

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Université 20 Aout 1955 Skikda

Faculté des sciences

Département de sciences Agronomiques



Filière : Sciences Agronomique
Option : Système de Production
Agroécologique

Mémoire de fin d'études :

En vue de l'obtention du diplôme de Master II en Système de Production Agroécologique

Thème :

**Impacts socioéconomique de la valorisation des produits
de terroir sur le développement local: Cas de l'apiculture
dans la région d'Azzaba**

Présenté le :

- Melle Zaalani Amira
- Melle Chidouh Ines
- Melle Rezagui Wafa

Membre de Jury:

Mr Mr Foufou Ammar	(MCA)	Présidente	Université du 20 Août 1955 – Skikda
Mr Boulechfar Mohamed	(MAA)	Examineur	Université du 20 Août 1955 – Skikda
M ^{me} Mme Sayed Ibtissem	(MCB)	Promoteur	Université du 20 Août 1955 – Skikda

Année universitaire : 2022-2023

Nom et prénom :

➤ *Melle Zaalani Amira*

Nom et prénom :

➤ *Melle Chidouh Ines*

Nom et prénom :

➤ *Melle Rezagui Wafa*

Titre :

Impacts socioéconomique de la valorisation des produits de terroir sur le développement local: Cas de l'apiculture dans la région d'Azzaba

Résumé :

Dans le cadre d'une étude rétrospective sur la situation de l'apiculture dans la région d'Azzaba, une enquête a été menée auprès de 25 apiculteurs à l'aide d'un questionnaire comprenant 3 grandes parties :

Caractéristiques sociodémographiques des apiculteurs, type de financement du projet et commercialisation des produits.

Les résultats obtenus montrent que cette activité est typiquement masculine (64%), la tranche d'âge la plus touchée est [30-60 ans] (66%), la majorité des apiculteurs ont un niveau universitaire (58%) et ont bénéficié d'un programme d'aide financier.

D'autre part la majeure partie de apiculteurs questionnés considèrent l'apiculture comme métier principal en utilisant des ruche moderne pour la production de 3 essentiels produits : miel, cire et propolis.

Enfin parmi les contraintes trouvées est le manque de soutien de l'état (41%) et un problème commercialisation des produits (33%).

Mot clés : *Apiculture, Ruches, Azzaba, Caractéristiques sociodémographiques.*

Remerciements

*Remerciements Dieu merci pour la santé, la volonté et le courage dont ont été investi Durant le cursus universitaire afin de réaliser ce modeste travail. Nous tenons à exprimer nos vifs remerciements et notre sincère Gratitude : A notre encadrant **Mr Boulechfar Mohamed** de son suivi, ses conseils et sa patience. Nous lui témoignons ici toute notre reconnaissance. Nous remercions également chef du département des sciences agronomiques et tous les enseignants du département pour tout le savoir qu'ils nous ont donné durant notre cursus universitaire. Enfin, nous remercions, tous ceux qui de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce travail*

Dédicaces

*Je dédie cet humble travail à mon **père**, que Dieu lui fasse miséricorde, à celui qui a fait de son mieux pour nous voir à des postes plus élevés. J'espérais que vous seriez avec moi ce jour-là, mais les destins ont voulu et sont partis d'avance J'espère que vous serez parmi les gens du ciel.*

*Je dédie également mon travail à ma **mère** bien-aimée, qui se réjouit quand je suis heureux et pleure quand je suis triste.*

*A ma chère Soeur **Samira** et mes frères qui sont prêts pour moi, **Hani**, **Mohamed Lamin** et **Nasr Al-Din**, et à tous ceux qui m'ont soutenu pendant mes études.*

Ines

Dédicaces

*J'ai levé mon chapeau et c'est là que s'achève ma carrière universitaire. Merci et louange à Dieu. Tout d'abord, je dédie mon diplôme à celui qui m'a appris que l'amour n'a pas d'âge et que donner n'a pas de limites. À ma chère **mère**, que Dieu la protège et la guérisse et prolonge sa vie, à ceux qui ont travaillé et misérablement pour mes soins, mon **père**, que Dieu le protège, à mes **frères et sœur : Fatima**, et à toutes les personnes pour qui j'apporte de l'amour et
appréciation*

Amira

Dédicaces

*Je dédie ce travail avant tout à mes chers **parents**, et grâce à eux, j'ai atteint ce que je suis, et j'espère que Dieu les protégera toujours pour moi.*

A mes chers frères

*À ma sœur bien-aimée, un morceau de mon cœur **Bouchra***

*Mon frère, la source de ma force, **Hatem***

*Et à mon cher ami **Derbali Ryan***

Et à chaque personne que j'aime et qui m'aime, de près ou de loin

Wafa

Résumé

Dans le cadre d'une étude rétrospective sur la situation de l'apiculture dans la région d'Azzaba, une enquête a été menée auprès de 25 apiculteurs à l'aide d'un questionnaire comprenant 3 grandes parties :

Caractéristiques sociodémographiques des apiculteurs, type de financement du projet et commercialisation des produits.

Les résultats obtenus montrent que cette activité est typiquement masculine (64%), la tranche d'âge la plus touchée est [30-60 ans] (66%), la majorité des apiculteurs ont un niveau universitaire (58%) et ont bénéficié d'un programme d'aide financier.

D'autre part la majeure partie de apiculteurs questionnés considèrent l'apiculture comme métier principal en utilisant des ruche moderne pour la production de 3 essentiels produits : miel, cire et propolis.

Enfin parmi les contraintes trouvées est le manque de soutien de l'état (41%) et un problème commercialisation des produits (33%).

Mots clés : Apiculture, Ruches, Azzaba, Caractéristiques sociodémographiques.

Abstract

As part of a retrospective study on the situation of the beekeeping sector in the Azzaba region, a survey was conducted among 25 beekeepers using a questionnaire comprising 3 main parts: socio-demographic characteristics of beekeepers, type of project financing and product marketing.

The results obtained show that this activity is typically male (64%), the most frequent age group is [30-60 years] (66%), the majority of beekeepers have a university level (58%) and have benefited a financial assistance program. On the other hand, the majority of beekeepers questioned consider beekeeping as their

main profession, using modern hives for the production of 3 essential products: honey, wax and propolis.

Finally, among the constraints found is the lack of support from the state (41%) and a problem marketing products (33%).

Key words: beekeeping, hives, Azzaba, socio-demographic characteristics.

ملخص

كجزء من دراسة بأثر رجعي حول وضع تربية النحل في منطقة عزابة ، تم إجراء مسح على 25 مربي نحل باستخدام استبيان يتكون من 3 أجزاء رئيسية:

الخصائص الاجتماعية الديموغرافية لمربي النحل ، نوع تمويل المشروع وتسويق المنتجات.

تظهر النتائج التي تم الحصول عليها أن هذا النشاط هو عادة الذكور (64%) ، والفئة العمرية الأكثر تضررا هي [30-60 سنة] (66%) ، وأغلبية النحالين على مستوى جامعي (58%) واستفادوا من التمويل المالي. برنامج المساعدة.

من ناحية أخرى ، فإن غالبية مربي النحل الذين شملهم الاستطلاع يعتبرون تربية النحل مهنتهم الرئيسية باستخدام خلايا النحل الحديثة لإنتاج 3 منتجات أساسية: العسل والشمع والبروبوليس.

أخيراً ، من بين القيود التي تم العثور عليها نقص الدعم من الدولة (41%) ومشكلة تسويق المنتجات (33%)

الكلمات المفتاحية: تربية النحل ، خلايا النحل ، عزابة ، الخصائص الاجتماعية الديموغرافية

Liste des Figures

Figure 1: Cercle vertueux de la qualité liée à l'origine.	12
Figure 2 : Nombre de ruche dans la zone de Azzaba par année.	19
Figure3 : quantité du miel produite à Azzaba par année	20
Figure 4:histogramme de la quantité du miel et le nombre de ruches par année	20
Figure 5:le rendement de production de miel par année	21
Figure 6: situation géographique de la zone d'étude.	23
Figure 7: Diagramme Pluviométrique dans la station de Azzaba	25
Figure 8 : Répartition des apiculteurs selon le sexe	26
Figure 9: Répartition des apiculteurs selon es tranches d'Age	27
Figure 10: Répartition des apiculteurs selon le niveau d'instruction	28
Figure11: Répartition de l'apiculteur selon le mode d'obtention des ruches	28
Figure12: mode de financement de l'état	29
Figure 13: le statut juridique des terres	29
Figure 14 : le mode de financement des ruches	30
Figure 15: le type de ruches utilisées	30
Figure 16: répartition des apiculteurs selon le type d'activité	31
Figure 17: les types de produits de la ruche	31
Figure 18: niveau de commercialisation des produits de la ruche	32
Figure 19: type de vente de produits	32
Figure 20 : la nature de provenance de clients	33
Figure 21: les contraintes de la production	33
Figure 22: les futures stratégies de l'apiculture	34

Liste des Tableaux

Tableau 1 : définitions des produits de terroir.	04
Tableau 2 : le Rendement de production de miel en Kg/ruche	21

Liste des abréviations

SIQO: Présentation des différents signes d'origine et de qualité.

AOC : Appellation d'origine contrôlée.

AO: Appellation d'origine.

AOP: Appellation d'origine protégée.

IG: Indication géographique.

IGP: Indication géographique protégée.

STG: Spécialité traditionnelle garantie.

LB: Label rouge.

AB: Agriculture biologique.

CCP: Certificat de conformité de produit.

FAO: Organisation des Nations Unis pour l'Alimentation et l'Agriculture.

CDC: Cahier des charges.

IQUAE: INSTITUT DE LA QUALITÉ ET DE L'AGRO ÉCOLOGIE.

INAO: Institut national de l'origine et de qualité

OAPI: L'Organisation africaine de la Propriété Intellectuelle,

Tables de matières

Remerciements

Dédicace

Liste des figures

Liste des tableaux

Liste des abréviations

Introduction general

Partie 01 : synthese bibliographique

Chapitre 01 : Généralités sur les produits de terroir

1.1.		
Définition.....		03
1.1.1.		
Terroir.....		03
1.1.2. Les produits de		
terroir.....		03
1.1.2.1. D'autres définitions des produits de terroir.....		03
1.2. Caractéristique des produits de terroir		04
1.2.1. Zoruchene géographique.....		04
1.2.2. Qualité.....		04
1.2.3. Réputation.....		05
1.2.4. Facteur naturel.....		05
1.2.5. Contraste Facteur humains		05
1.2.6. Tradition		05
1.2.7. Capacité de discrimination.....		06
1.3. Quelle sont les facteurs de réussite des produits de terroir.....		06
1.3.1. Facteur lié à l'organisation des acteurs.....		06
1.3.2. Facteur lié coordination et la coopération entre les acteurs.....		07
1.4. Valorisation les produit de terroir.....		07
1.4.1. Notion de valorisation.....		07
1.4.2. Outils et approches de promotion des produits locaux.....		08
1.4.3. Pourquoi valoriser les produits du terroir ?.....		08
1.4.4. Présentation des différents signes d'origine et de qualité SIQO.....		09
1.4.4.1. Définition.....		09
1.4.4.2. Qualité et lien au terroir.....		09
1.4.4.3. Qualité et le mode de production.....		10
1.4.4.4. Qualité et L'environne.....		11

1.4.5. Cahiers des charges.....	13
1.4.5.1. Définition	13
1.4.6. Avantages des signes officiels de l'origine et de qualité.....	15
1.4.6.1. Les avantages socio-économiques.....	16
1.4.6.2. Les avantages culturels.....	16
1.4.7. Impact de valorisation des produits de terroir sur le développement local.....	16
Chapitre 02 : Situation de l'apiculture dans la région d'Azzaba	
Introduction :	18
2.1. L'apiculture en Algérie.....	18
2.2. Situation actuelle de l'apiculture à Azzaba.....	19
2.2.1. Nombre de ruche dans la zone de Azzaba.....	19
2.2.2. La quantité du miel produite à la commune de Azzaba [2014 – 2022] :	20
2.2.3. Histogrammes de la quantité du miel produit à la commune de azzaba	20
2.2.4. Le rendement en miel par ruche dans la région de Azzaba :.....	21
Conclusion.....	22
Partie pratique : Impact socio-économique de l'apiculture sur le développement local	
Chapitre 01 : Matériel et méthode.....	
1. Présentation de la zone d'étude.....	23
1.1. Situation géographique	23
1.2. Situation socio-économique	24
1.2.1 La végétation.....	24
1.2.2. le climat.....	24
1.3. Matériel et méthodes :	25
1.4. Le questionnaire.....	25
1.4.1. L'analyse statistique.....	25
Chapitre 02 : Résultats et discussion	
2.1. Identification du producteur.....	26
2.1.1. Répartition des apiculteurs selon le sexe.....	26
2.1.2. Répartition des apiculteurs selon l'âge.....	26
2.1.3. Répartition des apiculteurs selon le niveau d'instruction.....	27
2.1.4. Répartition des apiculteurs selon le mode d'obtention des ruches.....	28
2.1.5. Répartition des apiculteurs selon le mode de financement de l'état....	28
2.1.6. Répartition des apiculteurs selon la situation juridique de la terre et type de financement	29
2.1.7. Les types de ruches utilisées par les apiculteurs.....	30

2.1.8. Répartition des apiculteurs selon le type d'activité	30
2.1.9. Les types de produits de la ruche	31
2.1.10 Niveau de commercialisation des produits et provenance des clients	32
2.1.11. Les types de contraintes de développement de la ruche.....	33
2.1.12 Les futures stratégies de cette activité.....	34
Conclusion.....	34
Conclusion générale.....	36
Références bibliographiques.....	37
Annexe	

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Introduction générale

Le mot terroir a beaucoup changé au fil du temps, devenant plus puissant. Prendre le sens tel qu'on le connaît aujourd'hui, produit du terroir, c'est les produits d'un terroir donné sont le résultat d'une série d'interactions. Les communautés humaines (savoir-faire, culture) et l'espace géographique, qui lui confèrent typicité et fait sa renommée.

Les produits du terroir résultent d'un ensemble d'interactions entre les communautés Humaines (savoir faire, recette traditionnelles...etc.) et l'espace géographique (le climat, le Sol, le soleil...) ces produits sont très demandés par les touristes et les émigrés donc ils nécessitent une protection et une valorisation pour sauvegarder les savoirs faire locaux et empêcher leurs disparitions.

La région d'Azzaba fait partie des régions riches en produits du terroir, car ce dernier réalise un développement local et devient ainsi une source de revenus.

Ces produits locaux peuvent être classés comme suit :

A-Produits de la terre (agriculture): (Huile d'olive; Dattes ; Figs sèches; des fruits et des légumes: tomate, pomme de terre primeurs et extra-primeurs, abricot, pomme grenade).

B- Les produits artisanaux: (Poterie, Vannerie).

C- Les produits de la ruche: (miel, cire, le pollen, le venin, propolis, gelée royale).

Aujourd'hui, de nombreux pays mettent en place des labels définissant la qualité et qui permettent de reconnaître, de protéger et de valoriser leur production et leur savoir faire. Dans le cadre de la diversification des produits d'exportation élaborer des politiques d'étiquetage en vue d'assurer des quotas des marchés de plus en plus concurrentiels.

L'apiculture est une branche de l'agriculture qui a pour objet d'élever des abeilles dans le but

d'obtenir de manière rentable des produits de la ruche (le miel, la gelée royale, le pollen, la

cire) (Catays, 2016). Pratiquée par les chasseurs, cueilleurs ou par des agronomes aux

INTRODUCTION GENERALE

Techniques industrielles des pays les plus riches du monde (Nicola, 2010). Cette activité

D'appoint contribue au développement de l'élevage et à la protection de

L'environnement (Amirat, 2014).

Problématique

La question centrale pour estimer la performance des problèmes rencontrés par les apiculteurs de la région d'Azzaba, ainsi que l'approvisionnement en miel de la région ?

Ce problème de questions.

Quel est le rôle central de l'apiculture et connaître les problèmes rencontrés par les apiculteurs à Azzaba ?

Quelle est l'importance des produits locaux ?

-Quel est le besoin d'embrasser le développement local?

-Quelles sont les méthodes utilisées

- Les apiculteurs en apiculture au domaine et les freins de l'apiculture ?

-Quel est le rendement du miel produit à Azzaba ?

Pour interagir avec cette problématique et répondre à la série de questions, nous appuierons les hypothèses et suggestions suivantes :

-Le secteur apicole de la région joue un rôle social et économique important, car il est une source de revenu total ou partiel pour les apicultures.

-Nous supposons que l'industrie locale joue un rôle important, efficace et majeur dans l'économie de la région, car elle travaille à fournir des opportunités d'emploi et des emplois dans de nombreux domaines. Nous constatons que le développement local se préoccupe d'augmenter les opportunités.

On note le développement des pratiques apicoles et l'adoption de méthodes apicoles modernes

Méthodologie

Notre travail peut se résumer en quatre chapitres, les deux premiers chapitres sont la partie théorique et les deux derniers chapitres sont la partie pratique. Recherche bibliographique, y compris (livres, mémoires, rapports, etc.) ainsi que recherche sur des sites Web, développement d'idées et acquisition de connaissances sur le sujet. Réaliser des données de terrain et des statistiques liées à l'apiculture. J'ai suivi cette étape, suivie d'un entretien avec un expert du domaine (l'apiculteur).

SYNTHÈSE BIBLIOGRAPHIQUE

CHAPITRE 01: GÉNÉRALITÉS SUR LES PRODUITS DE TERROIR

Introduction

Les produits de terroir ont issus ou sont le résultat de longues années d'interaction Entre des savoir-faire des nations, des ressources locales, des ressources tangibles et Intangibles. Dans ce chapitre, nous définirons dans une première section les définitions de quelques termes scientifiques, dont le terroir et les produits du terroir, et quelques exemples de ces produits et leurs caractéristiques, et les facteurs qui contribuent à leur succès, puis dans la deuxième section, nous parleront des outils et des méthodes pour les promouvoir et afficher les différents signes d'origine et de qualité, En plus de l'impact de la valorisation des produits locaux sur le développement local.

1.1. Définition

1.1.1. Terroir

L'intérêt porté à la notion de terroir par divers acteurs a conduit à diverses définitions de la notion,

«Un terroir est un espace Géographique délimité, ou une communauté humaine, a construit au cours de l'histoire un Savoir intellectuel collectif de production, fondé sur un système d'interaction entre un milieu Physique et biologique et un ensemble de facteurs humains, dans lequel les itinéraires Sociotechniques mis en jeu, révèlent une originalité, confèrent une typicité, et engendrent une réputation, pour un produit originaire de ce terroir » (**Casabianca et al, 2005**).

« La construction d'un terroir est la résultante d'interactions Complexes entre des facteurs naturel set humains. Sa profondeur historique délimite son Antériorité définie par des registres de justification variables selon les pays. La relation d'un Produit à un territoire doit se démontrer et s'argumenter : les traces écrites ou orales sont donc Précieuses **Ilbert, et al, 2009**).

1.1.2. Les produits de terroir

«Les produits du terroir croisent l'espace, le Temps et reposent sur des savoirs et des pratiques partagés, ils se situent en un lieu Et ont une histoire. En d'autre termes, ces produits s'inscrivent de façon plus en moins marqués dans une culture» (**Berard et Marchenay, 2000**).

1.1.2.1. D'autres définitions des produits de terroir

Le tableau ci-dessous regroupe un ensemble de définitions des produits de terroir:

Tableau 1 : définitions des produits de terroir.

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

Objet	Définition	Référence
Produit de terroir	Leurs caractéristiques sont réelles Ingéniosité par rapport au contexte local inclure des caractéristiques physiques terroirs et contraintes de fabrication important. ce produit est spécifique à la zone géographique dont il est originaire semble impossible des intervenants d'autres régions font exactement le même produit.	Ricard, 1994.
Produit de terroir	y compris tous les aliments, Transformé ou non, avec un signe qualité ou non, et Territoire tangible ou non, déni identité géographique ou non, qui profiter aux consommateurs, Par dénomination et correspondance soutenir sa commercialisation, l'image du territoire.	Lagrange et Trognon, 1995.
Produit de terroir	Tout les produits listés quelle que soit la méthode de marketing utilisée sa production traditionnel et Diffusion de savoir-faire génération après génération, qui rattaché à une zone géographique Quelle que soit la taille ou le type de zone (urbain, rural), bénéficiant de Une certaine notoriété, qui est stable leurs noms et techniques fabrication, qui se caractérise par Au moins une compétence maillon de la chaîne de production.	Conseil National des Arts Culinaires, 1995.

Source: RAPPORT FINAL, PRODUIT DE TERRIOR MEDITERRANEAN : conditions d'émergence, d'efficacité et modes de gouvernance, coordonné par Hélène ILbert, juin 2005, p 41.

1.2. Caractéristiques des produits de terroir

Le rapport à l'origine géographique est défini autour des notions suivantes :

1.2.1. Zone géographique

C'est la situation géographique qui garantit que ces facteurs sont respectés La naissance du produit et son évolution. Les produits locaux varient selon l'apparence régions géographiques, chacune contenant des produits spécifiques.

1.2.2. Qualité

La qualité d'un produit peut être définie par rapport à la spécificité d'un point de vue Nutritionnel, gustative, visuel, symbolique ou par rapport à son mode de production. Le

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

Produit présente une qualité spécifique liée à l'origine géographique (sols, climat...) qui le différencie du produit standard sur le même marché, que ce soit au niveau local, national ou International (**Amsallem et Edith, 2009**).

Cette différenciation sur le marché provient de la typicité du produit qui présente un aspect important, elle signifie en effet que la qualité du Produit n'est pas seulement spécifique, mais aussi unique de par la manière dont s'articulent Les facteurs de production humains et naturels liés au territoire. Ces produits ne peuvent donc Etre reproduits ailleurs. La typicité se mesure en fonction du degré de spécificité et de L'ancrage dans les ressources locales (**Vandecandelaere et al, 2009**).

Un produit originaire d'un lieu possède des caractéristiques particulières liées à cette Provenance géographique. Celles-ci sont typiques de ce produit : arôme, texture, goût, couleur ou encore forme.

1.2.3. Réputation

La notion de notoriété, qu'elle soit locale, nationale ou internationale, renvoie à Avis positifs sur les produits ; opinions qui peuvent se former au fil du temps consommateur. Ces concepts sont fondamentaux pour définir l'IG, ils doivent Mettre en évidence les liens entre les produits et les zones géographiques. C'est synthétique L'histoire, la réputation et les conditions spécifiques de production associées au produit (**Amsallem et Edith, 2009**)

1.2.4. Facteurs naturels

Ils contiennent des éléments tels que le climat, les matières premières, les reliefs important. Ces facteurs peuvent favoriser directement ou indirectement la production de produits locaux.

1.2.5. Contraste Facteurs Humains

Les hommes sont un facteur majeur, grâce aux savoir-faire hérités et transférés. Par conséquent, ces produits ne pourraient exister sans le savoir-faire et les connaissances.

1.2.6. Tradition

Ainsi, l'histoire du produit, les méthodes de production et le savoir-faire donnent Les produits autochtones sont réputés et occupent une place dans l'esprit des consommateurs.

1.2.7. Capacité de discrimination

Le facteur principal pour assurer la durabilité d'un produit est sa capacité à La différenciation, être différent donne un avantage sur les autres produits « Par conséquent, les produits locaux doivent être produits dans une zone géographique délimitée, et La certitude est liée à la

provenance du produit... mais aussi au savoir-faire et propres à ses recettes artisanales (TALAOUANOU, 2013).

1.3. Quels sont les facteurs de réussite des produits de terroir ?

- Une des premières conditions de succès est que le produit soit différencié et spécifique.

Les principes de différenciation comme partie intégrante d'une stratégie commerciale compétitive (porter, 1985).

La spécificité du produit doit répondre aux conditions suivantes:

✓ Il doit avoir des propriétés mesurables différentes de l'alternative.

✓ Ses caractéristiques.

La spécificité du produit doit répondre aux conditions suivantes:

✓ Il doit avoir des propriétés mesurables différentes de l'alternative.

✓ Ses caractéristiques doivent être perceptibles par les consommateurs et les clients, mais peuvent également impliquer des attributs non discernables du produit lui-même, tels que les conditions de production.

✓ Le produit doit être perçu comme différent par les consommateurs.

✓ Le produit doit avoir une certaine typicité Le nom du produit doit être différent du nom usuel du produit standard.

- La deuxième clé du succès est la pertinence par rapport aux exigences. La différenciation n'est efficace que si elle est perçue et valorisée par les clients (Porter, 1985).

1.3.1. Facteurs liés à l'organisation des acteurs

Démarche de protection de l'origine des produits est généralement une démarche collective.

Elle englobe des stratégies collectives en termes de management du produit, du Marché et une légitimation institutionnelle (locale, nationale et internationale).

La stratégie collective correspond à la « mobilisation commune de Ressources et la formulation d'actions au sein de collectivités d'organisations ». Dans cette approche L'action est menée non pas par une entreprise seule mais par un ensemble d'entreprise. Parmi les Quatre configurations des stratégies collectives décrites par Astley et Fombrun, les stratégies Collectives agglomérées qui caractérisent l'action collective d'entreprises partageant les mêmes Ressources et sont concurrentes sur le marché, correspondent aux démarches collectives de protection De l'IG (Astley et Fombrun, 1983).

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

Ces stratégies collectives peuvent ensuite être individualisées par les entreprises par des stratégies de Distinction à travers des actions plus fines dans la différenciation des produits ou dans le choix de Canaux originaux de distribution.

La facilité avec laquelle chaque entreprise peut s'approprier le processus collectif est un élément Important dont il faut tenir compte dans les spécifications du cahier des charges.

Des marges de manœuvre doivent être aménagées pour permettre à chaque entreprise d'adapter sa propre stratégie à la stratégie collective (**Sylvander, 1995**).

Les auteurs du rapport final Dolphins (**Sylvander, 2004**) suggèrent de mesurer les chances de succès d'une filière de qualité à plusieurs niveaux. La motivation des acteurs que l'on peut classer en 3 types D'entreprises : les initiateurs du projet qui sont à l'origine de la demande de protection de l'IG, L'interprofession ou le syndicat qui doit veiller à l'application des cahiers des charges et « le Capitaine » qui est l'entreprise leader de la filière.

La pression concurrentielle du marché peut être un facteur de renforcement de la cohésion entre les Acteurs. Cette concurrence peut être mesurée par 3 critères : la tendance à la standardisation, la Pression des produits de substitution et les risques d'usurpation du nom.

Un autre facteur clé de succès concerne la capacité des acteurs à faire émerger le potentiel de Différenciation du produit. Cela doit être le résultat du processus de management collectif et l'examen De la spécificité du produit par rapport au marché pertinent.

1.3.2. Facteurs liés à la coordination et à la coopération entre les acteurs

Un certain niveau de coopération entre les acteurs est nécessaire pour réussir le management des Filières sous IG.

L'apparition d'institutions locales qui prennent en charges des fonctions Préalablement assurées par les entreprises individuellement est nécessaire.

En particulier, elles peuvent Intégrer des fonctions de définitions des codes et des pratiques, de contrôles, de la promotion, de la R&D...

Ce transfert de compétence vers les institutions locales doit être négocié entre les acteurs afin de S'assurer de son efficacité et de ses externalités sur l'ensemble des acteurs.

Le management collectif De la filière peut être évalué selon son degré de flexibilité en 3 niveaux : flexible, neutre ou inflexible.

1.4. Valorisation les produit de terroir

1.4.1. Notion de valorisation

«L'évaluation couvre à la fois des significations générales et spécifiques. Le sens général correspond à Ensemble des mécanismes qui permettent de créer, valoriser, révéler ou exposer

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

de la valeur produits ou services. La dimension la plus restrictive correspond à la Composition de la valeur d'échange d'un produit à travers un processus impliquant la valeur monétaire et symbolique» (ABDELAOU, 2013).

1.4.2. Outils et approches de promotion des produits locaux

Terroir révèle des dynamiques, des cultures, des histoires et des modes de gouvernance distincts les uns des autres. Les actifs sont profondément enracinés dans le terroir par des caractéristiques physiques, historiques et culturelles, une expertise et des pratiques éprouvées comme moyen de protéger et de préserver les actifs et les atouts spécifiques au terroir. Mais cet ancrage auprès des acteurs dans leur environnement fait l'objet de stratégies de ré-ancrage liées à des dimensions réglementaires ou normatives nationales ou internationales telles que les normes internationales de commercialisation. La gestion de ces ressources présente un double défi : produire plus pour répondre aux besoins croissants de la communauté et partager équitablement les ressources (Beuret, 2006).

Des ressources géographiques spécifiques et différenciées peuvent conduire à des avantages La concurrence territoriale, si des modèles de gouvernance coordonnée peuvent contrôler et Maîtriser les ressources et les méthodes de redistribution économique. Il s'agit de maintenir une qualité spécifique de l'activité agricole ancrée dans le territoire, en fonction d'attributs et d'interactions avec différents niveaux de régulation : « Les conditions de production sont Basé sur une ressource spécifique, c'est-à-dire non imitable, que ce soit pour des raisons techniques, ou en raison de la nature spécifique de la transaction, ou pour une raison quelconque Surveillance » (Allaire, Sylvander ,1997).

Dans ce cas, les produits locaux ont un ensemble de caractéristiques dont les propriétés sont basées sur leur connexion à la terre et aux normes et standards qui régissent la propriété. Dans la chaîne du producteur au produit, il existe des étapes ou des phases marquant l'établissement de la qualité du produit, au cours desquelles un tiers intervient (Vincq, Mondy, Fontorbes ,2010).

L'utilisation d'instruments économiques tels que les marques de qualité et d'origine constitue l'un des moyens de permettre la gouvernance des produits locaux. Certains de ces instruments sont de nature exclusive, comme les marques de commerce de la société. D'autres sont de nature collective, comme les indications géographiques.

1.4.3. Pourquoi valoriser les produits du terroir ?

Sur le plan économique, d'abord, le traitement "théorique" des opérateurs est meilleur L'agriculture est généralement attendue. (Rastoyne, 2009).

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

Ensuite, créez et maintenez l'emploi rural et l'activité économique dans des zones souvent marginalisées ou non marginalisées. Investir par l'activité économique « classique ». De même, la valorisation des produits. Investir à l'international sur des segments de marché différenciés, certes plus limités, mais fortement payants (Fort, Couderc, 2001).

Cette différenciation conduit à s'affranchir de la segmentation standard des produits basée sur les coûts de production et implique une augmentation de la compétitivité à l'exportation. De plus, la promotion des produits locaux permet de protéger les producteurs contre la fraude, la contrefaçon et l'usurpation de produits ou de l'image. Cette différenciation conduit à s'affranchir de la segmentation standard des produits basée sur les coûts de production et implique une augmentation de la compétitivité à l'exportation. De plus, la promotion des produits locaux permet de protéger les producteurs contre la fraude, la contrefaçon et l'usurpation de produits ou de l'image de l'identité d'un territoire. Certains labels sont de véritables outils de protection de la propriété intellectuelle, assurant la transmission et la protection des savoirs et des technologies tacites ou explicites. De même, les valorisations répondent à de fortes attentes sociales des consommateurs qui associent d'une part les produits locaux à la qualité, la proximité, l'artisanat, la tradition et la confiance.

1.4.4. Présentation des différents signes d'origine et de qualité SIQO

1.4.4.1. Définition

Marque officielle de qualité et d'origine – nous précisons. Voici l'acronyme SIQO – en effet créant de la valeur ajoutée tout au long du processus chaîne alimentaire. Ils encouragent la variété et la diversité dans la production. Eux Protéger les bassins de production traditionnels. Promouvoir le savoir-faire de l'entreprise et Permet aux fabricants de vendre des produits différenciés avec des caractéristiques clairement identifiables. Ils sont un excellent outil de promotion. L'accès au marché, en particulier pour les petites entreprises (Marcel et Cinieri, 2015).

1.4.4.2. Qualité et lien au terroir

A) L'appellation d'origine contrôlée (AOC)

AOC est un ancien logo français qui existe depuis 1919. Ce drapeau est défini comme : «Le nom géographique d'un pays, d'une région ou d'un lieu Désigner les produits qui en sont originaires et qui sont de la qualité ou du caractère qu'ils devraient être dans des circonstances entièrement ou principalement géographiques, y compris les facteurs naturels et humains» (GILBERT LOUIS, 2001).

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

Pour être reconnu en AOC, un produit doit être unique et être L'expérience ancestrale doit provenir de la zone de production désignée. Conditions de production précises, image de marque prestigieuse Programme de certification.

Ce référentiel garantit un lien fort entre produit, savoir-faire et terroir, c'est-à-dire une aire géographique bien délimitée aux caractéristiques géologiques, agronomiques, climatiques, techniques et humaines. Ce lien implique l'inproductibilité dans un autre terroir, et concerne aujourd'hui une large gamme de produits, pas seulement le vin.

B) L'appellation d'origine protégée : (AOP)

Est une protection communautaire Indique un lien fort avec le terroir, de l'approvisionnement des matières premières à l'élaboration des produits finis. La production, la transformation et la transformation doivent Se produit dans une zone géographique spécifique. Exemple de produit bénéficiant de l'AOP : le fromage Laguiole, issu de vaches Aubrac pâturées en altitude de juin à septembre et produit sur la ferme laitière d'Aubrac. Le conflit entre les tenants des appellations d'origine (pays du Sud de l'UE) et ceux qui voient dans ce "marquage" un obstacle à la libre concurrence (pays du Nord) semble tempérer le grand nombre d'AOP (Appellations d'Origine) déposées par les et producteurs agricoles d'Europe du Sud (protégé). **(Rastoin, & Vissac-Charles.1999).**

C) Indication géographique protégée (IGP)

En revanche, l'IGP se rapproche de notre définition de la production localisée sans mettre l'accent sur l'influence des facteurs naturels. Le rapport au lieu n'est ici associé qu'à des racines historiques et à des pratiques communes, et ces critères sont plus explicites que ceux, plutôt flous, quant aux qualités particulières, réputations ou autres caractéristiques auxquelles ils se réfèrent finalement. Les facteurs naturels qui sont habituellement pris en compte ne doivent pas être pris en compte dans la forme. De plus, les produits en question sont pour la plupart transformés ; lorsqu'ils sont développés à grande échelle, on peut dire que ce sont des banques de compétences. Les définitions de l'AOP et de l'IGP montrent que la tradition est difficile à distinguer de l'origine. C'est pourquoi les garanties de spécialité traditionnelles (TSG) sont si difficiles **(Casablanca et al, 2005).**

1.4.4.3. Qualité et le mode de production

A) SPECIALITES TRADITIONNELLE GARANTIE (STG)

Caractère traditionnel garanti : Il s'agit d'un certificat de particularité qui donne lieu à l'attribution d'une référence traditionnelle, qui ne fait pas référence au lieu d'origine mais est

destinée à souligner la composition traditionnelle du produit ou le mode de production traditionnel (**Iemangeur, 2008**).

B) LABEL ROUGE (LB)

Les labels rouges sont ainsi définis comme « des labels rouges certifiant que ces aliments et produits Possèdent des caractéristiques spécifiques qu'établissent un niveau de qualité exceptionnel, Notamment en raison de ses conditions particulières de production ou de fabrication et Conforme au cahier des charges, différent des aliments et produits similaires Affaire habituelle» (**Leg France, 2017**).

1.4.4.4. QUALITE ET L'ENVIRONNEMENT

A) AGRICULTURE BIOLOGIQUE (AB)

L'agriculture biologique : un système cohérent Une exploitation agricole en agriculture biologique est un système cohérent où les agriculteurs respecteront un certain nombre de principes qui caractérisent l'agriculture biologique et contribueront à l'équilibre de l'exploitation. Le respect de ces principes et la recherche de cet équilibre préservent la fertilité des sols et la santé des animaux (**Amand, Langlois, 2009**).

B) Certificats de conformité de produits (CCP)

Créée par la loi du 30 décembre 1988, la Certification de Conformité des Produits certifie que les produits agricoles alimentaires ou non alimentaires et non transformés sont conformes à des caractéristiques spécifiées ou ont des règles préalablement fixées selon le cas, fabriqués, transformés, conditionnés et (le cas échéant) L'origine géographique de l'aliment ou du produit (lorsque l'origine est enregistrée comme indication géographique protégée)(**Valceschini et Blanchemanche,2005**).

C) Le cercle vertueux de qualité: une Méthodologies pour le développement

La FAO a récemment élargi le spectre de ses activités dans le domaine de la qualité spécifique Pour y ajouter la qualité liée à l'origine géographique. Un Groupe de travail Interdépartemental informel sur « les normes volontaires pour les produits de qualité Spécifique » a été constitué pour superviser et coordonner le développement de ce nouveau Secteur d'activité. Au cours des dernières années, plusieurs séminaires organisés dans Différentes régions du monde ont permis de sensibiliser à l'importance de la qualité liée à L'origine et aux exigences en termes de cadre juridique, de systèmes de certification et D'activités d'appui. Ces séminaires ont eu lieu dans le Bassin méditerranéen (2007), en Amérique latine (2007), dans le Sud-ouest de l'Europe (2008) et en Asie (2009).

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

Strengthening International Research on Geographical Indications (SINER-GI) est un projet de Recherche et un réseau financé par l'Union européenne son objectif est de construire et Partager une base mondiale et scientifique de connaissances cohérentes sur les conditions Economiques, juridiques, institutionnelles et socioculturelles de réussite des indications Géographiques. Les participants à ces séminaires ont recommandé à la FAO de développer des lignes Directrices en vu d'aider les représentants des gouvernements et les acteurs concernés à Développer des démarches durables dans ce domaine.

La mise en œuvre d'une démarche IG à l'échelle locale suppose donc différentes activités et Conditions. Le cercle vertueux de qualité liée à l'origine a été développé dans le guide pour Promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables qui a été Produit par l'Organisation des

Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). Il Peut être utilisé comme une méthodologie visant à soutenir les acteurs locaux dans leur Gestion des activités du système IG et à optimiser son potentiel en matière de développement Durable.



Figure 1: Cercle vertueux de la qualité liée à l'origine.

Source : FAO ,2009.

1.4.5. Cahiers des charges(CDC)

1.4.5.1. Définition

Un document décrivant les attributs spécifiques du produit IG par rapport à son origine géographique, à travers la description du produit et sa méthode d'acquisition, fournissant la méthode de production et les exigences de transformation, d'emballage, d'étiquetage, etc., le cas échéant. Toute personne utilisant des IG doit respecter les dispositions de ces politiques. Les spécifications sont issues d'un consensus obtenu Par des participants des départements concernés de GI (IQUAE, 2017).

- Pour les IG/AO, le cahier des charges doit comprendre :

Le demandeur

«Pour les produits spécifiés dans la demande, les personnes physiques ou morales exerçant des activités de production dans l'aire géographique spécifiée dans la demande, ainsi que les associations de ces personnes, les groupements de consommateurs et toute autorité compétente» (OAPI•2011).

Il est clair que le choix de l'appellation à protéger est au cœur du processus, en tenant compte de divers facteurs, notamment la géographie, l'espèce ou la race animale dont est issu le produit. Cependant, il ne peut pas s'agir du nom d'une race ou d'une race qui est GI ou AO par elle-même. Protégé par d'autres régimes juridiques (protection des obtentions végétales, protection des obtentions animales) (FAO, 2010).

La description du produit

Les principales caractéristiques physiques, chimiques, microbiologiques ou organoleptiques du produit, ainsi que les ingrédients et matières premières qui doivent être utilisés au cours du Processus de production, et/ou les ingrédients et matières premières à ne pas utiliser (SAIDI, 2013).

Le lien avec l'aire géographique

C'est une partie essentielle du cahier des charges, car tous les arguments doivent être fournis dans cette section pour démontrer que l'approbation par l'AOC/AOP et la réservation du nom AOC ne s'appliquent qu'aux opérateurs situés dans la région. Zone géographique et respect des normes et réglementations liées au contrôle (FAO, 2009).

Les éléments prouvant que le produit est originaire de l'aire Délimitée

Le demandeur doit apporter tous les éléments et justificatifs attestant que Le produit est originaire de l'aire géographique délimitée, à savoir l'histoire de L'aire en question, la

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

réputation du produit et les moyens qui seront utilisés Pour assurer la traçabilité. (FAO., 2010).

Eléments justifiant le lien existant entre la qualité et les caractéristiques du Produit avec l'origine géographique

Dans cette section, vous devez fournir tous les paramètres pour justifier :

- ✓ Indications géographiques ou appellations d'origine des produits agréés ;
- ✓ Les droits sont réservés uniquement aux opérateurs situés dans la zone géographique et respectez le code, utilisez le nom attribué à cette IG ou AO pour leurs produits.

Les porteurs de programmes doivent donc réfléchir aux arguments qui peuvent être avancés pour démontrer ce lien et se demander s'il existe des spécificités du produit associées au terroir avant de rédiger l'ensemble du cahier des charges. Cette section devrait inclure :

- ✓ La spécificité de l'aire géographique ;
- ✓ La spécificité du produit ;
- ✓ Le lien causal entre l'aire géographique et la qualité ou les Caractéristiques du produit.

Selon la définition de l'IG ou de l'AO, il doit exister un lien objectif et très Etroit (« essentiellement » ou « exclusivement » sont les termes utilisés par la loi) Entre la qualité du produit et son origine géographique au sens large du terme, A savoir les facteurs naturels (climat, sol, altitude, insolation, eau d'irrigation...) Et/ou humains (savoir-faire, usages et savoirs culturels anciens et constants, Ancrage social et local du produit dans son aire de production).

Ainsi faudra t-il décrire, avec précision, ce qui fonde la relation entre le terroir et la typicité du produit aux différentes étapes de la production, de la transformation et de l'élaboration. Il est indispensable de démontrer l'effet du facteur naturel sur la qualité et les caractères du produit. Il faut donc déterminer en quoi le produit se distingue des produits similaires et apporter les preuves objectives et mesurables (FAO, 2010).

Description de la façon d'obtenir le produit

Cette section constitue le corps technique de la spécification. Il contient une description des conditions de production qui constituent le mode d'obtention du produit, depuis la production des matières premières jusqu'au moment où le produit peut bénéficier de l'AOP ou de l'IGP. Les conditions décrites doivent être claires, sans ambiguïté et sujettes à inspection. Il ne doit pas s'agir de suggestions. Une valeur cible doit être spécifiée, et non une valeur approximative.

Par exemple, certains éléments peuvent faire partie de la spécification de ce chapitre :

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

- **Pour la production végétale**

Variété, fertilisation, dates de semis et de récolte, moment de la récolte, méthode de récolte, stockage, transport, etc.

- **Pour les productions animales :**

Race, mode d'élevage, ex : mode d'alimentation (durée de passage à l'herbe, mode de lactation, proportions respectives d'aliment et de concentré dans la ration, liste positive des aliments autorisés, source d'alimentation...), âge à l'abattage ...

- **Pour les produits transformés**

Description du processus de fabrication, par exemple durée ou temps de cuisson, mode de cuisson, technique de séchage ou de saumurage, paramètres techniques liés aux différentes étapes (durée, température, etc) (INAO, 2017).

Systeme de vérification (Contrôle)

- Le contrôle assurant la conformité du produit à ses spécifications se fait à deux niveaux (Amsallem et Rolland, 2009).

Un contrôle externe

Il est effectué par un organisme de contrôle et certification Agréé par l'autorité compétente de manière indépendante et qui s'appuie sur un plan de Contrôle élaboré à partir d'une analyse des points critiques.

Contrôle interne

Il est d'abord exécuté au niveau du producteur lors de l'enregistrement. Il doit vérifier la conformité de certains intrants et documenter cette vérification, en prenant connaissance de ses itinéraires techniques, en enregistrant ses flux de production et de vente et ses inventaires. L'instance dirigeante à laquelle appartient le producteur peut organiser un contrôle portant sur le respect des normes, la qualité et la sincérité de l'enregistrement.

Objectifs du CDC

- Il a plusieurs objectifs, parmi lesquels :
- ✓ Définir précisément le problème ou la situation à améliorer.
 - ✓ Identifier clairement les besoins de l'entreprise ou de l'organisme parrain (maître d'emploi).
 - ✓ Identifier les objectifs et les résultats attendus de l'intervention.
 - ✓ Établir des règles de base et des exigences pour la mise en œuvre des interventions.
 - ✓ Demander au cabinet conseil et à ses consultants de préciser les prestations et livrables.
 - ✓ Identifier les objectifs et les résultats attendus de l'intervention.

Chapitre 01: Généralités sur les produits de terroir

- ✓ Établir des règles de base et des exigences pour la mise en œuvre des interventions.
- ✓ Demander au cabinet conseil et à ses consultants de préciser les prestations et Livrables.
- ✓ Proposer des éléments d'entente engageant les deux parties.
- ✓ Servir de document de référence, en évitant les problèmes d'interprétation et d'outils.
- ✓ Identifier les rôles et responsabilités respectifs de toutes les parties impliquées dans l'intervention.
- ✓ Déterminer les modalités de règlement des différends (**MICHEL COUTU, ADM, CMC, 1995**).

1.4.6. Avantages des signes officiels de l'origine et de qualité

Afin de protéger l'origine et la qualité des produits, il est nécessaire de recourir à des marques officielles d'origine et de qualité, qui donnent aux consommateurs l'assurance des produits tout en leur permettant d'obtenir des produits sains et biologiques. ETC.

De plus, lorsqu'un produit acquiert une réputation transfrontalière, il peut être confronté à des produits ayant le même nom sur le marché. Ce type de concurrence déloyale non seulement décourage les producteurs, mais incite également les consommateurs.

Faux, il faut donc un cadre juridique pour protéger les producteurs et les consommateurs et garantir l'équité dans les transactions commerciales.

Pourtant, ces logos officiels peuvent apparaître comme de véritables outils pour assurer un développement local durable.

1.4.6.1. Les avantages socio-économiques

La marque officielle d'origine et de qualité garantit au producteur Pour prévenir toute forme de fraude et de contrefaçon, de telles initiatives ne permettent pas non seulement protéger les producteurs et leurs produits, mais ils créent également Des emplois stables pour améliorer le niveau de vie des personnes et leur permettre de s'installer Eviter en même temps un éventuel exode rural. Les marques officielles d'origine et de qualité permettent aux gens de savoir de quelle région ils viennent Venez produits locaux, les produits locaux peuvent ressembler à des cartes postales Il décrit la capacité et le potentiel touristique d'une zone. La garantie officielle et les labels de qualité confèrent au produit son propre positionnement En raison de leur qualité et de leurs caractéristiques, de leur unicité, ils ont une place sur le marché

1.4.6.2. Les avantages culturels

La production locale est l'aboutissement d'un savoir-faire accru Patrimoine culturel ancestral d'un peuple, il faut donc placer qualité, permettant de préserver ce patrimoine et les

techniques traditionnelles. Ces signes à la fois protègent ces savoir-faire et les font connaître, Transmis de génération en génération.

1.4.7. Impact de valorisation des produits de terroir sur le développement local

Le développement local est un processus diversifié enrichissement des activités économiques et sociales au sein d'un territoire mobiliser et coordonner ses ressources et ses énergies. Donc ce sera le produit efforts de sa population, il remettra en question l'existence d'un projet de développement Intégrant ses composantes économiques, sociales et culturelles, il créera un espace adjacent un espace de solidarité positive ((**REFFE Xavier, 1984**).

Reconnaître que les améliorations de la qualité liées à l'origine peuvent contribuer à la conservation et au développement durable du patrimoine alimentaire de trois manières:

A) Au niveau environnemental

Les normes des méthodes de production traditionnelles

Aide à préserver les ressources locales tout en mettant souvent en vedette Produits liés aux caractéristiques des races animales ou des races locales qui contribuent à la conservation de la biodiversité (**Vandecandelaere, 2009**).

B) Au niveau sociétal

Les démarches de reconnaissance de la qualité permettent de préserver et de valoriser le patrimoine, les traditions et les modes de vie locaux. De plus, la mise en place de labels de qualité liés à l'origine nécessite une organisation sectorielle et régionale, qui peut contribuer à renforcer les organisations locale (**Vandecandelaere, 2009**).

C) Sur le plan économique

L'amélioration de cette qualité nécessite l'accès à des marchés rémunérés pour des caractéristiques liées à l'origine qui peuvent contribuer à augmenter les revenus et à soutenir l'activité, en particulier dans les zones marginalisées. Les produits associés à l'origine peuvent être détournés en raison de leur qualité spécifique et de leur réputation. La protection des indications géographiques associées aux qualités liées à l'origine permet un accès et un maintien sûrs des marchés (**Vandecandelaere, 2009**).

Conclusion

Les produits de terroir jouent un rôle efficace, important et positif dans la vie sociale et économique car ils sont une source de revenus pour beaucoup.

Pour assurer la pérennité de cette source de revenus, il est nécessaire de développer des stratégies de promotion et de protection des marques basées sur la qualité et l'assurance.

CHAPITRE 02 : SITUATION DE L'APICULTURE DANS LA RÉGION D'AZZABA.

Introduction :

Dans les conjonctures économiques actuelles, où l'accroissement de la production et de la productivité fait l'objet d'une recherche assez poussée, la nécessité de développer l'apiculture devient impérative.

Comme tous les pays musulmans en générale ceux du Maghreb en particulier, l'Algérie est considérée comme une nation, traditionnellement, grande consommatrice en miel. Le besoin de développer cette production animale n'a pas seulement pour cause des motifs économiques mais se justifie par la présence dans notre pays de facteurs naturels qui conditionnent sa réussite. Parmi ces derniers figurent la douceur relative du climat, la richesse de la flore mellifère etc.

AC et effet il errait donc logique de développer cette filière en Algérie afin d'éviter les importations des produits de la ruche et d'augmenter ainsi les chances d'une véritable indépendance économique. L'augmentation des productions a picoles entrainerait, sans nul doute, l'offre sur le marché intérieur, de miel, de cire, de gelée royale... etc., à des prix relativement bas .Cela les mettrait à la portée d'un très grand nombre de consommateurs. En outre, le développement de l'apiculture contribuerait à l'élévation du niveau de vie des masses populaires en leur offrant des emplois nouveaux très rémunérateurs.

2.1. L'apiculture en Algérie

L'Algérie est riche de possibilités apicoles. L'abeille algérienne très proche de l'abeille noire d'Europe, est bien acclimatée aux différents écosystèmes.

Elle dispose d'une abondante flore mellifère spontanée et cultivée. A l'exception des régions incultes et désertiques, l'apiculture est largement pratiquée dans les régions montagneuses à population dense, comme les Aurès, la Kabylie, le Dahra: dans les plaines littorales comme celle d'Annaba, de la Mitidja, de Relizane, d'Oran; dans les vallées des grands oueds comme l'oued El Kébir, la Soummam, l'Isser, l'oued El Hammam et la Tafna (**Badren, 2016**).

L'apiculture est donc pratiquée surtout dans les villes Nord du pays où se trouve une flore mellifère pendant presque toute l'année. Dans les zones désertiques de l'Algérie où les températures sont très hautes et les vents violents, nous avons trouvé des ruches traditionnelles en pierre et en terre glaise. Les ruches modernes utilisées en Algérie sont principalement de type Langstroth aux quelles certaines modifications ont été apportées, liées au climat très chaud.

Nous obtenons de bonnes récoltes de miel des colonies logées dans ces ruches (**Badren, 2016**).

Chapitre 02 : Situation de l'apiculture dans la région d'Azzaba

Selon **Skender (1972)**, malgré un potentiel mellifère important et très abondant, la production apicole locale se caractérise par un niveau très faible qui avoisine les 1500 tonnes avec un rendement inférieur à 10 kg par ruche.

2.2. Situation actuelle de l'apiculture à Azzaba

L'apiculture diffère d'une région à une autre en quantité et en qualité, cela à cause des conditions climatique de la flore existante et des conditions techniques et organisationnelle dans lequel on pratique l'apiculture.

Malgré les possibilités apicoles dans la wilaya de Skikda, la place qui est réservée à l'apiculture est restée réduite avant 1976, date à laquelle fut créée la coopérative apicole.

Durant cette période, l'apiculture de cette wilaya était en majorité traditionnelle aux mains de certains privés à l'exception de quelques agriculteurs qui s'étaient convertis en apiculteurs modernes.

Ce n'est qu'après 1976 que la coopérative apicole, nouvellement créée a démarré et qu'un programme de développement fut établi dans les zones favorables du fait d'une forte tradition apicole.

Le nombre total de ruches de la région de Azzaba entre l'année de 2014 et 2022, est estimé à 5390 ruches réparties entre ruches modernes et traditionnelles avec une moyenne de 6738.25 ruches par année.

2.2.1. Nombre de ruche dans la zone de Azzaba par année

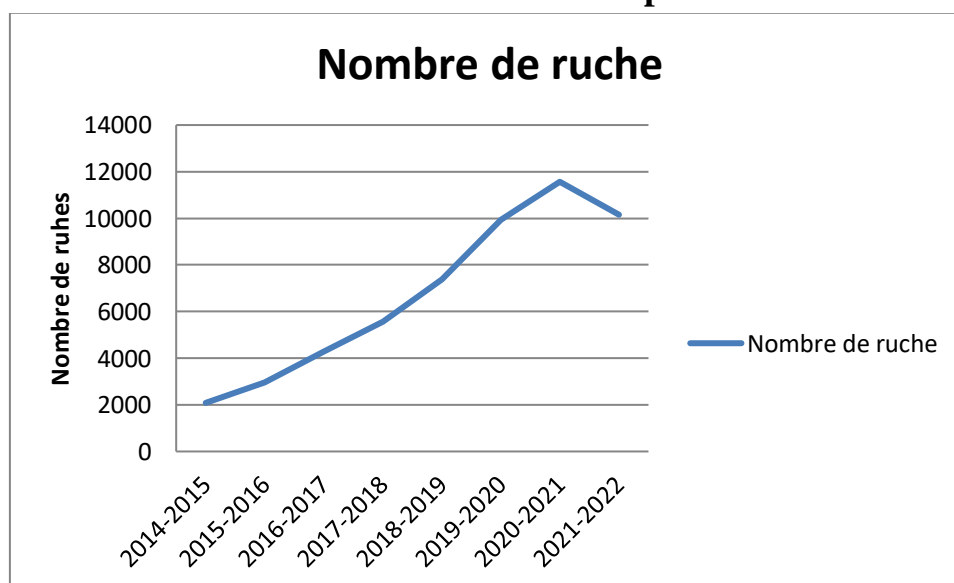


Figure 2 : Nombre de ruche dans la zone de Azzaba par année.

2.2.2. La quantité du miel produite à la commune de Azzaba [2014 – 2022]

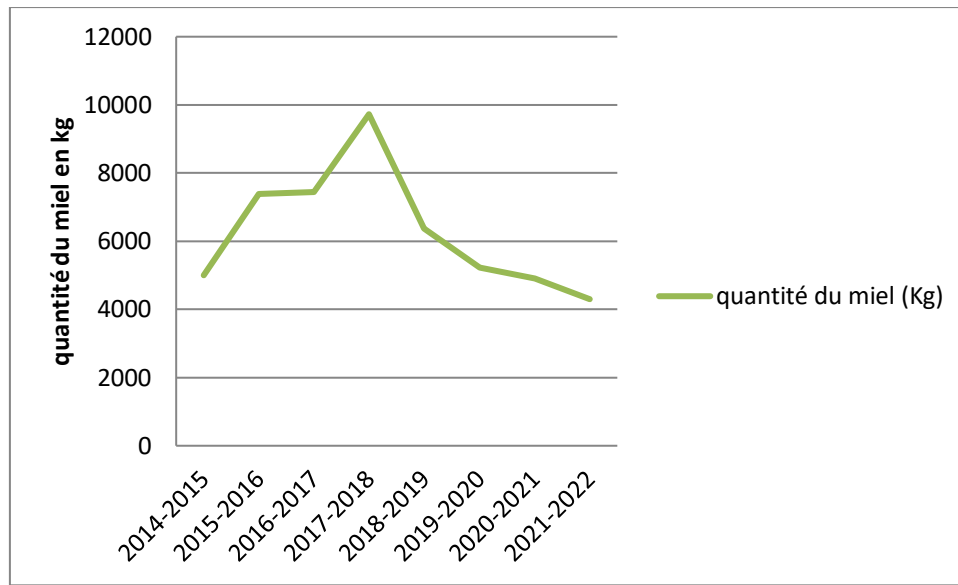


Figure3 : quantité du miel produite à Azzaba par année

Prédire la production mellifère d'une région est un exercice complexe que se soit à des fins de productivité apicole ou dans le cadre d'un suivi de l'environnement.

2.2.3. histogramme de la quantité du miel et le nombre de ruches par année

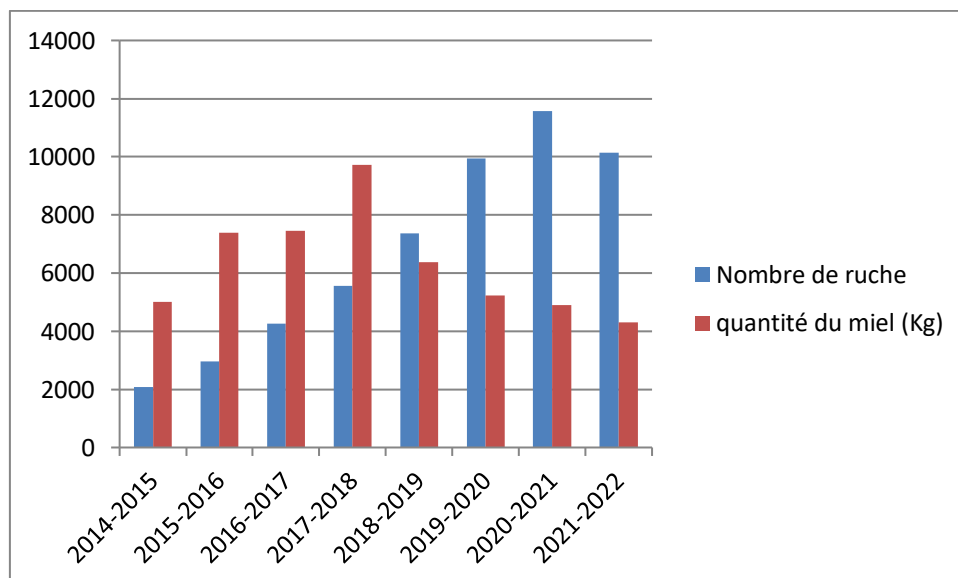


Figure 4: histogramme de la quantité du miel et le nombre de ruches par année

Les deux courbes et l'historgramme précédents montrent une augmentation significative dans le nombre de ruche et la quantité du miel pendant la période de 2017 jusqu'à 2020 avec une quantité maximale de 9726 kg pendant l'année 2017-2018. Par contre la période entre 2020

Chapitre 02 : Situation de l'apiculture dans la région d'Azzaba

et 2022 il y a une diminution de la quantité du miel produite malgré le nombre élevé de ruches présentes

2.2.4. Le rendement en miel par ruche dans la région de Azzaba

l'année	Nombre de ruche	quantité du miel (Kg)	le rendement (Kg/ruche)
2014-2015	2084	5000	2,5
2015-2016	2958	7395	2,5
2016-2017	4268	7443	2
2017-2018	5566	9726	2
2018-2019	6366	7371	2
2019-2020	9946	5225	0,5
2020-2021	11568	4900	0,5
2021-2022	10145	4300	0,5

Tableau 2 : le Rendement de production de miel en Kg/ruche

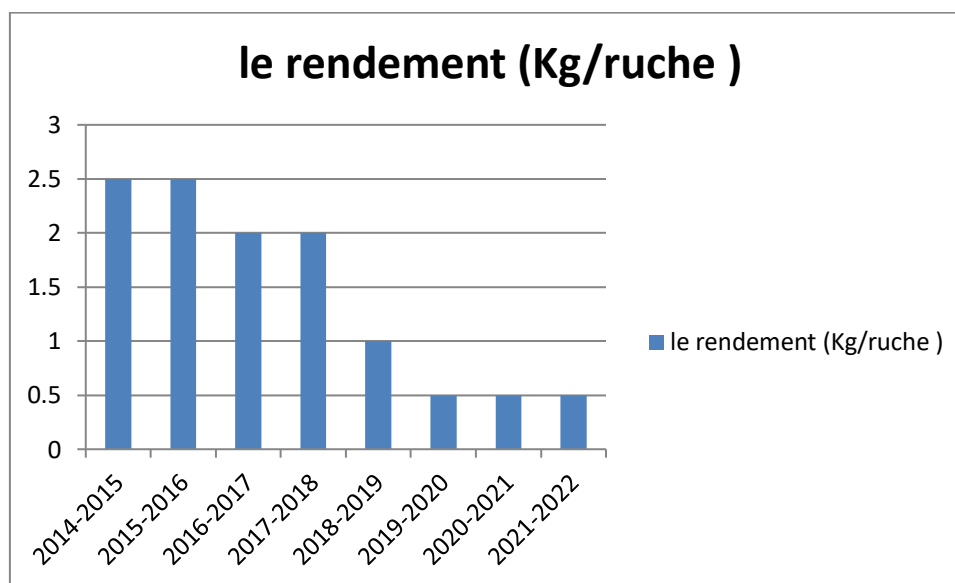


Figure 5: le rendement de production de miel par année

Le tableau et l'histogramme précédents résument certains résultats obtenus après une étude ultérieure dans la région d'Azzaba.

Le rendement des colonies est très faible au cours des années de l'étude et est inférieure à 3 kg par ruche acteurs limitant la production du miel :

Chapitre 02 : Situation de l'apiculture dans la région d'Azzaba

La production potentielle d'un rucher dépend de nombreux facteurs :

- Le rendement des colonies dépend des ressources l'entourant : présence d'eau, abondance et diversité des fleurs mellifères ; distance entre celle-ci et la ruche
- Conditions climatiques ou édaphiques : Température ; ensoleillement, le vent
- Certaines conditions spécifiques de floraison
- La période de floraison
- De conditions internes aux colonies
- La sécrétion nectarifère
- La morphologie de l'abeille
- Les pathologies qui affectent les abeilles et les infections parasitaires

Conclusion

L'apiculture est une activité d'extraction de miel, et pour améliorer le rendement de la quantité de miel, l'apiculteur doit être doté d'expérience et les abeilles doivent être bien nourries.

**PARTIE PRATIQUE : IMPACT SOCIO-ÉCONOMIQUE
DE L'APICULTURE SUR LE DÉVELOPPEMENT
LOCAL**

CHAPITRE 01 : MATÉRIEL ET MÉTHODE

Introduction :

L'apiculture constitue une source potentielle de revenu pour les populations rurales.

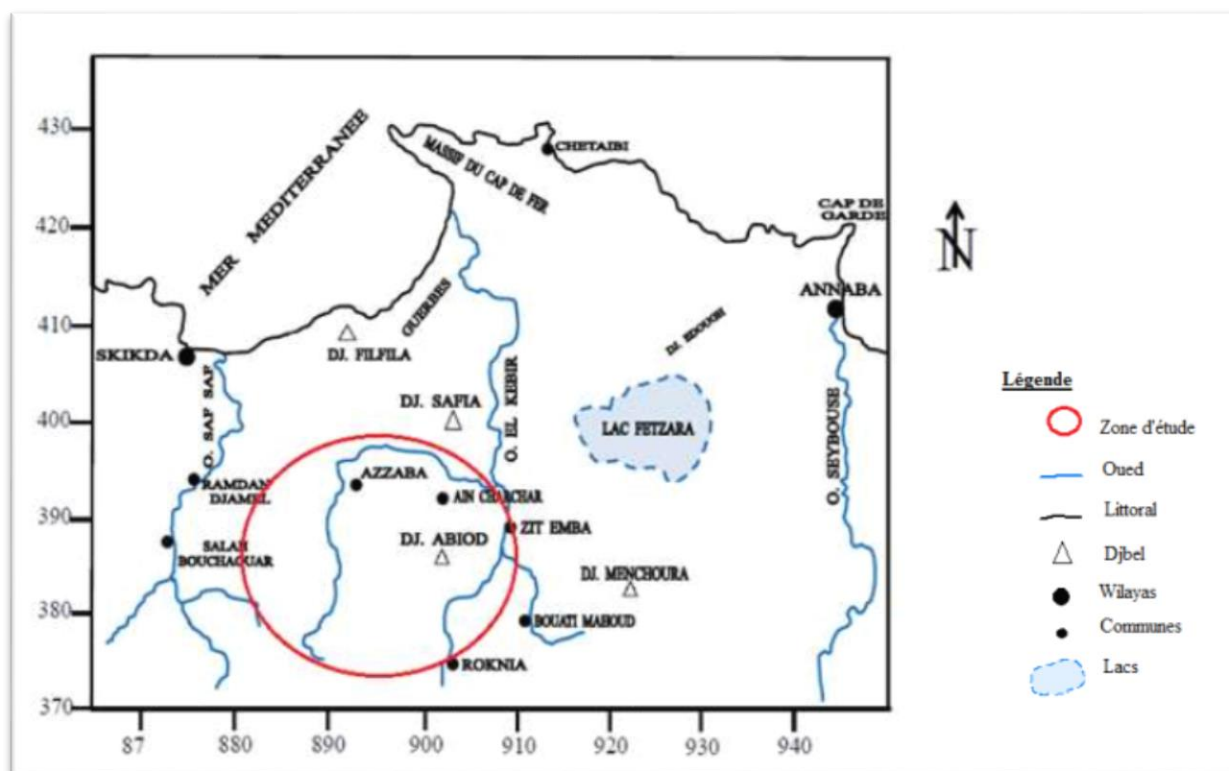
C'est activité économique qui joue un rôle déterminant dans l'agriculture, car elle contribue au développement soutenu de cette activité et à l'obtention de récoltes plus abondantes et meilleures, ainsi qu'à la protection de l'environnement. Cependant l'apiculture est aujourd'hui considérée comme une activité prometteuse (**Kaboré et al. 2022**)

Notre travail consiste à estimer à évaluer les performances socioéconomiques de l'apiculture dans la région d'étude et son rôle dans le développement local.

1. Présentation de la zone d'étude

1.1. Situation géographique

La région d'Azzaba fait partie de la wilaya de Skikda (**Fig.6**). Elle est située au Sud de la Wilaya ; au Nord-Est Algérien, à 80Km au Nord-Est de Constantine, à 67Km au Sud-Ouest D'Annaba, entre la latitude $36^{\circ} 76' 08''$ et $36^{\circ} 85' 35''$ Nord et la longitude $7^{\circ} 20'$ et $7^{\circ} 40'$ Est. Connue par son champ minier essentiellement mercuriel. On a choisi le site d'Azzaba, qui est caractérisée par une intensification des pratiques agricoles,



1.2. Situation socio-économique :

La qualité des sols dépend pour l'essentiel de la roche mère et de la topographie, facteurs Déterminants des modalités de la circulation des eaux. Ces caractéristiques sont favorables à une agriculture polyculturelle. Les cultures maraîchères et céréales qui sont pratiquées sont largement développées.

Les principales ressources économiques de la région sont à l'exploitation minière et l'agriculture.

Les champs miniers sont concentrés autour des agglomérations (Azzaba, Es Sebt et Menzel Bendich). L'industrie ne présente aucune puissance à part l'usine de mercure qui, actuellement est fermée.

Dans le milieu rural, certaines maisons sont dispersées, d'autres sont groupées en hameaux. Ceux-ci ont souvent tendance à former de petites agglomérations à caractère urbain.

1.2.1. La végétation

Dans la région d'Azzaba, la végétation qui est un facteur important pour le développement de l'apiculture par sa richesse en plantes mellifères, est formée essentiellement de *Quercus suber*, *Olea europaea*, *Pistacia lentiscus*, *Arbutus unedo*, *Erica sp.* *Cistus* sp. Et *Ampelodesma mauritanica* (Ben derradji, 1999). D'autres essences sont faiblement représentées telles que *Crataegus oxyacantha* et le *Juniperus oxycedrus*.

1.2.2. Le climat

Au niveau de la station de Skikda, la période humide débute au mois de novembre et se termine au mois de février, et la période sèche commence au mois de février et se termine au mois de novembre.

La "maximale moyenne quotidienne" (ligne rouge continue) montre la température maximale moyenne d'un jour pour chaque mois pour Azzaba. De même, «minimale moyenne quotidienne" (ligne bleu continue) montre la moyenne de la température minimale. Les jours chauds et les nuits froides (lignes bleues et rouges en pointillé) montrent la moyenne de la plus chaude journée et la plus froide nuit de chaque mois des 30 dernières années. Pour la planification de vacances, vous pouvez vous attendre à des températures moyennes, et être prêt à des jours plus chauds et plus froids. La vitesse du vent n'est normalement pas affichée, mais peut être ajustée en bas du graphique.

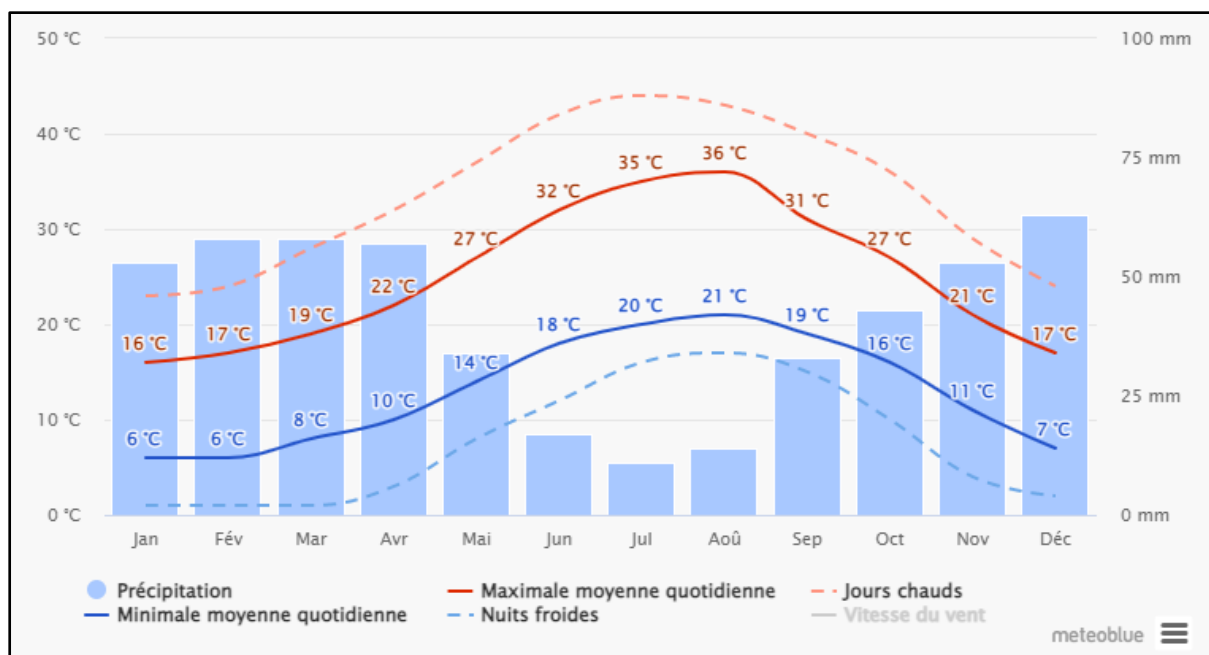


Figure 7: Diagramme Pluviométrique dans la station de Azzaba

1.3. Matériel et méthodes :

Il s'agit d'une étude descriptive sous forme d'enquête élaboré avec 25 apiculteurs dans la commune de Azzaba exactement dans la daïra de Ben Azzouz entre la période du 1^{er} mai 2023 au 20 mai 2023 à fin d'avoir une idée sur les performances socioéconomiques de l'apiculture et les activités des apiculteurs par le biais d'un questionnaire (**voire Annexe**).

1.4. Le Questionnaire

Le questionnaire porte sur :

- ✓ les caractéristiques sociodémographiques et professionnelles des apiculteurs (âge, niveau d'instruction, principale activité, taille de l'exploitation, etc.).
- ✓ le type de financement du projet
- ✓ les types de produits des ruches produites par les apiculteurs
- ✓ le niveau de commercialisation des produits et la provenance des clients
- ✓ les contraintes de développement et futurs stratégies de cette activité

1.4.1. L'analyse statistique :

Les résultats de l'enquête ont été codés pour aborder la diversité des exploitations par voie statistique. , a l'aide du logiciel Excel

CHAPITRE 02 : RÉSULTATS ET DISCUSSION

2.1. Identification du producteur

2.1.1. Répartition des apiculteurs selon le sexe

Notre enquête est élaborée avec 25 apiculteurs, la majorité des apiculteurs sont de sexe masculin (64%) contre 9 femmes (36%)

Le résultat obtenu est en accord avec plusieurs études qui confirment que l'apiculture est un métier masculin pour plusieurs raisons en effet les ruches sont installées en hauteur sur les arbres et les récoltes peuvent se révéler difficiles. En outre, l'apiculture est culturellement considérée comme activité masculine dans certaines sociétés. Notamment les efforts physiques que nécessite l'entretien des ruches et leur éloignement du domicile familial rendant le déplacement des femmes difficile (Kientega et al. 2011 ; Kanazoe et al. 2021 ; Kaboré et al. 2022).

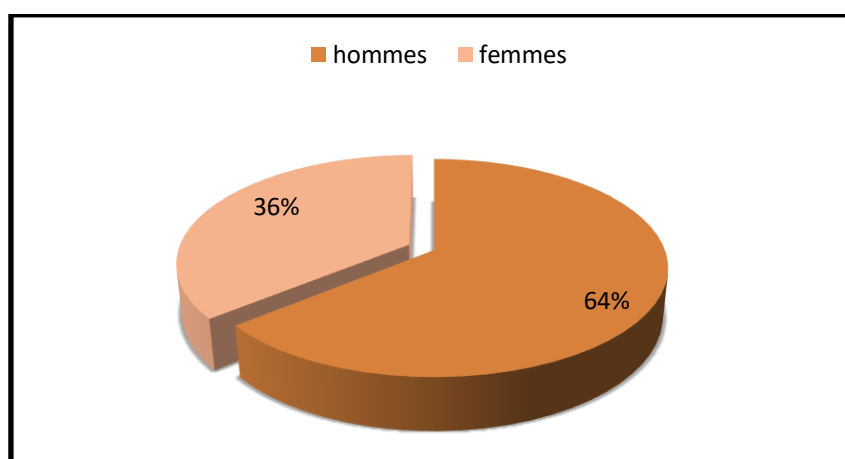


Figure 8 : Répartition des apiculteurs selon le sexe

2.1.2. Répartition des apiculteurs selon l'âge

Globalement, l'âge des apiculteurs varie entre 20 et 60 ans. Il en ressort que la majorité des apiculteurs sont entre 30 et 50 ans avec 66 %.

Dans la région de Bouira, les apiculteurs avec un âge compris entre 30 et 50 ans représentent 44 % (Yahiaoui, 2020), ce qui est proche de notre observation (66%)

Cette pratique est dominante par des jeunes à cause des efforts qu'il faut fournir pour avoir un produit de bonne qualité et entretenir les ruches et les abeilles.

On peut déduire que l'activité apicole est pratiquée aussi par une catégorie plus ou moins jeune cela signifie qu'il y a une succession de générations.

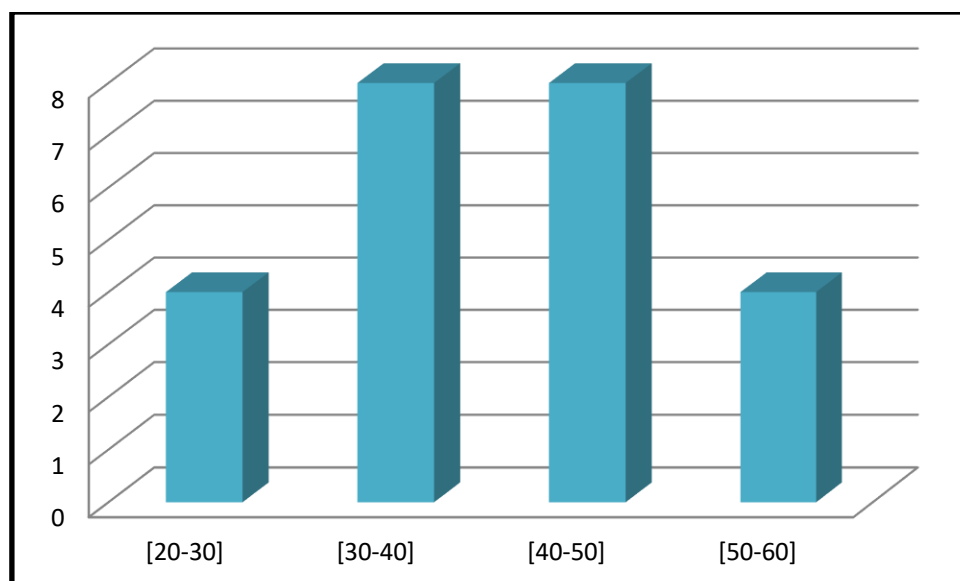


Figure 9: Répartition ds apiculteurs selon es tranches d'age

2.1.3. Répartition des apiculteurs selon le niveau d'instruction

Au regard du niveau d'instruction notre étude a montré que 58% de la population étudiée possède un niveau universitaire ; notre étude est contradictoire a une étude effectuée au Burkina Faso ou le pourcentage des apiculteurs ayant un niveau universitaire été (47,0%) ou s'étaient limité au niveau primaire (37,6%) (**Benewendé et al., 2022**).

Une autre étude effectuée en Algérie précisément dans la wilaya de Tizi-Ouzou Les résultats obtenus sur le niveau d'instruction des apiculteurs ont montré l'existence d'une corrélation positive entre le niveau d'étude et la taille des exploitations, la tendance des plus instruits à élargir leurs ruchers, résulte de leurs capacité à s'informer et à introduire les techniques modernes dans leurs exploitations leurs permettant d'accroitre leurs production. L'afflue grandissant des universitaire (13%) à l'activité apicole s'explique par les spécialités dispensés dans l'université en relation avec l'apiculture, et à ses bienfait pour l'environnement (**maacha et boukrache ,2015**)

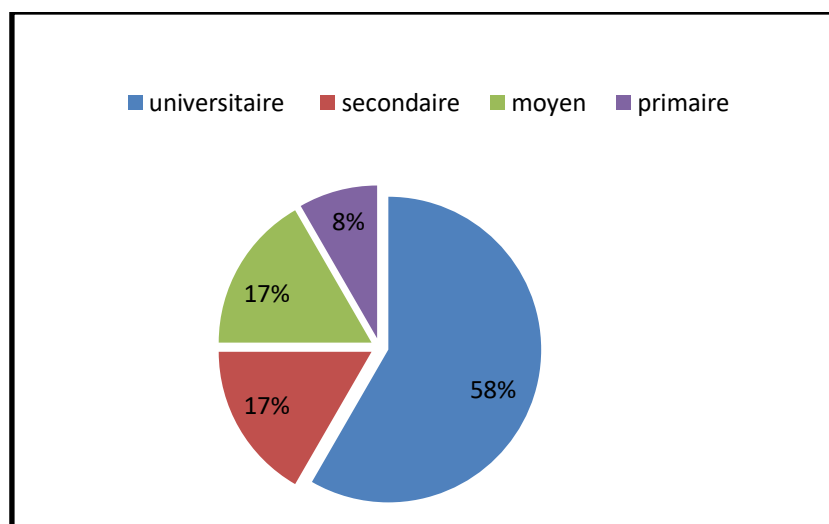


Figure 10: Répartition des apiculteurs selon le niveau d'instruction

2.1.4. Répartition des apiculteurs selon le mode d'obtention des ruches

Les résultats obtenus montrent que la moitié d'apiculteurs de la région d'Azzaba ont obtenus leurs ruches par héritage (50%) Ceci prouve que le métier de l'apiculture est très ancien dans cette région et la reprise des petites générations plus formées et plus cultivées de cette activité familiale.

42 % de la population étudiée obtiennent leur ruches par achat ce qui explique l'investissement de leurs propre moyen.

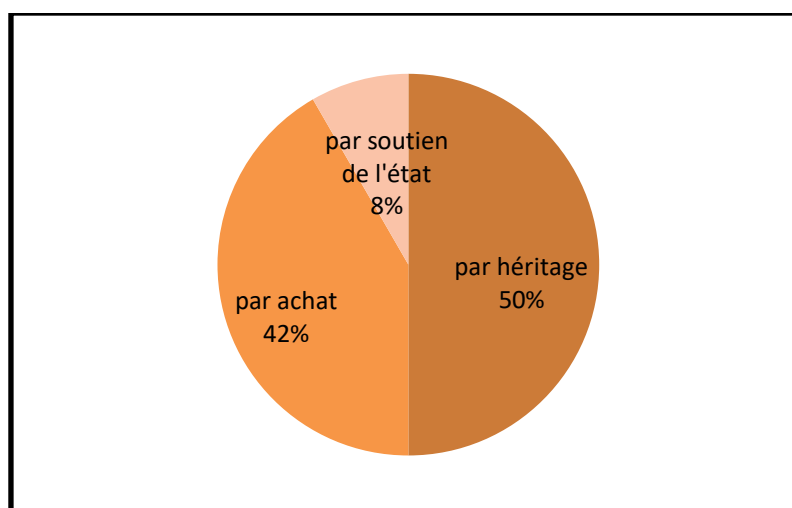


Figure11: Répartition des apiculteur selon le mode d'obtention des ruches

2.1.5. Répartition des apiculteurs selon le mode de financement de l'état

Pour les 25 apiculteurs qui ont bénéficié des programmes d'aides 46 % sont financés par la PNDA et 27 % par la PNDR et 17 % par l'ANSEJ

Chapitre 02 : Résultats et discussion

Ce taux s'explique par les faibles exigences de ce dispositif qui a pour but l'aide aux chômeurs, alors que le dispositif ANSEJ exige la création de 3 postes permanents dans le projet voulu.

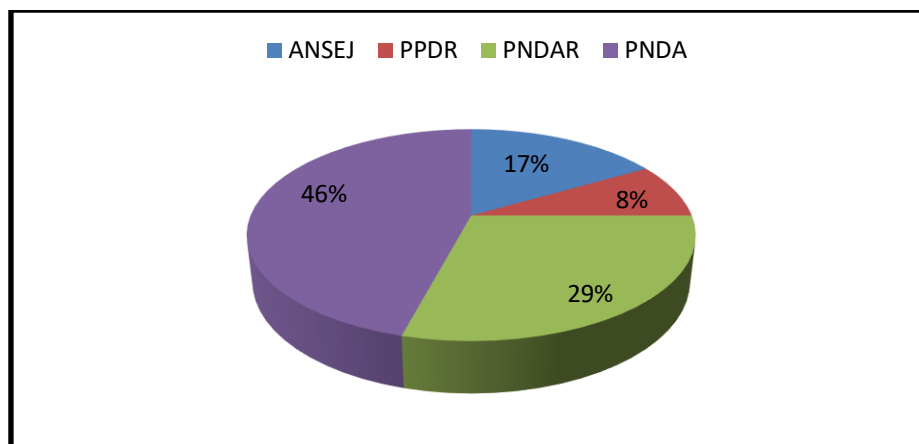


Figure12: mode de financement de l'état

2.1.6. Répartition des apiculteurs selon la situation juridique de la terre et type de financement :

Les résultats obtenus montrent que 83 % des apiculteurs interrogés travaillent dans leur propriétés privées alors que 17 % travaillent dans le domaine forestier.

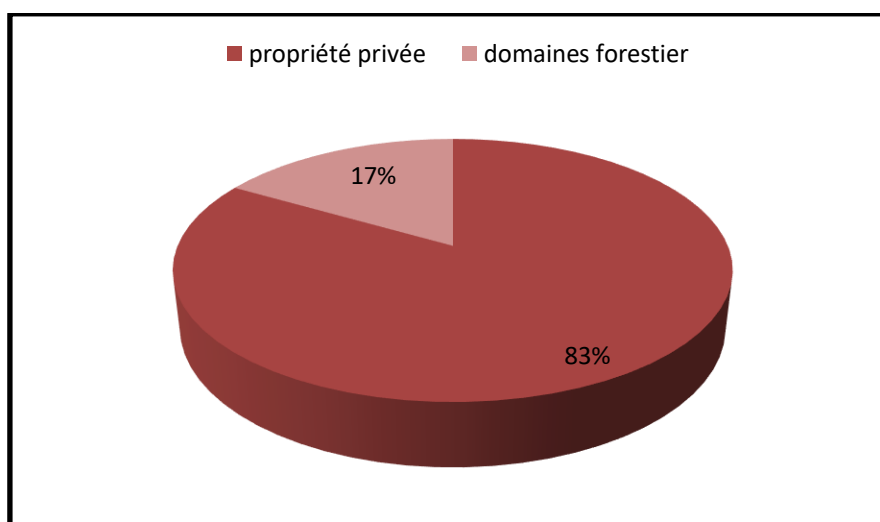


Figure 13: le statut juridique des terres

Concernant le mode de financement 11 apiculteurs interrogés autofinancent leur projet tandis que 9 ont obtenus un crédit bancaire et 5 ont fait un partenariat.

L'autofinancement est classé comme la source principale de financement de l'exploitation agricole, enquêtée dans les différentes régions du pays, sont ressource constitués par l'épargne provenant des autres activités économique formelle ou informelle qu'il exerce lui-même ou qu'exercent les membres de son ménage (Daoudi et Slimani ,2008)

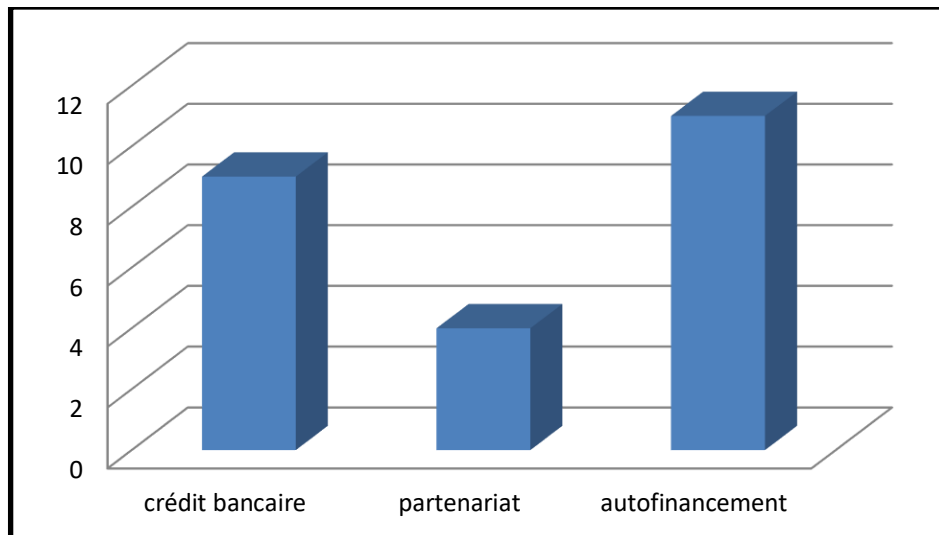


Figure 14 : le mode de financement des ruches

2.1.7. Les types de ruches utilisées par les apiculteurs

D'après notre questionnaire effectué avec 25 apiculteur nous avons constaté que 22 apiculteurs 92% utilisent des ruches mixtes (modernes et traditionnelles) alors que 2 apiculteurs seulement utilisent des ruches traditionnelles uniquement (8%) ceci est expliqué par le rendement de production de la ruche moderne ainsi que la facilité de son entretien, le confort des abeilles et l'emplacement des cadres est idéale l'utilisation de ce type de ruche explique le professionnalisme des apiculteurs.

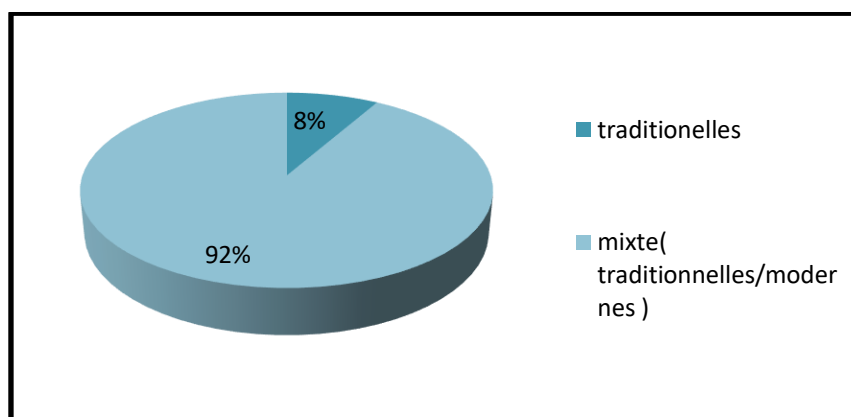


Figure 15: le type de ruches utilisées

2.1.8. Répartition des apiculteurs selon le type d'activité

D'après notre enquête auprès des apiculteurs de la région de Azzaba nous avons constaté que 18 apiculteurs considèrent l'apiculture comme leur activité principale donc les produits de la ruche sont considérés comme leur source d'argent alors que 6 apiculteurs la considèrent comme activité secondaire.

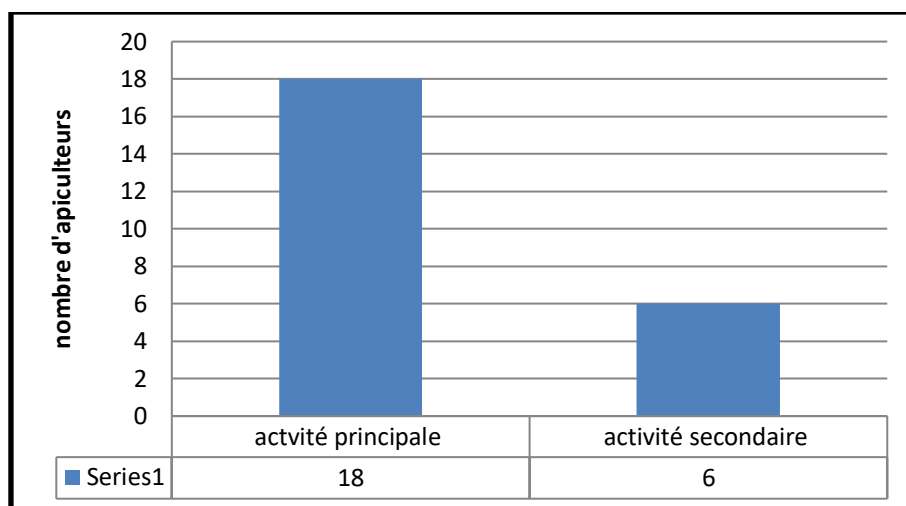


Figure 16: répartition des apiculteurs selon le type d'activité

2.1.9. Les types de produits de la ruche :

Les résultats obtenus montrent que 100 % des apiculteurs questionnés produisent 3 types des produits de la ruche (Miel ; propolis et gelée royale).

C'est un résultat qui reflète la forte consommation des produits de la ruche par les algériens

Nos résultats sont contradictoires à une autre étude où il a été noté que les produits secondaires de la ruche sont très peu produits par les apiculteurs à cause du manque de connaissances et des techniques d'exploitation (Friedrich ,2010).

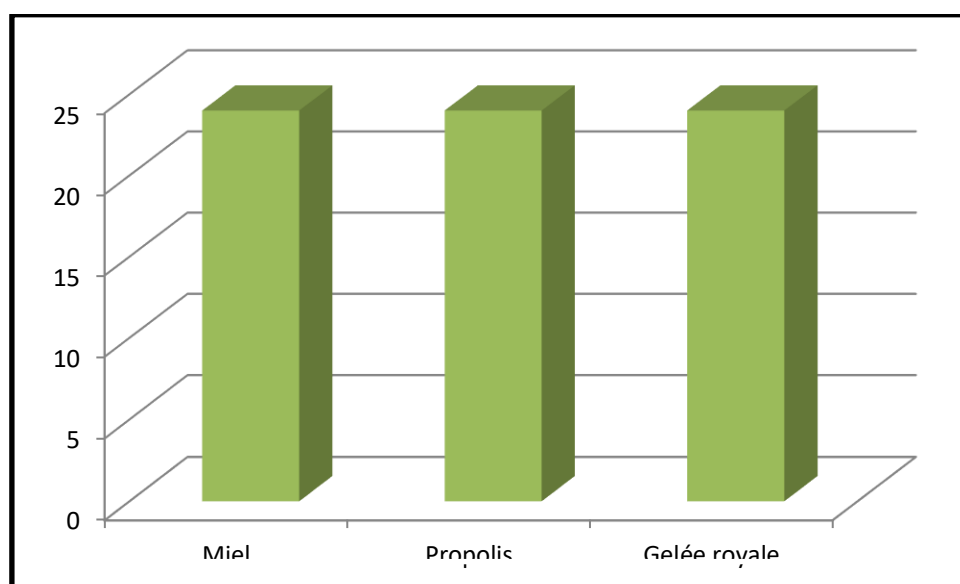


Figure 17: les types de produits de la ruche

2.1.10. Niveau de commercialisation des produits et provenance des clients

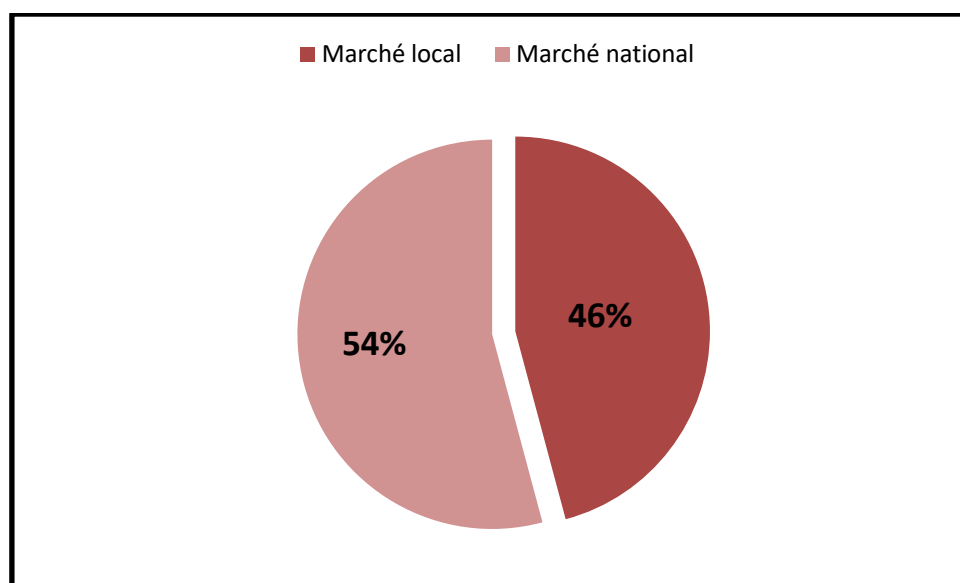


Figure 18: niveau de commercialisation des produits de la ruche

La figure précédente montre que 54% des apiculteurs de la région de Azzaba choisissent le marché local pour la vente de leurs produits ; par contre 46 % d'eux décident de commercialiser leurs produits sur le marché national.

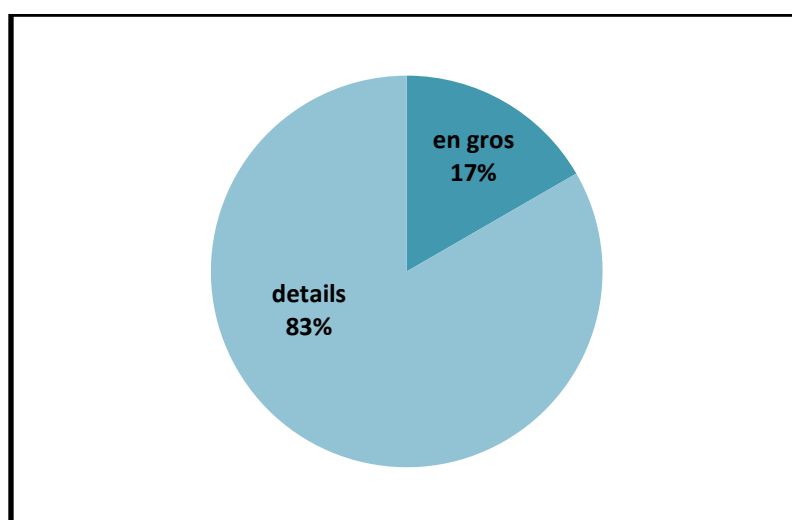


Figure 19: type de vente de produits

D'après nos résultats nous avons constaté que 83 % des apiculteurs choisissent de vendre leurs produits en détails et 17 % vendent leurs produits en gros.

Les clients de miel de la région de Azzaba sont répartis en 2 catégories :

58% des clients sont en provenance hors wilaya de Skikda

42% des clients sont de la population locale

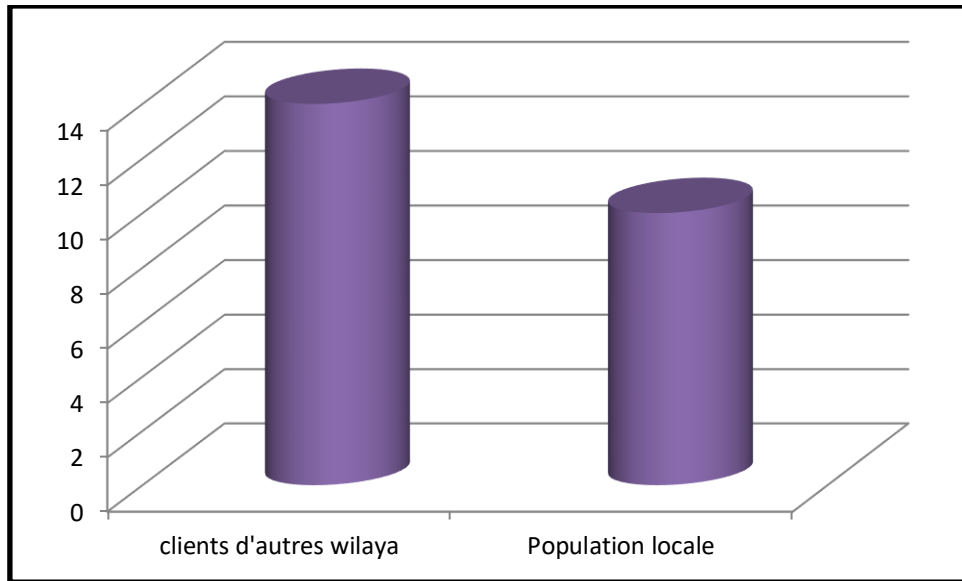


Figure 20 : la nature de provenance de clients

2.1.11. Les types de contraintes de développement de la ruche

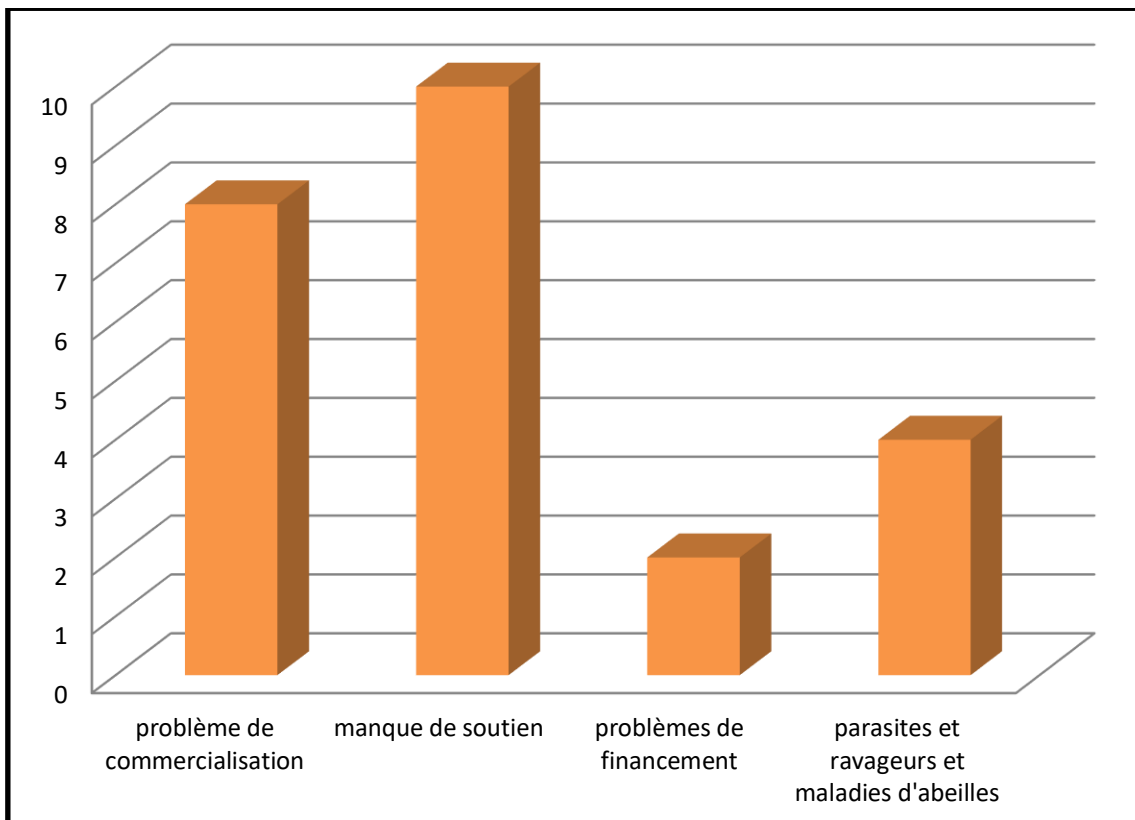


Figure 21: les contraintes de la production

D'après notre enquête nous avons constaté que les apiculteurs souffrent en premier lieu du manque de soutien par l'état (41%) ; un problème de commercialisation de leurs produits ; en deuxième lieu (33%) et des maladies qui attaquent les abeilles (16%) comme la Varroa et la loque américaine et européenne, et aussi des animaux principalement l'hirondelle et le frelon

2.1.12. Les futures stratégies de cette activité

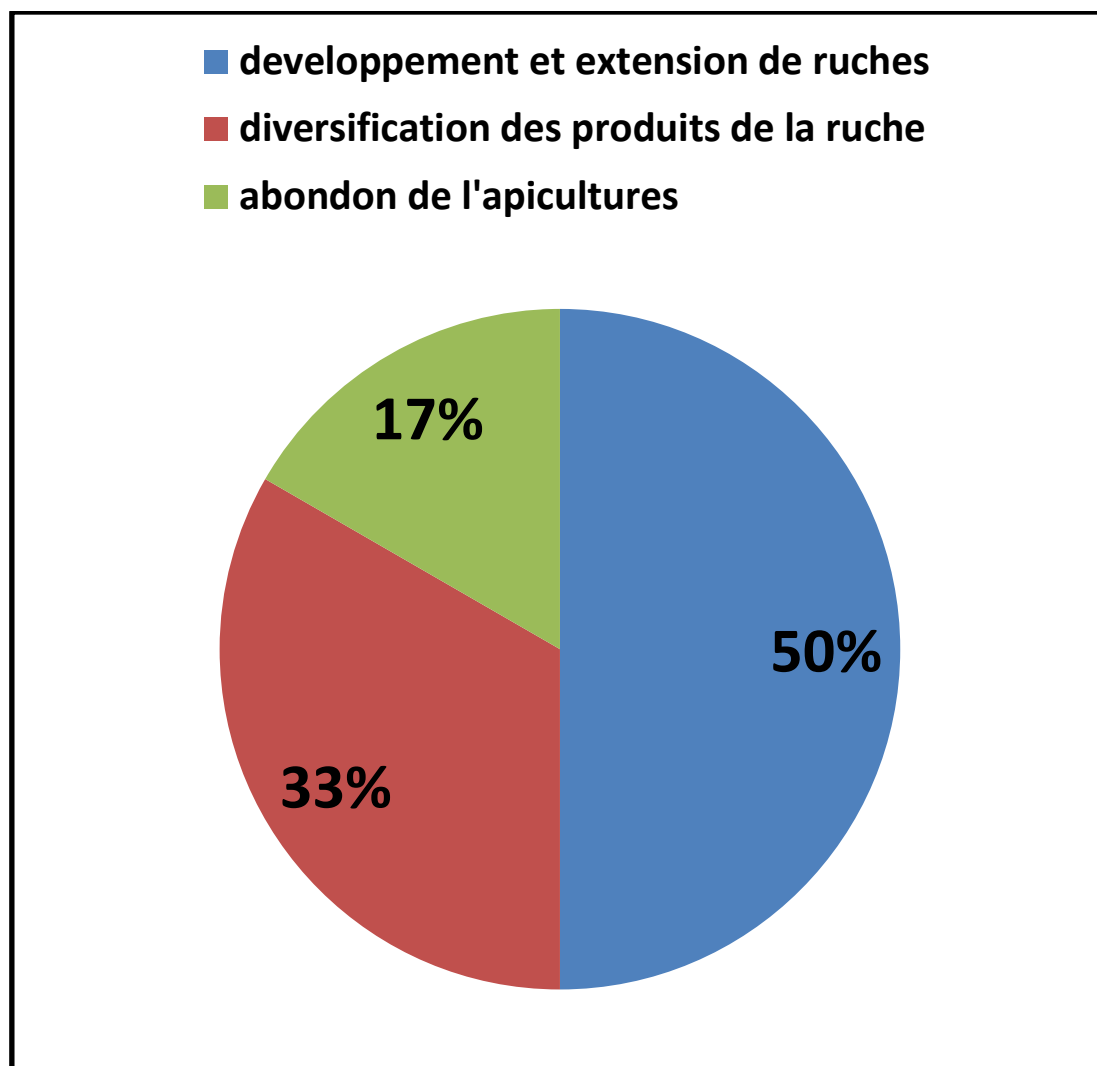


Figure 22: les futures stratégies de l'apiculture

Les résultats obtenus montrent que 50 % de la population étudiée vise à développer les ruches et 33% pensent à diversifier les produits de la ruche ; ceci est dû à la demande croissante des produits apicoles et surtout le miel, ce qui augmente son prix et permet de faire un gros profit.

Chapitre 02 : Résultats et discussion

Par contre 17% des apiculteurs questionnés ont décidé d'abandonner ce domaine à cause de la forte concurrence très forte exercée par les miels d'importation. Ces derniers proviennent de pays plus favorisés ou disposant d'une main-d'œuvre peu coûteuse.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Conclusion Générale

Cette enquête nous a fourni de nombreuses informations sur l'apiculture et ses performances socioéconomiques dans la région de Azzaba :

On peut conclure à partir de notre étude qu'il y'a une prédominance masculine dans cette activité (64%) ; la population étudiée est une population jeune (66%) avec une tranche d'âge entre 30 et 60 ans.

Les apiculteurs questionnés ont bénéficié d'un programme d'aide financier .d'autre part la majeure partie de apiculteurs questionnés considèrent l'apiculture comme métier principal en utilisant des ruche moderne pour la production de 3 essentiels produits : miel, cire et propolis.

Enfin parmi les contraintes trouvées est le manque de soutien de l'état (41%) et un problème commercialisation des produits (33%).

L'apiculture en Algérie possède de réelles possibilités de se développer, Le miel algérien est très apprécié et très demandé au plan local, que national d'où la nécessité d'encourager le développement de cette activité.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Références bibliographiques

- Abdelaou, I. (2013). Les produits de terroir en Algérie: État des lieux, enjeux et efficacité des stratégies de développement: cas des dattes Deglet Nour de Tolga [Magister thesis, Université d'Oran, 2015, p. 21].
- Amsellem, I., & Edith, T. (2010). Indication géographique, développement local et préservation des diversités biologique et culturelle. Agence française de développement et fonds français pour l'environnement mondial, série savoir commun n° 9.
- Amand, L., & Langlois, N. (2009). Agriculture biologique: les grands principes de production et l'environnement professionnel. Educagri Editions.
- Amsellem, I., & Rolland, E. (2009). Indications géographiques: qualité des produits, environnement et cultures. In *Savoir communs* (n°9, AFD, FFEM, 99 p.).
- Astley, W. G., & Fombrun, C. J. (1983). Collective Strategy: social ecology of organizational environments. *Academy of Management Review*, 8(4), 576-587.
- Allaire, G., & Sylvander, B. (1997). Qualité spécifique et innovation territoriale. *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, 24, 29-59.
- Bérard, L., & Marchenay, P. (2000). Le vivant. Le culturel et le marchand: les produits de terroir. *Vives compagnes. Le patrimoine rural, projet de société*. Autrement, N°194, p. 191-216.
- Beuret, J. E. (2006). La conduite de la concertation: pour la gestion de l'environnement et le partage des ressources. Paris: Le Harmattan.
- Blanchemanche, S., & Valceschini, E. (2005). La certification de conformité de produit sur les marchés agroalimentaires: différenciation ou normalisation. *Notes et études économiques*, (24).
- Casabianca, F., Sylvander, B., Noel, Y., Beranger, C., Coulon, J. B., & Roncin, F. (2005). Terroir et typicité: deux concepts clés des appellations d'origine contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. Symposium international, «Territoires et enjeux du développement régional», Lyon, 9-11 mars.
- Casablanca, Sylvander, Noël, Béranger, Coulon, Roncin. (2005). Terroir et typicité: deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles, 8.
- Creffe, X. (1984). Territoires en France, les enjeux économiques de la décentralisation. Paris: Economica.
- Fort, F., & Couderc, J.-P. (2001). Le terroir: un avantage concurrentiel à l'exportation? Le cas des entreprises agroalimentaires du Languedoc-Roussillon. *Économie rurale*, (264-265).
- FAO. (2010). Guide demandeur pour le depot d'une demande de reconnaissance d'un signe distinctif d'origine et de qualité (SDOQ).
- Gilbert, L.-M. (2001). Les signes et labels de qualité et l'origine des produits agricoles alimentaires. Rapport, 14 mars 2001.
- Ilbert, H., Tekelioglu, Y., & Tozanli, S. (2009). Les produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens. *Options méditerranéennes*, A, (89), 67-72.
- IQUAE. (2017). Guide des démarches de valorisation de produits agricoles et agroalimentaires dans les pays de la zone Océan Indien (p. 37).
- INAO. (2009). Guide du demandeur d'une appellation d'origine (A.O.C. / A.O.P.) (Version n° 5 du 30/03/2009).
- INAO. (2017). Guide du demandeur d'une appellation d'origine protégée (AOP) ou d'une indication géographique protégée (IGP) A l'exception des vins, boissons alcoolisées et boissons spiritueuses. Retrieved from <http://www.inao.gouv.fr>

Références bibliographiques

- Lemangeur. (2008). Appellation d'origine protégée (AOP): Un même signe de reconnaissance pour l'Union Européenne (p. 7). Retrieved from www.lemangeur-ocha.com
- LegFrance. (2017). Code rural et de la pêche maritime – Article L641-1. Retrieved from <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006071367&idArticle=LEGIARTI000006584662&dateTexte=&categorieLien=cid> (Consulté Mars 2017)
- Marcel, M., & Cinieri, D. (2015). Rapport d'information sur les signes d'identification de l'origine et de la qualité. Assemblée nationale.
- Michel Coutu, F.ADM.A, CMC. (1995). Conseiller en gestion, la Direction des communications, Guide de Cahier des charges (p. 06).
- OAPI. (2011). Guide du demandeur d'Indication géographique (p. 10).
- Porter, M. E. (1985). Competitive advantage—creating and sustaining superior performance. New York: The Free Press.
- Rastoin, J.-L. (2009). Créer un label méditerranéen pour les produits agroalimentaires d'origine: quelques justifications théoriques et empiriques. Options Méditerranéens, série A89, 19-27.
- Rastoin, J.-L., & Vissac-Charles, V. (1999). Le groupe stratégique des entreprises de terroir. Revue internationale P.M.E., 12(1-2), 171–192. <https://doi.org/10.7202/1008655ar>
- Sylvander, S. (1995). Origine géographique et qualité des produits: approche économique. Revue du Droit Rural, n°237, Paris, 465-473.
- Sylvander, B. (2004). DOLPHINS Final report Synthesis and recommendations. Development of Origin Labelled Products: humanity, innovation and sustainability, Deliverable 8, January 2004, 96p.
- Saidi, H. (2013). Valorisation des produits du terroir. Cas de l'huile d'olive de M'Chedallah (Mémoire de Magister). École Nationale Supérieure d'Agronomie El-Harrach, Alger, p. 25.
- Talaouanou Mohamed Faouzi. (2013). Marketing de l'industrie agroalimentaire: Un cas produit de terroir, exemple de la Deglet Nour en Algérie (Mémoire de Magister). Université d'Oran, p. 71.
- Vandecandelaere, E. (2009). Les différents échelons des politiques et leur coordination pour la préservation/valorisation des produits de qualité liée à l'origine. In Y. Tekelioglu, H. Ilbert, & S. Tozanli (Eds.), Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens (pp. ?). Montpellier: CIHEAM.
- Vincq, J. L., Mondy, B., & Fontorbes, J. P. (2010). La construction de la qualité fiable dans les réseaux alimentaires de proximité. Economie rurale, n. 318-319, 5-19.
- Benderradji, M. E. H. (1999). Quelques indices d'appréciation de la pollution mercurifère dans le milieu éco-géographique de la dépression de Azzaba-Nord Est Algérien. Observatorio Medioambiental, 2, 191-215.
- Badren, M. A. (2016). La situation de l'apiculture en Algérie et les perspectives de développement (Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme de Master Académique). Université de Tlemcen, p. 26.
- Skender, K. (1972). Situation actuelle de l'apiculture algérienne et ses possibilités de développement. LN. A. Alger, Mémoire d'ingénieur.
- Kabore, B. A., Nignan, B. A., Ouattara, N., Dahourou, L. D., Yougbare, M., Traore, A., & Belem, A. M. G. (Year). Analyse des connaissances, attitudes et pratiques des

Références bibliographiques

- apiculteurs en matière de santé des abeilles dans les régions de la Boucle du Mouhoun et des Hauts-Bassins (Burkina Faso).
- Kientega, Y. (2011). Choix des stratégies de vulgarisation pour l'adoption d'une apiculture améliorée et durable (Mémoire, Ingénieur du développement rural). Université polytechnique de Bobo Dioulasso, Burkina Faso, 65 p.
 - Kanazoe, I. W., Nombré, I., & Vereecken, J. I. B. N. J. (2021). Caractérisation de l'apiculture dans les villages riverains du corridor n 1 du Complexe Pô-Nazinga-Sissili (PONASI) dans le Centre-Sud du Burkina Faso. *Geo-Eco-Trop*, 45(3), 455-466.
 - Yahiaoui, S. (2020). Les principales maladies de l'abeille dans la wilaya de Bouira.
 - Catays, G. (2016). Contribution à la caractérisation de la diversité génétique de l'abeille domestique *Apis mellifera* en France: cas du locus *csd* de détermination du sexe (Thèse d'exercice, Médecine vétérinaire). Ecole Nationale Vétérinaire de Toulouse – ENVT, p. 314.
 - Amirat, A. (2014). Contribution à l'analyse physicochimique et pollinique du miel de *Thymus Algeriensis* de la région de Tlemcen (Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme de Master Académique). Université Abou-Bekr Belkaid – Tlemcen, p. 45.
 - Nicola, B. (2010). Le rôle des abeilles dans le développement rural: Manuel sur la récolte, la transformation et la commercialisation des produits et services dérivés des abeilles. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), Rome, p. 238.

ANNEXES

Annexes

Questionnaire :

1-Identification de l'apiculteur:

Lieu:.....

La date:.....

-âge de l'apiculteur

Entre 20 et 30 ans.

Entre 30 et 40 ans.

Entre 40 et 60 ans.

Plus de 60ans.

.

-Sexe : homme , femme

-Situation familiale :

Marié, divorcé(e), veuf(Ve)

-Niveau scolaire :

universitaire

secondaire

moyen

primaire

sans niveau

2-formation professionnelle

Oui, non

Si oui ? De quel type ? Et en quelle spécialité ?

.....

-Vous avez de l'expérience en apiculture ?

Oui, non

-Combien avez-vous des années d'expérience ?

- moins de 5 ans.

-5-10 ans.

-plus de 10 ans.

- Comment avez –vous obtenu vos ruches ?

Par achat

Par héritage

Par soutien de l'état

Annexes

Autre.....

- si par soutien de l'état, dans quel cadre ?

Programme de développement agricole

- si oui lequel : PNDA PNDAR PPDR PPDRI Crédit Rfig autre.....

Micro-crédit

ANSEJ

Autres :.....

- Quelle est la situation juridique de la terre sur laquelle vous avez installé votre rucher ?

Propriété Melk

Domaine forestier

- si oui, Avez un droit d'usage : oui non

Location

- quelles sont vos sources de financement de votre projet d'apiculture ?

Autofinancement

Crédit bancaire

Partenariat avec des tiers (partenaires)

- l'apiculture est elle votre activité principale ? Oui non

Si non, quelle votre activité principale que vous pratiquez à coté de l'apiculture ?

Agriculture

Autre élevage que l'apiculture (lequel ?.....)

Fonction libérale (commerce,....)

Fonctionnaire

3. Information sur le rucher

-Quel est le type de ruches que vous utilisez?

Ruches traditionnelles

-si oui, pourquoi ?

Ruches Modernes

Les deux

- combien avez-vous de ruches (nombre de ruches)

Traditionnelles :ruches

Modernes :.....ruches

- quels sont vos produits de votre rucher ?

Miel

Cire

Essaims d'abeilles venin d'abeilles

Propolis

Reines

Gelée royale

Annexes

- quelle est la destination de vos produits ?

produits	Autoconsommation	Vente	Les deux	
			Autoconsommation %	Vente %
miel				
cire				
essaims				
propolis				
Gelée royale				
Reines				
Venin d'abeilles				

4. Commercialisation des produits de la ruche

- à quel niveau vous commercialisez vos produits ?

Marché local

Marché national

Marché international

- Quelle est la provenance de votre clientèle ?

Population locale (client locaux)

Client d'autres wilayas

Clients d'autres pays

- comment vous commercialiser vos produits ?

En gros (intermédiaires)

En détail (directement au consommateur)

5. Qualité des produits

Comment vos clients se sont attirés à vos produits ?

Participation aux foires et aux shows

Les avis positifs des autres clients

Autre.....

- Qu'est qu'il attire les clients à vos produits ?

Le Prix bas

Annexes

Le lieu de production

La confiance

Les pratiques (produits bio)

6. Les contraintes au développement de l'apiculture

- Quelles vos principales contraintes de développement de votre rucher ?

Problème de foncier à l'installation de rucher

Problème de financement

Manque de soutien

Problème de commercialisation

Les maladies, parasite set ravageurs

- Quelles sont vos stratégies futures pour votre activité ?

Développement et extension du rucher

Diversification des produits de la ruche

Diversification des activités agricoles (autres élevages, plantation de la culture...)

Abandon de l'apiculture et recherche d'autres sources de revenu)