliquées, le chargement des moyens de transport ne se fait qu'après un examen minutieux du camion frigorifique par l'équipe de contrôle. Pour s'assurer de la qualité de leurs produits, les entreprises font un suivi de ces produits jusqu'à la phase détail, avec des échantillonnages qu'ils passent aux laboratoires. Des équipes de commerciaux suivent aussi la distribution au niveau de chaque région, mais comme elles le soulèvent, les entreprises, ne sont pas dotées du pouvoir de sanction, elles se contentent de recommandations adressées aux commerçants. En effet, la sanction et le contrôle des produits alimentaires sont du ressort de la DCP. Chez Danone-Djurdjura, par exemple des stages et formations des différents intervenants de la distribution sont organisés périodiquement pour les différents agents responsables de la manutention, du transport, ...pour une meilleure qualité du produit. Chez Soummam, pour assurer la qualité du produit, près de 800 petits camions frigorifiques ont été acquis par le producteur et rétrocédés à leurs distributeurs.

3.4.3. Aire du marché du yaourt, prix et marges commerciales

Ci-après seront présentés l'aire du marché du yaourt, les prix et les marges commerciales.

Aire du marché du yaourt

Les deux unités de production de yaourt ont un marché d'envergure nationale, elles arrivent même à exporter¹. L'étendue du marché exige une organisation rigoureuse des fonctions de transport et de stockage. Le **transport** est globalement divisé en deux phases : la première allant de l'usine jusqu'aux dépôts régionaux et dépôts des dépositaires. Dans cette phase, le transport frigorifique se fait par des semi-remorques. La deuxième allant du dépositaire et des grossistes et/ou les détaillants, est assurée par des camions frigorifiques plus petits, plus pratiques et flexibles dans les villes. Le **stockage**, se fait au niveau des dépôts régionaux, des dépôts des dépositaires et d'autres dépôts extérieurs si besoin est.

Prix et marges de distribution

La détermination du prix et des marges commerciales est libre pour le yaourt. Concernant, la question, la laiterie Soummam, nous a affirmé qu'elle ne pouvait pas imposer des marges à ses distributeurs (le marché est libre), tous ce qu'elle peut faire est de recommander un certain niveau de prix. En d'autres termes, les distributeurs sont libres dans la détermination de leurs marges en fonctions de leurs coûts. Mais, ce n'est pas pour autant qu'ils le soient complètement, ils sont amenés par le jeu de la concurrence à les maîtriser et à avoir un niveau de prix de vente final admis régionalement au moins.

Après avoir présenté l'organisation de la distribution du yaourt, passons à l'analyse du circuit.

3.4.4. Analyse de l'organisation de la distribution du yaourt

L'analyse de l'organisation de la distribution du yaourt se fera à travers les éléments suivants : la qualité sanitaire, la disponibilité, la rentabilité et les coûts de distribution.

La qualité sanitaire du yaourt ou l'indispensable chaîne du froid

Le yaourt est un produit fragile qui nécessite impérativement la chaîne du froid du lieu de production jusqu'à la phase de consommation. Le yaourt doit-être mis à une température comprise entre 2 et 6 °C (8 °C maximum). La sous-traitance du transport du yaourt et de la distribution rend difficile la continuité de cette chaîne. Selon, les laiteries, certains transporteurs ne respectent pas les températures requises durant le voyage, pour économiser l'énergie de leurs véhicules. Le non respect de ces températures n'est pas un risque alimentaire en soi, mais, le produit perd ses qualités gustatives, ses ferments, sa texture change, ce qui peut déplaire aux consommateurs. La qualité sanitaire des produits alimentaires joue un rôle capital et peut influencer positivement ou négativement la perception du consommateur du produit. Elle est un enjeu de notoriété pour l'entreprise. Et cette notoriété, ne doit-pas être acquise momentanément, mais préservée dans le temps. Et cela, nécessite bien sur des moyens, et une rigueur infailible.

La disponibilité du produit

Pour assurer une meilleure disponibilité de leurs produits les deux yaourtières recourent à des représentants qui couvrent tous le territoire national (un représentant au moins dans chaque wilaya). L'approvisionnement se fait à partir des dépôts régionaux (4 pour les deux producteurs). Les dépôts régionaux assurent une stabilité des approvisionnements donc une disponibilité des produits. Pour une meilleure qualité de service, les représentants sont assistés par les superviseurs. Mais, puisque le yaourt est un produit fragile nécessitant la chaîne du froid, ce n'est pas la disponibilité du produit seulement qui doit-être assurée, mais la disponibilité d'un produit conforme et sain. Pour cela, les deux yaourtières

¹ La laiterie Soummam est certifiée ISO 9001 version 2008, valable pour 3 ans, et elle n'en est pas à sa première certification.

soutiennent leurs représentants et aussi les commerçants détaillants avec des équipements frigorifiques : achats de petits camions et de présentoirs frigorifiques rétrocedés à long terme.

La rentabilité de la distribution

Les marges de distribution sont libres, ce qui fait que les distributeurs ne sont pas lésés dans leurs activités. Mais, ils sont tenus par le jeu de la concurrence de maîtriser leurs coûts et d'assurer le niveau de service demandé par les consommateurs.

Les coûts de distribution

Les entreprises sont conscientes de l'importance de la distribution de leurs produits. Ceci est visible par l'importance des moyens qu'elles ont mis en œuvre pour mener à bien cette activité : moyens tant humains, financiers, logistiques et techniques, ... Sur la question des coûts de distribution, le représentant de la laiterie Soummam explique que la chaîne du froid reste l'un des coûts de distribution les plus importants de leur production, pour un marché de la dimension du marché national.

L'analyse de la distribution du yaourt des deux producteurs enquêtés permet de faire les constats suivants :

- La qualité : la qualité du yaourt est un critère capital du produit et sa conformité doit-être assurée tout au long de la chaîne de distribution, cela est coûteux selon les entreprises, mais indispensable. Notre visite aux deux laiteries, et nos entretiens avec leurs représentants nous ont permis de nous confronter à leur professionnalisme en la matière, les entreprises ne cherchent pas à économiser leurs coûts au détriment de la qualité, car elles sont bien conscientes de enjeux de cela ;
- La performance de la distribution : la sous-traitance du transport et de la distribution est plus économique, selon les entreprises, cela leur permet de se concentrer sur leur fonction principale qui est la production ; sur l'organisation de la distribution, le recours à des représentants est un aspect positif, mais ces représentants sont bien sur suivis et assistés tant sur le plan humain que technique et logistique ;
- Les coûts de distribution : l'un des coûts les plus importants des yaourtières est la chaîne du froid ;
- La rentabilité de la distribution est permise par la liberté des marges ;
- Les difficultés de la distribution sont liées à la difficulté d'assurer toujours la continuité de la chaîne du froid à différentes phases de la chaîne de distribution, cette difficulté est liée à l'importance des distances mais aussi au climat tempéré sur une grande partie du territoire et de l'année.

D'autres difficultés liées à l'environnement des entreprises seront présentées dans la prochaine sous-section.

L'analyse de la distribution de 4 produits agroalimentaires (lait, semoule-farine, huile de table et yaourt) montre qu'il existe des différences dans l'organisation de la distribution. Ces différences sont liées à : la nature physicochimique du produit ; la place du produit pour le consommateur ; la taille de l'entreprise et l'importance du marché du produit. Pour le lait et la semoule, il y a un rôle important de l'Etat, non seulement dans la distribution de ces produits, mais aussi le long de ces filières. C'est l'Etat qui assure la disponibilité et l'accessibilité de ces produits de base. Quand à l'huile et au yaourt, l'Etat est beaucoup moins présent et les entreprises assument seules la distribution de leurs produits. L'analyse de la distribution des grandes entreprises privées présentées, affirment les points suivants :

- Un produit compétitif est indissociable d'une distribution compétitive ;
- Une plus grande distance implique de plus grands coûts de distribution ;
- La maîtrise des coûts de distribution est la source d'un véritable avantage concurrentiel.

Durant l'enquête nous avons visité quelques PME agroalimentaires de la wilaya, mais par faute de temps, nous n'avons pas pu approfondir la question de l'organisation de leurs distribution (l'une des raisons est liée à l'absence d'un service commercial pour nous recevoir). Globalement, on peut dire ce qui suit sur la distribution des PME :

- Les PME sous-traitent la distribution de leur produit ;
- La distribution est réalisée par un circuit traditionnel : entreprise-grossistes-détaillants ;
- Les PME manquent de moyens (financiers, savoir-faire, ...) pour pouvoir influencer les circuits de leurs produits.

Avant de conclure, nous allons nous arrêter devant les difficultés de l'activité de distribution relevées durant l'enquête.

3.5. LES DIFFICULTES DE L'ACTIVITE DE DISTRIBUTION

La distribution est une phase médiane entre la production et la consommation. La hausse injustifiée des coûts de distribution est un facteur pénalisant pour le producteur et pour le consommateur. D'où l'importance de l'efficacité de cette fonction. Cette sous-section recense et analyse les difficultés rencontrées dans l'accomplissement de cette activité, aussi bien pour les entreprises que pour les autres éléments du circuit. Pour relever les difficultés de l'activité, nous nous sommes basés sur les résultats de l'enquête mais aussi sur l'observation des faits.

3.5.1. Les difficultés de distribution pour les entreprises agroalimentaires

Le défi que pose la distribution, réside dans le fait qu'il est généralement plus économique pour une entreprise de sous-traiter cette fonction que de la réaliser elle-même. Mais en contrepartie celle-ci doit s'assurer que les distributeurs accomplissent bien leurs tâches. S'agissant de la distribution des produits agroalimentaires la question de la sécurité sanitaire est une contrainte supplémentaire. La visite des entreprises agroalimentaires nous a permis de détecter un certain nombre de difficultés.

Le défis « qualité »

L'un des problèmes majeurs posés par les entreprises est lié à la difficulté d'assurer la qualité de leurs produits, une fois que ceux-ci aient quitté l'usine. Les distributeurs sont tenus d'appliquer les règles de sécurité sanitaire et d'hygiène, le long de la chaîne de distribution, mais ce n'est pas toujours le cas, et il arrive que ces règles ne soient pas respectées. Cela est lié à la multiplicité des intervenants dans le circuit, les entreprises n'ont pas les moyens ou le pouvoir légal de sanctionner les distributeurs défaillants. Pour pallier à cette lacune, spécialement lorsqu'il s'agit de produits très fragiles, les entreprises font un suivi de leurs produits, en prélevant des échantillons et en analysant leurs qualités. La DCP, quant à elle, manque de moyens humains et techniques et elle est parfaitement incapables d'exercer un contrôle ne serait-ce que d'une partie des acteurs.

La multiplicité des intervenants

La distribution de certains produits sur un grand rayon nécessite l'intervention de plusieurs acteurs. Toutefois, l'existence d'un intermédiaire dans le circuit doit être justifiée par le rôle qu'il remplit et sa capacité à le faire mieux que n'importe quel autre agent. Dans, le cas contraire, l'existence dudit agent serait plus nuisible qu'utile. C'est ce qui est observé dans certains circuits de distribution, ou les intervenants pénalisent la distribution, en étant la cause d'une hausse des prix du produit sur le marché. Par, ailleurs, la multiplicité inutile des intervenants dans un circuit, peut être à l'origine de l'altération de la qualité du produit.

L'absence de la grande distribution

La grande distribution est en train de faire ses premiers pas en Algérie. L'un des objectifs recherchés par sa mise en place est de créer un environnement concurrentiel entre les grossistes et les grandes surfaces. Cela offrirait aux entreprises le choix en matière de distribution, et améliorerait le service des grossistes et des grandes surfaces. Si les premières grandes surfaces sont lancées dans la capitale, la situation est à ses premiers pas. Le développement de la grande distribution est attendu par les entreprises, pour les avantages qu'elle présente.

L'extraversion des filières agroalimentaires

L'un des inconvénients majeurs au développement de l'industrie agroalimentaire en Algérie est sa dépendance à l'égard des marchés extérieurs. Cette extraversion générale des filières, se traduit au niveau de l'activité de distribution par la perturbation du marché national et l'instabilité des prix, conséquence de la fluctuation des cours mondiaux des produits.

3.5.2. Les autres difficultés de l'activité

D'autres difficultés de taille existent dans l'activité de distribution, parfois elles sont liées directement à cette activité, ou bien relèvent d'autres maillons ou activités.

L'absence des formes de coordinations commerciales

L'organisation de l'activité commerciale par différentes formes d'organisation existantes, est l'un des moyens d'améliorer et d'assurer la compétitivité des circuits de distribution. Durant, notre recherche, il a été relevé l'absence de ces formes d'organisation commerciales. L'une des rares organisations que nous avons rencontrées est le circuit coordonné des grandes entreprises.

L'insalubrité des marchés couverts et découverts

Le marché est un lieu de vente aussi bien des produits alimentaires que d'autres produits non-alimentaires (vêtement, produits ménagers, autres produits). La visite des marchés permet de constater deux faits importants : en premier, l'importance du nombre de marchés en plein air, en plein rue, et parfois en pleine route. Cette situation, qui dure depuis des années, n'arrange ni les commerçants, ni les consommateurs, ni les autres personnes (utilisatrices des routes et voies publiques). En hiver, avec les intempéries, le marché ne peut pas avoir lieu. En été, ce sont les grandes chaleurs, accompagnées du risque d'insolation d'une part, et des pertes alimentaires en produits de l'autre. En second, l'état de l'insalubrité générale de ces marchés. Cette insalubrité est tapante à l'œil nu, alors que des produits comme la viande et les abats y sont vendus sans aucune mesure de sécurité. Aussi bien les viandes blanches que les viandes rouges sont vendues sans aucun support frigorifique.

L'importance de l'activité informelle

L'activité commerciale informelle prend une place importante dans l'activité commerciale en général. Elle constitue une échappatoire au chômage et ses conséquences socio-économiques mais elle présente plusieurs points négatifs, spécialement en ce qui concerne le commerce de produits alimentaires. La vente informelle se pratique dans différentes ruelles de la ville et sur les routes aussi (spécialement pour les fruits et légumes). La pratique est d'usage aussi, pour le poisson (sardine spécialement). La vente informelle se fait aussi dans les marchés ou bien dans les rues commerciales, les marchands profitant du flux de clients. Sur la question du contrôle des autorités de la qualité, de la conformité ainsi que des conditions d'hygiène, un responsable au niveau de la DCP a soulevé le problème du manque d'effectif.

L'absence d'une politique rationnelle des importations

La libéralisation de l'économie n'a pas seulement des conséquences positives. L'un des points noirs de la politique de commerce extérieur est l'absence d'une rationalisation des importations. L'activité a pris une ampleur démesurée et le marché national est inondé de produits de différentes catégories. A long terme, cette source « d'approvisionnement facile » du marché national sera la cause de l'affaiblissement du système productif national, si ce n'est déjà le cas. Même le savoir-faire dans l'agriculture tend à disparaître.

L'engorgement répétitif des voies routières et les risques de routes

L'engorgement répétitif des routes est la cause de retards pénalisants, spécialement dans de mauvaises conditions climatiques et/ou dans des conditions extrêmes. Par ailleurs, le transport routier est sujet de risques ; les vols, et agressions de chauffeurs ne sont pas rares.

Les mauvaises conditions climatiques

Les mauvaises conditions climatiques (spécialement en hiver), sont souvent la cause de perturbations de la distribution. Au cours de 2012, et avec les intempéries et les mauvaises conditions climatiques (au mois de février), tous les grands axes routiers sont devenus impraticables. Cela a isolé complètement des régions du reste du monde, causant des ruptures dans les approvisionnements aussi bien en produits alimentaires qu'en d'autres produits (spécialement le gaz butane). Les petits magasins de proximité ont été vidés.

L'instabilité de la région de la Kabylie

Les routes sont souvent fermées par des jeunes de la région comme signe de protestation pour diverses raisons, la circulation de biens et de personnes est alors perturbée. Cependant, la fermeture des routes n'est pas la plus recommandée des solutions aux problèmes socio-économiques de la région.

Conclusion du cinquième chapitre

La libéralisation de l'économie nationale a permis la réhabilitation du secteur privé et la liberté de commercer aussi bien au niveau interne qu'externe. Pour savoir, comment les entreprises distribuent leurs produits, nous avons réalisé une enquête de terrain auprès d'un échantillon d'entreprises agroalimentaires de la wilaya de Béjaïa. L'enquête a été sélective dans le choix des produits, mais aussi des entreprises.

L'analyse de la distribution par type de produit montre que l'organisation de la distribution des produits alimentaires de base (lait, semoule, farine) est différente de la distribution des autres produits alimentaires même s'ils sont aussi des produits de large consommation, tels l'huile, le sucre, etc. Pour la première catégorie de produit (semoule, farine et lait pasteurisé), l'Etat joue jusqu'à ce jour, un rôle basique pour rendre disponibles et accessibles ces produits. L'analyse des circuits de distribution du lait et de la semoule, nous a permis de relever des aspects négatifs liés à la fixation des prix et des marges commerciales : pour le lait, la fixité de son prix nuit à sa qualité tant nutritive que, sanitaire durant la distribution. La fixité des marges réduit la rentabilité des distributeurs de lait ; la hausse des prix de la poudre de lait depuis 2007 a causé une perturbation du marché et le produit se fait rare chez les commerçants détaillants. Quant, à la semoule, l'un des aspects négatifs relevés est lié aux gaspillages de la matière à la phase consommation, situation incompréhensible pour un pays en développement dont la production de blé reste insuffisante pour répondre à la demande interne.

Pour la deuxième catégorie de produits, dont les prix sont libres (huile, pâtes alimentaires, yaourt, sucre, jus et boissons), leur distribution est assurée par les entreprises elles-mêmes, avec leurs propres moyens. L'analyse de la distribution de ce type de produit (huile, yaourt), montre ce qui suit : les produits sont distribués par des circuits indirects

coordonnés ; les entreprises mettent en œuvre des moyens humains, financiers et logistiques importants pour assurer la couverture du marché. Concernant, la qualité des produits, il a été relevé ce qui suit : la rigueur des producteurs quant à la question et leur mise en place des moyens nécessaires pour garantir la sécurité sanitaire du produit et la difficulté pour celles-ci d'assurer toujours la continuité de la chaîne du froid, elle-même liée à la multiplicité des intervenants. Quant à la rentabilité de la distribution des deux produits, elle est permise par la liberté des marges commerciales sur les produits ; une liberté relativisée par la concurrence.

La qualité des produits agroalimentaires est l'une des questions centrales de l'activité de distribution des produits alimentaires, aussi bien à l'échelle nationale que mondiale. Les résultats de l'enquête montrent que toutes les entreprises de l'échantillon effectuent des contrôles rigoureux de la qualité de leurs produits. Les services publics de contrôle effectuent aussi ce travail, dans certains cas des contre-expertises sont aussi réalisées dans des laboratoires externes à l'entreprise. La difficulté quant à l'assurance des conditions requises à la préservation de la qualité des produits agroalimentaires se pose, spécialement dans la phase de distribution. Les entreprises, disent ne pas avoir les moyens pour contrôler tous les distributeurs d'une part, de l'autre, elles n'ont pas de pouvoir de sanction. Face, à la situation, les services de la DCP assurent disposer de moyens humains et techniques insuffisants pour pouvoir assurer à bien leur travail.

En réponse, aux effets de la distance sur les coûts de distribution, et d'après les résultats de l'enquête, il apparaît qu'une plus grande distance implique des coûts de distribution plus importants, non seulement par rapport aux coûts logistiques (transport, stockage, ...), mais aussi par rapport à d'autres coûts non de moindre importance : l'organisation des intervenants dans l'espace, le savoir-faire nécessaire (facteur déterminant), l'information, ...

En dernier lieu, il faut savoir que la libéralisation de la distribution en Algérie l'a débarrassé des problèmes posés par le circuit de distribution public, mais ce n'est pas pour autant que toutes les difficultés le soient, certaines d'entre elles persistent dans le temps (importance de l'activité informelle), alors que d'autres sont apparues : il y a un réel problème organisationnel des chaînes de distribution d'une manière générale, les chaînes de distribution sont complètement désorganisées (c'est la cas de la distribution des produits agricoles notamment), mais, aussi une importance de l'activité informelle, qui rend sujette la qualité des produits alimentaires et segmente l'offre déjà rare. Un autre problème majeur, est celui de l'absence d'une politique de rationalisation des importations, qui inondent le marché national.

Conclusion Générale

La distribution est le lien entre deux fonctions économiques fondamentales : la production et la consommation. Elle est née de la séparation physique des personnes du producteur de celle du consommateur. Longtemps, vue péjorativement, cette fonction n'est pourtant pas, de moindre importance que les autres (production, consommation). Si, dans une époque reculée de l'histoire, les Hommes s'organisaient pour produire et consommer sur un seul territoire, aujourd'hui la situation a beaucoup changé. Dans le monde contemporain, le panier de la ménagère est rempli de biens provenant de tous les coins du monde, les plus éloignés autant que les autres. Ce qui n'est pas sans conséquence sur l'organisation générale de l'économie aussi bien à l'échelle d'un pays, qu'à l'échelle internationale.

Les produits alimentaires sont des produits que le consommateur achète fréquemment, il doit donc les trouver à proximité, sans besoin de grands déplacements. La question que nous nous sommes posée au départ est de savoir comment les produits alimentaires arrivent-ils du lieu de production au lieu de consommation, sachant que le transport a un coût qui se répercute sur le prix final du produit. La distribution des produits alimentaires pose, par ailleurs, le problème de la **qualité sanitaire** des produits qui peut être altérée par les modalités et conditions de leur distribution.

L'Algérie est un vaste pays, au climat chaud qui n'arrive pas à l'autosuffisance et importe une grande partie de ce qu'il consomme ; ainsi l'approvisionnement du pays se fait aussi bien par la production nationale que par les importations. Il est intéressant dans ces conditions d'étudier la fonction de distribution des produits agroalimentaires, en nous fondant sur le cas de la wilaya de Béjaïa. Le travail comporte des aspects théoriques relatifs à la question de distribution, celle de la distribution des produits alimentaires, mais aussi un rappel de l'évolution de la distribution en Algérie. Après cette présentation, nous avons entamé l'enquête de terrain qui a touché un échantillon de 16 entreprises agroalimentaires de la wilaya de Béjaïa (sur lesquelles 12 ont répondu). Quant aux produits, il a été ciblé les produits de large consommation. Les résultats de l'enquête ont permis de présenter l'organisation générale de la distribution et d'approfondir la question de l'organisation de la distribution de quatre produits agroalimentaires présentant des caractéristiques différentes, à savoir : le lait pasteurisé conditionné en sachet, la semoule (farine), l'huile de table (le sans gout) et le yaourt.

L'analyse des résultats de l'enquête permet de faire les constats suivants :

La distribution est sous-traitée. Certaines grandes entreprises font de la distribution directe, mais sur un faible rayon (dans la capitale notamment), pour assurer une meilleure qualité de service et mieux s'imposer. L'organisation de la distribution diffère selon que l'on soit une grande ou une petite entreprise, sur plusieurs aspects : nature des circuits, moyens mis en œuvre et rôle de l'entreprise dans le circuit. Il est clair que les grandes entreprises qui disposent de moyens importants peuvent influencer plus la distribution de leurs produits que les PME. Au niveau de l'organisation, les grandes entreprises font appel à des représentants qui couvrent l'ensemble du territoire national. Les représentants sont soutenus par les entreprises par des moyens techniques, logistiques et humains mais ils sont tenus de réaliser un certain niveau des ventes. Il faut savoir, qu'il ne suffit pas pour les entreprises de travailler avec des représentants, il faut aussi qu'elles assurent leur suivi, un suivi par assistance, mais aussi par

contrôle. Quant, aux PME, elles privilégient une distribution traditionnelle, en travaillant avec des grossistes. Ces entreprises n'ont pas les moyens nécessaires pour améliorer leurs circuits de distribution ; les très petites entreprises ne disposent même pas d'un service commercial. Ce qui peut se répercuter négativement sur le volume des ventes.

La disponibilité des produits, à l'endroit, au moment et sous la forme demandée par les consommateurs est un indicateur de l'efficacité de la distribution. La disponibilité des produits alimentaires est différente selon la nature du produit. Pour les produits alimentaires de première nécessité (semoule, farine, lait), l'Etat joue un rôle important pour en assurer la disponibilité sur le marché national, en intervenant dans les phases d'approvisionnement, en comblant le déficit national par les importations (tâche des offices nationaux : OAIC et ONIL), mais aussi dans la phase de transformation (ERAD pour la semoule-farine, les filiales Giplait pour le lait). Pour les autres produits, il appartient aux entreprises d'en assurer la disponibilité sur tout le territoire national. Les grandes entreprises assurent la couverture du marché par des représentants qu'elles assistent et contrôlent. Concernant, la disponibilité des produits agroalimentaires d'une manière générale, dans la wilaya Béjaia, au moment de fortes demandes (périodes de fêtes par exemple), les magasins sont vidés. Cela, met l'accent sur l'importance du développement des grandes surfaces, plus aptes à répondre à une importante demande.

L'accessibilité des produits alimentaires est une question posée beaucoup plus dans les pays en développement, du fait de l'insécurité alimentaire qui les caractérise généralement. En Algérie, l'Etat veille à assurer une sécurité alimentaire minimum, en réglementant les prix et les marges commerciales des produits de première nécessité (semoule, farine et pain, lait pasteurisé conditionné en sachet). L'Etat assure non seulement, la disponibilité de ces produits, mais aussi leur accessibilité.

La qualité sanitaire des produits est une question cruciale dans l'activité de distribution et dans la filière alimentaire d'une manière générale. La qualité sanitaire du produit est surveillée de près par les Etats (du fait qu'elle touche à la santé publique), par ailleurs, elle est un point sensible chez les consommateurs, d'où l'importance de la fiabilité des produits. Durant l'enquête de terrain nous avons relevé l'importance que donnent les entreprises agroalimentaires de l'échantillon à cet aspect, et ce quelque soit leur taille. Ce contrôle est effectué aussi bien par les services des entreprises que par les services de la DCP. Par ailleurs, les entreprises font un suivi de la qualité de leur production une fois qu'il est sorti de l'usine. Ce type de contrôle consiste à faire des prélèvements de produits dans différentes régions, mais aussi après des durées de temps variables, pour connaître les changements des caractéristiques des produits. Les représentants des entreprises ont soulevé la difficulté d'assurer la qualité des produits une fois ceux-ci sont sortis de l'usine, spécialement pour les produits nécessitant la chaîne du froid, en raison de la multiplicité des intervenants, de la distance séparant l'usine des points de vente... La mission du contrôle en-dehors de l'usine est assurée par les services de la DCP, mais, ceux-ci ne disposent pas de moyens suffisants pour contrôler tous les acteurs.

La rentabilité de la distribution est un facteur déterminant de l'efficacité de cette activité. Rappelons, que dans une économie de marché, les distributeurs ne peuvent continuer à assurer leurs fonctions sans que celle-ci ne soit rentable. Du fait de la libéralisation des prix et des marges à la production, comme à la commercialisation depuis la réforme économique des années 90, l'activité de distribution est rentable.

La maîtrise des coûts de distribution est la source de gains et de compétitivité pour un produit donné. Les résultats de l'enquête montrent qu'une plus grande distance entre le lieu de production et le lieu de consommation implique des coûts de distribution plus importants, et ces coûts ne sont pas uniquement des coûts logistiques. L'efficacité d'un circuit de distribution est conditionnée par le choix de ce circuit, son suivi, sa gestion et son contrôle, les moyens mis en œuvre, le savoir-faire en la matière... Tous ces facteurs représentent des coûts qui sont proportionnels à l'aire de marché. Les grandes entreprises mettent en œuvre des moyens colossaux, tant financiers, techniques, logistiques, de savoir-faire... pour la distribution de leurs produits. Par ailleurs, la mise en place d'un circuit de distribution n'est pas définitive, les entreprises sont toujours en quête d'innovations pour améliorer la qualité de service tout en maîtrisant leurs coûts.

Sur le chapitre des difficultés de la distribution, il en est un certain nombre qu'il faut relever :

Le **défi de la qualité** durant la phase de la distribution ; l'**absence de toute forme de coordination** entre les différents intervenants dans la wilaya (à l'exception de la coordination des grandes entreprises avec leurs représentants) ; la multiplicité des intervenants dans les circuits de distribution ; l'extraversion des filières agroalimentaires ; l'absence de l'organisation de l'activité ; l'insalubrité des lieux de vente publics ; l'importance de l'activité informelle ; l'absence d'une politique rationnelle des importations ; l'absence de la grande distribution ; le problème de transport et la perturbation de l'activité par les mauvaises conditions climatiques sont de nature à dégrader la qualité de certains produits.

Pour terminer, nous mettons l'accent sur **l'importance du savoir et du savoir-faire sur la question de la distribution**. La prise de conscience du rôle économique de la fonction de distribution, peut orienter les décisions des agents économiques, pour une meilleure efficacité.

Nous espérons par cette modeste contribution avoir attiré l'attention sur l'importance de la fonction de distribution dans le système économique et avoir donné de nouvelles pistes de recherche pour l'analyse de la question.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

01. Arfeuillère G. (1964), L'organisation des marchés de la viande et des produits laitiers en France, Editions Cujas, Paris.
02. Arif S. E. et Zga K. (1985), Industrie agro-alimentaire et dépendance envers les approvisionnements extérieurs : Le cas algérien (Stratégie de rupture : L'industrie oléicole), OPU-PUBLISUD.
03. Bédrani S. (1981), L'agriculture algérienne depuis 1966 : Etatisation ou privatisation, OPU.
04. Benissad H. (1991), La réforme économique en Algérie (ou l'indicible ajustement structurel), 2^{ième} édition, OPU.
05. Benissad H. (1994), Algérie : Restructurations et réformes économiques (1979- 1993), OPU.
06. Benissad H. (1999), L'ajustement structurel (L'expérience du Maghreb), OPU.
07. Benoun M., Heliès-Hassid M. L. (1995), Distribution (acteurs et stratégies), 2^e édition, Economica, Paris.
08. Brudey N., Ducrocq C. (2000), La distribution, Vuibert, Belgique.
09. Chirouze Y. (1990), Le marketing, tome 2, OPU (réimpression), Alger.
10. Chirouze Y. (2007), Le marketing (études et stratégies), Ellipses, Paris.
11. Dion D., Sueur I. (2006), La distribution, Dunod, Paris.
12. Doriol D., Sauvage T. (2010), Management des achats et de la supply Chain, Vuibert, Paris.
13. Ducrocq C. (2005), La distribution, Vuibert, Belgique.
14. Fenn M. G. (1979), La commercialisation du bétail et de la viande, Collection FAO : La commercialisation, N°3, 2^e édition, Rome.
15. Helfer J. P., Orsoni J. (2007), Marketing, 10^e édition, Vuibert, Paris.
16. Lagrange L. (1995), La commercialisation des produits agricoles et alimentaires, 2^{ième} édition, éditions Techniques et Documentation- Lavoisier.
17. Lambin J. J., Chumpitaz R., De Moerloose C. (2005), Marketing stratégique et opérationnel (Du marketing à l'orientation du marché), 6^e édition, Dunod, Paris.
18. Lendrevie J., Lindon D. (2000), Mercator, 6^e édition, Dalloz, Paris.
19. Lindon D., Jallat F. (2005), Le marketing, 5^e édition, Dunod, Paris.
20. Marion G., Azimont F., Mayaux F., Michel D., Portier P. et Revat R. (2005), Antimanuel de marketing ; Editions d'Organisation.
21. Mc Carthy E. J., Perrault Jr. W. D. (1986), Le marketing (une approche managériale), traduction de Jean-Luc Bernard, Economica.
22. Miloudi B. (1995), La distribution en Algérie : Enjeux et perspectives, OPU.
23. Moriconi-Ebrard F. (1993), L'Urbanisation du monde depuis 1950, Collection VILLES, Economica, Paris.
24. Porter M. (1999), L'avantage concurrentiel : comment devancer ses concurrents et maintenir son avance, traduction française de Lavergne Phillipe, Dunod, Paris.
25. Radjem N. (2006), La gestion des systèmes de distribution (Applications et étude de cas), Dar El Ouloum, Annaba (édité en langue arabe).
26. Rochefrette M. (1974), Règles techniques de la commercialisation des produits alimentaires, Eyrolles éditions, Paris.
27. Sarni A. (1984), Le commerce des fruits et légumes (Quelles structures pour quels marchés ?), OPU, Alger.

28. Shewe D. C. et Smith R.M. (1980), Marketing : concepts and applications, Library of Congress Cataloging in publication Data, United States of America.
29. Toulait H. (1988), L'agriculture algérienne (Les causes de l'échec), OPU, Alger.
30. Vedrine S. M. (2003), Initiation au marketing, Editions d'Organisation, Paris.
31. Vigny J. (2000), Distribution, 3^e éditions, Dalloz, Paris.

ARTICLES

01. Baci L., Les contraintes au développement du secteur des fruits et légumes en Algérie : Faiblesse des rendements et opacité des marchés, Institut National Agronomique (INA), Alger- El Harrach, Algérie- CIHEAM, Options Méditerranéennes. <http://ressources.ciheam.org/om/pdf/b14/CI960055.pdf>.
02. Bencharif A., Rastoin J. L. (2007), Concepts et méthodes de l'analyse des filières agro-alimentaires : Application par la chaîne globale de valeur au cas des blés en Algérie, CIHEAM-IAMM, Montpellier SupAgro, UMR MOISA, Working paper N°7.
03. Benfrid M., La commercialisation du bétail et de la viande rouge en Algérie, Institut National Agronomique (INA), Alger- El Harrach, Algérie- CIHEAM, Options Méditerranéennes. <http://ressources.ciheam.org/om/pdf/a35/98606227.pdf>.
04. Boukella M. (1996), Les industries agro-alimentaires en Algérie : politique, structure et performance depuis l'indépendance, Options Méditerranéennes, CIHEAM-CREAD.
05. Boukezaza H. (1993), Croissance démographique et problème alimentaire en Algérie. L'exemple des céréales, Revue du monde musulman et de la Méditerranée, N°68-69.
06. Bourenane N. (1991), Agriculture et alimentation en Algérie (Entre les contraintes historiques et les perspectives futures), CREAD, Alger, Publications CIHEAM « Options Méditerranéennes », série A/ N°21.
07. Bouyacoub A. (1995) : Libéralisation des prix et consommation alimentaire des différents groupes sociaux, Les Cahiers du CREAD, N°38- 3^{ième} Trimestre, CREAD, Alger.
08. Carrel Jean (1949), Étude sur le coût de distribution de la pomme de terre. In: Bulletin de la Société française d'économie rurale, Volume 1, N°3. http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/ecoru_1146_9374_1949_num_1_3_1149.
09. CIRAD : Echanges mondiaux de produits alimentaires. http://www.hubrural.org/IMG/pdf/agridoc_echanges_mondiaux_produits_alimentaires.pdf.
10. FAO (1997), L'utilisation de l'eau en agriculture (archives de la FAO), <http://www.fao.org/docrep/007/y4683f/y4683f07.htm>.
11. FAO : Systèmes post-récolte et pertes alimentaires, Chapitre II, FAO. <http://www.fao.org/docrep/004/ac301f/ac301f03.html>.
12. FAO (2009) « 1,02 milliards de personnes souffrent de la faim », espace presse de la FAO, Rome. <http://www.fao.org/news/story/fr/item/20568/icode/>.
13. FAO : Problèmes de sécurité sanitaire des aliments et de protection du consommateur. <http://www.fao.org/docrep/006/y8705f/y8705f09.htm>.
14. FAO : Systèmes de sécurité sanitaire dans les pays développés et dans ceux en développement. <http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/006/Y8350f.HTM>.
15. FAO/OMS (2007), Les systèmes nationaux de sécurité sanitaire des aliments doivent être améliorés. <http://www.un.org/apps/newsFr/storyF.asp?NewsID=14483&Cr=aliments&Cr1=FAO>

16. Institut International du Froid (IIF, 2009), Le rôle du froid dans l'alimentation mondiale, 5^e note d'information sur le froid et l'alimentation. www.iifiir.org/fr/doc/1215.pdf.
17. Institut National de Recherche Agronomique français (2006), La conservation des aliments, les techniques. http://www.inra.fr/la_science_et_vous/apprendre_experimenter/attention_microorganismes/la_conservation_des_aliments_les_techniques.
18. Kitinoja L., A. Kader A. (1996), Méthodes de manutention post-récolte pour petits exploitants (Un manuel pour les cultures horticoles), Université de Californie Davis, Californie, Etats- Unies. Traduction de la 3^{ème} édition de Kaanane A. (Institut agronomique et vétérinaire Hassan II, Rabat).
19. Kouassé B., Sipré G. et Gogué A. (2006), Commerce des produits agricoles et sécurité alimentaire durable en Afrique de l'Ouest Centrale, Karthala éditions. http://books.google.com/books?id=CxTgChEWJqYC&pg=PA7&lpg=PA7&dq=Kouassi+s%C3%A9curit%C3%A9+alimentaire&source=bl&ots=1tDvDejCqV&sig=1zYHDKiet5cWRI9wZ4roTuK5TIM&hl=fr&ei=dgH7TZ-mCMyhAf_65i4Aw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCEQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false.
20. OMC (1998), Conseil du commerce des services : services de distribution, note du secrétariat.
21. OMC : Service de distribution. http://www.wto.org/french/tratop_f/serv_f/distribution_f/distribution_f.htm.
22. OMS (2002), La stratégie mondiale de l'OMS pour la salubrité des aliments, Programme salubrité des aliments, OMS. <http://whqlibdoc.who.int/publications/2002/9242545740.pdf>.
23. OMS (2007), Salubrité des aliments et maladies d'origine alimentaire, aide-mémoire N° 237. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs237/fr/index.html>.
24. OMS (2004), Gestion des déchets des activités de soins, Aide-mémoire N° 281. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs281/fr/index.html>.
25. OMS, 20 questions sur les aliments transgéniques. http://www.who.int/foodsafety/publications/biotech/en/20questions_fr.pdf.
26. Padilla M. et al (2005), En Méditerranée : sécurité alimentaire quantitative, mais sécurité alimentaire qualitative, Les notes d'analyse du CIHEAM, N° 4. <http://news.reseau-concept.net/images/ciheam/client/NAN04.pdf>.
27. Remini B. (2010), La problématique de l'eau en Algérie du Nord, Département des Sciences de l'eau et de l'environnement, Faculté des sciences de l'ingénieur, université Saad Dahlab - Blida, Larhyss Journal, ISSN 1112-3680, n° 08.
28. Ribier V. (2002), Echanges mondiaux de produits alimentaires, CIRAD Ecopol. http://www.hubrural.org/pdf/agridoc_echanges_mondiaux_produits_alimentaires.pdf.
29. Sadoud M., Rôle du maillon abattage dans les circuits de commercialisation des viandes rouges en Algérie, Université Hassiba Benbouali de Chlef, Faculté des sciences agronomiques et biologiques. http://www.journees3r.fr/IMG/pdf/2009_05_04_Sadoud.pdf.
30. Spurgeon D. (1977), La récolte retrouvée (Pour une gestion intégrée des récoltes, de la moisson à la consommation), Archives Spurgeon N° 58 du Centre de Recherche pour le Développement International, Ottawa, Canada. <http://idl-bnc.idrc.ca/dspace/bitstream/10625/80/1/23546.pdf>.
31. Talleg F., Bockel L. (2005), L'approche filière (analyse fonctionnelle et identification des flux), FAO, Rome.

ETUDES / RAPPORTS

01. Andrés F. López C. (2007), Manuel pour la préparation et la vente des fruits et des légumes (du champ au marché), bulletin des services agricoles de la FAO N° 151, FAO, Rome. <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/y4893f/y4893f01.pdf>.
02. ANIMA (2005), Le secteur agro-alimentaire dans la région euro- méditerranéenne, Notes et documents ANIMA N° 16. <http://www.animaweb.org/uploads/bases/document/Agriculture.pdf>.
03. CNES/Commission perspectives économiques de développement économique et social (1999), Problématique de développement agricole : Eléments pour un débat national, 14^{ième} Session plénière.
04. CNES (2003), Secteur informel : Illusions et réalités. www.cnes.dz.
05. CNES (2007), Rapport national sur le développement humain : Algérie 2006, réalisé en coopération avec le Programme des Nations-Unies pour le Développement.
06. Gustavsson J., Cederberg C., Sonsson U. (Institut suédois de l'alimentation et de biotechnologie) et Van Otterdijk R. et Meybeck A. (FAO), (2011): Global food losses and food waste, étude présentée dans le cadre du congrès international « Save food ! », Interparck 2011, étude collaborée entre l'Institut suédois de l'alimentation et de biotechnologies et l'Organisation des Nations-Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Düsseldorf, Germany. http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/ags/publications/GFL_web.pdf.
07. Kheladi M. et al (2008), A l'ère de la mondialisation, la PME peut-elle constituer une voie de développement pour l'Algérie ? Une étude à partir du cas de la wilaya de Béjaïa, Laboratoire de recherche Economie et Développement, Université de Béjaïa.
08. Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement (2004), Projet SNAT 2025 (Diagnostic territorial), document de synthèse.
09. Shepherd Andrew W. (1994), Guide pratique des coûts de commercialisation et de leur mode de calcul, Service de la commercialisation et des financements ruraux, « Division des services agricole », FAO, Rome.
10. World Bank (2011), Missing food : Nature and magnitude of nature of PHL (postharvest losses) for grains in Sub- Saharan Africa, Washington. http://siteresources.worldbank.org/INTARD/Resources/MissingFoods10_web.pdf.

THESES ET MEMOIRES

01. Akerkar A. (2006), Evaluation et impact du PNDAR dans la wilaya de Béjaïa : Cas de la circonscription d'Amizour, mémoire de magister, faculté de droit et des sciences économiques, université de Béjaïa.
02. Oussalem A. (2009), Essai d'analyse de la relation industrie agroalimentaire/ Agriculture : Etude de cas de la filière lait de Béjaïa ; mémoire de magister, faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales, université de Béjaïa.
03. Ouyahia M. (2005), Analyse de la dynamique des industries agroalimentaires : Cas du secteur privé de la wilaya de Béjaïa, mémoire de magister, faculté de droit et des sciences économiques, université de Béjaïa.

TEXTES REGLEMENTAIRES

01. J.O.R.A : du N°1 (3 janvier 1978) au N° 23 (5 juin 1979) : <http://aan.mmsh.univ-aix.fr/volumes/1978/1978/rubrique-legislative-Algerie.pdf>.

SITES INTERNET

01. www.fao.org
02. www.mincommerce.gov.dz
03. www.oedc.org
04. www.ons.dz
05. www.unctad.org
06. www.un.org
07. www.who.org
08. www.wto.org

AUTRE

01. Annuaire statistique de Béjaia (2001, 2004, 2005, 2007, 2008, 2010).

Annexe

QUESTIONNAIRE

Thème :

ANALYSE DE LA FONCTION DE DISTRIBUTION ET SON RÔLE DANS LE DEVELOPPEMENT : CAS DES PRODUITS DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE A BEJAIA

Objet de l'enquête : L'objet du travail ci-présent est l'analyse de la fonction de la distribution de quelques produits alimentaires de base dans la wilaya de Béjaïa. Pour cela, la collaboration des entreprises agroalimentaires est nécessaire.

Enquêteur : KHELADI Houda

Date de l'enquête : Du.....au

Produit d'étude :

A. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

1. Fiche signalétique

Raison sociale	
Statut juridique	
Année de création	
Capital social	
Adresse	

2. Gamme de produits

	Produit	En % du chiffre d'affaire
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

3. Ressources humaines

Effectif permanent	Ingénieurs	Techniciens	Ouvriers	Total
Production				
Logistique				
Distribution				
Service clientèle				
Administration				
Total				

	A la création de l'entreprise	Aujourd'hui
Effectif total de l'entreprise		

4. Chiffre d'affaire

Année	2008	2009	2010	2011
Chiffre d'affaire (Million da)				

5. Choix de la localisation de l'entreprise

	Pour sa proximité des matières premières	Pour sa proximité du marché	Autre (précisez)
Le choix de la localisation de votre entreprise est fait :			

B. L'APPROVISIONNEMENT EN MATIERES PREMIERES (MP)

1. Fournisseurs

	National	Etranger	Précisez l'origine étrangère des MP
Fournisseur M.P 1			
Fournisseur M.P 2			
Fournisseur M.P 3			
Part des M.P dans l'approvisionnement total (%)			

2. Les modalités de paiement des matières premières

	Par crédit	Au comptant
Le règlement des approvisionnements se fait :		

3. Difficultés liées à l'approvisionnement de MP

	Souvent	Rarement	Non
Rencontrez-vous des difficultés dans l'approvisionnement de vos matières premières ?			

	Disponibilité des matières	Retards dans les livraisons	Instabilité des prix	Prix élevés
Les difficultés d'approvisionnement sont liées à :				

C. L'EMBALLAGE**1. Fournisseur**

	L'entreprise elle-même	Fournisseur local	Fournisseur national	Fournisseur étranger
Fournisseur de l'emballage :				

2. Coût de l'emballage

Coût de l'emballage en % du prix de revient unitaire du produit	
---	--

3. Fonctions de l'emballage

	Conteneur	Conservateur	Autres fonctions (précisez)
Fonctions de l'emballage :			

D. LA PRODUCTION**1. Volume produit par jour, par mois, par an**

	Jour (unité)	Mois (unité)	Année (unité)
Quantité produite			
Chiffre d'affaire (DA)			

2. Soutien de l'Etat

	Oui (expliquez)	Non
Recevez-vous une quelconque aide à la production des pouvoirs publics ?		

E. LA QUALITE**1. Contrôle de qualité**

	Oui	Non
Avez-vous un laboratoire de contrôle de qualité ?		
Sous-traitez-vous le contrôle qualité ?		

	Par semaine	Par mois	Par an
Combien de tests de contrôle de qualité effectuez-vous ?			

F. LE MARCHE

	Local	National	Etranger	quels pays étrangers
Votre marché est				

4. Le règlement

	Au comptant	A crédit
Le règlement des ventes se fait		

5. Coût de la distribution

combien représente le coût de distribution dans le coût de revient (%) ?	
--	--

6. Niveau des marges commerciales

Acteurs	Marge (% du prix de vente)
Entreprise	
Dépositaire	
Grossiste	
Détaillant	

7. Détermination des marges

	L'entreprise	Les distributeurs	L'Etat	Autre
Qui détermine les marges commerciales à différents niveaux du circuit ? Justifiez votre réponse				

8. Prix sur le territoire national

	Oui	Non
Pratiquez-vous les mêmes prix sur le territoire national, eu égard aux coûts de distribution ? (expliquez votre réponse)		

9. Suivi des circuits de distribution

	Oui	Non (Pourquoi ?)
Faites-vous un suivi de la distribution de vos produits chez les commerçants détaillants ?		

10. Aide de l'Etat

	Oui (précisez)	Non
Recevez-vous une quelconque aide de l'Etat dans la distribution de vos produits ?		

Liste des tableaux

Tableau I.1 : Caractéristiques du produit banal et du produit anomal.....	16
Tableau I.2 : Avantages et inconvénients des différents modes de transport.....	17
Tableau I.3 : Part de la distribution dans le PIB de certains pays.....	21
Tableau II.1 : Température et humidité recommandées pour certains fruits et légumes et temps de conservation en fonction de ces conditions.....	37
Tableau II.2 : Quantité d'eau nécessaire pour la production d'une unité de certains produits agricoles	45
Tableau II.3 : Quelques maladies d'origine alimentaire causées par des micro-organismes.....	52
Tableau III.1 : Pluviométrie moyenne annuelle en Algérie (en mm).....	62
Tableau III.2 : Stock d'eau disponible en Algérie par régions (milliard m ³).....	62
Tableau III.3 : Evolution (dégradation) de la disponibilité en eau par habitant en Algérie.....	63
Tableau III.4 : Moyenne du taux d'accroissement décennal de la population algérienne.....	64
Tableau III.5 : Evolution du taux d'accroissement naturel de la population en Algérie (en %).....	65
Tableau III.6 : Production de blé en volume et en valeur par année en Algérie.....	67
Tableau III.7 : Importations de blé en valeur et en volume par année en Algérie.....	67
Tableau III.8 : Evolution des quantités de lait traitées et transformées par l'ONALAIT (quantités : litres).....	74
Tableau III.9 : Filiales du groupe GIPLAIT.....	85
Tableau IV.1 : Précipitations annuelles (mm / mois / an) et nombre de jours de pluie à Béjaia.....	92
Tableau IV.2 : Disponibilités en eau dans la wilaya de Béjaia (Hm ³).....	92
Tableau IV.3 : Croissance de la population dans la wilaya de Béjaia (habitants).....	93
Tableau IV.4 : Répartition de la population et densité par communes (2010).....	94
Tableau IV.5 : Répartition des entreprises privées et de l'emploi dans la wilaya de Béjaia (novembre 2011).....	96
Tableau IV.6 : Répartition des terres agricoles par Daira à Béjaia (2010) (hectare).....	97
Tableau IV.7 : Répartition des exploitations agricoles de la wilaya.....	98
Tableau IV.8 : Les principales productions végétales à Béjaia (Quintal).....	98
Tableau IV.9 : Les principales productions animales à Béjaia (Quintal).....	99
Tableau IV.10 : Evolution de l'effectif du Cheptel à Béjaia.....	99
Tableau IV.11 : Evolution de la production halieutique par espèce (tonne).....	100
Tableau IV.12 : Sites aquacoles continentaux à Béjaia.....	101
Tableau IV.13 : Evolution de la flottille à Béjaia.....	101
Tableau IV.14 : Principales PME / PMI de la wilaya de Béjaia.....	102
Tableau IV.15 : Recensement des PME par branche d'activité.....	104
Tableau IV.16 : Nombre de PME par secteur d'activité.....	104
Tableau IV.17 : Zones d'activité et zones industrielles à Béjaia au 31 / 12 / 2010.....	105
Tableau IV.18 : Etat des routes nationales à Béjaia.....	106
Tableau IV.19 : Les routes nationales à Béjaia (kms).....	107
Tableau IV.20 : Etat des chemins de wilaya à Béjaia.....	107
Tableau IV.21 : Etat des chemins communaux à Béjaia.....	107
Tableau IV.22 : Evolution de la consistance du réseau routier à Béjaia entre 2001 et 2010.....	107
Tableau IV.23 : Trafic de marchandises au port de Béjaia au 31/12/2010 (tonne).....	108
Tableau V.1 : Entreprises agroalimentaires enquêtées.....	112
Tableau V.2 : Prix et marges applicables à la semoule aux différents stades de production et de distribution.....	127
Tableau V.3 : Coûts du transport et du stockage de l'huile de l'entreprise Cevital Agroalimentaires.....	132

RESUME

La distribution est une étape intermédiaire entre la production et la consommation. Cette fonction est née de la séparation physique de la personne du producteur de celle du consommateur. Les producteurs sont généralement concentrés géographiquement, alors que les consommateurs sont dispersés. Le dilemme que pose la distribution pour le producteur est d'assurer le niveau de service demandé par les consommateurs tout en maîtrisant ses coûts. Il s'agit, alors pour celui-ci de faire un choix : celui de « faire » ou de « faire faire ». La fonction de distribution est une fonction complexe car elle fait intervenir plusieurs acteurs, nécessite la réalisation de plusieurs opérations de différentes natures : logistiques, financières, mais aussi de service. La multiplicité des intervenants dans un circuit de distribution, donne lieu à des conflits, dus aux intérêts opposés des uns et des autres.

Les produits alimentaires sont des produits banals, qui doivent se trouver à proximité du consommateur, à des prix généralement faibles (les biens alimentaires ne sont pas des biens de luxe), sans présenter de risque sanitaire à la consommation. Ce travail, est consacré à l'étude de la distribution des produits agroalimentaires, eu égard à l'importance de leur marché (distance qui sépare les producteurs des consommateurs), ce qui suppose des coûts de distribution importants pour les entreprises. Par ailleurs, la question de la qualité sanitaire des produits, touche à la santé publique, ce qui suppose l'intervention des pouvoirs publics.

L'objectif de ce travail est d'attirer l'attention sur le rôle économique de la fonction de distribution et son importance dans le système économique.

Mots clé : Distribution, distance, distributeurs, coûts, Algérie, produit agroalimentaire.

ملخص

التوزيع مرحلة و سيطرة بين الإنتاج و الإستهلاك. هذا النشاط نتيجة للفصل المادي بين شخص المنتج و المستهلك المنتجون مركزون جغرافيا في حين أن المستهلكين متفرقون. يمثل التوزيع تحديا للمنتج لأن هذا الأخير ملزم بضمان مستوى الخدمة المطلوب من المستهلكين و في الوقت ذاته التحكم في تكاليف التوزيع. لذا بتوجب على المؤسسة الخيار بين القيام بالتوزيع بنفسه أو توكيله للموزعين. التوزيع نشاط معقد نظرا لتدخل عدة أطراف فيه و نظرا لإنجاز وظائف مختلفة : لوجيستية، مالية و كذلك خدماتية. تعدد المتدخلين في شبكة التوزيع يعد سببا للخلافات نتيجة لتضارب المصالح.

المنتجات الغذائية ، منتوجات عادية ، يجب توافرها بالقرب من المستهلكين و بأسعار منخفضة (الأغذية ليست منتوجات كمالية)، بدون أن تهدد صحة المستهلك.

هذه الدراسة تهتم بموضوع توزيع المنتوجات الغذائية المحولة، نظرا للإتساع سوقها(أهمية المسافة بين المنتجين و المستهلكين) . ما يعني إرتفاع تكاليف توزيعها. من جهة أخرى السلامة الصحية للمواد الغذائية أمر أساسي مرتبط بالصحة العمومية ، مما يعني تدخل السلطات العمومية في هذا الميدان.

الكلمات المفتاحية : التوزيع ، المسافة ، الموزعون ، التكاليف، الجزائر ، المنتجات الغذائية المحولة.