

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

المدرسة الوطنية العليا لعلوم البحر و تهيئة الساحل

Ecole Nationale Supérieure des Sciences de la Mer et de l'Aménagement du Littoral



MEMOIRE POUR L'OBTENTION DE DIPLOME DE MASTER EN SCIENCES
DE LA MER
Option : AQUACULTURE

Sujet :

Commercialisation des produits aquacoles en Algérie

Présenté par :

BOUABDELLI Manel

Soutenu le 24 /10 /2013 devant le jury suivant :

M^{me} DJEGHRI B.	Professeur	ENSSMAL	Présidente
M^{me} MAOUEL D.	Maître assistante (A)	ENSSMAL	Promotrice
M^r BELHASNET K.	Maître de conférences (B)	ENSSMAL	Examineur
M^{me} ALLOUACHE S.	Maître de conférences (B)	ENSSMAL	Examinatrice

*"I am thankful to all those who said NO to me,
It's because of them I did it myself"*

Einstein

Remerciements

*Je remercie **ALLAH** le tout puissant qui ma donné la santé, le courage et la patience nécessaire et qui m'a accordé des connaissances de la science pour achever ce travail dans les meilleures conditions.*

*Tout d'abord je veux exprimer toute ma gratitude à la directrice de ce mémoire **M^{me} MAOUEL Djamila** qui a été à mon écoute au long de la réalisation de ce travail, de plus, pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils.*

*Mon profond remerciement à **M^{me} DJEGHRI B.** pour avoir accepté de présider le jury et pour l'intérêt qu'elle a accordé.*

*Mes sincères remerciements et reconnaissances à **M^r BELHASNET Khaled** pour son aide, sa présence et son soutien de plus d'avoir accepté d'examiner ce travail.*

*Ma reconnaissance, respect et remerciement pour **M^{lle} ALLOUACHE S.** d'avoir accepté d'examiner ce travail*

*Je remercie profondément **M^r BENCHAABANE** d'avoir accepté de nous recevoir aussi pour son aide son soutien, patience et à sa rigueur scientifique et sa disponibilité.*

*De plus je remercie Messieurs **KHOUJA, HATTAB, Djellaj**, pour leurs collaborations et aide durant la période d'enquête.*

*Je ne saurais terminer sans remercier **ma Mère et mes sœurs** pour leurs présence et soutien durant mes années d'étude.*

Dédicace

Je dédie ce travail à

*Celui qui a toujours rêvé de ce jour là, celui qui m'a inspiré, m'a appris
l'amour des sciences et celui qui m'a guidé dans mes études, à l'âme
lumineuse qui a éclairé mon chemin vers la réussite « Mon Père » QUE
ALLAH PREND SOIN DE SON AME*

*Celle qui m'a offert sa vie pour la mienne, qui a été toujours présente pour
moi, à celle qui m'a transmis un magnifique modèle de labeur et de
persévérance. Pour les sacrifices et tout les efforts qu'elle l'a fait pour mon
éducation et ma formation « Ma Mère »*

*Mes chères sœurs **Ferial** et ma petite **Lenna**, pour leur compréhension et
leur patience.*

Je vous exprime à travers ce travail mes sentiments d'amour

*Je vous dédie ce travail en témoignage de mon profond amour. Que **ALLAH**
le tout puissant vous préserver et vous accorder santé, longue vie et bonheur.*

*Aux sœurs que j'ai eu au long de mes études : **Loubna, Soumia, Halouma,**
Nourâ et Aminâ*

*Toute la promotion **AQUACULTURE** en particulier **Aimed**.*

Liste des figures

Liste des figures

Figure N° 01 : Canaux de distribution de poisson.....	10
Figure N° 02 : Production aquacole en Algérie.....	13
Figure N° 03 : Réseaux de distribution de poisson en Algérie.....	16
Figure N° 04 : Etapes de l'enquête	21
Figure N° 05 : Localisation de la ferme M'lata.....	22
Figure N° 06 : <i>Sparus aurata</i>	23
Figure N° 07 : <i>Dicentrarchus labrax</i>	23
Figure N° 08 : Cages flottantes de la ferme M'lata.....	24
Figure N° 09 : Cuve de transport contenant <i>D. labrax</i> en glace.....	24
Figure N° 10 : Localisation géographique de la ferme ONDPA- Cap Djenet...26	
Figure N° 11 : Localisation de la ferme EZZAHRA.....	28
Figure N° 12 : Tilapia du Nil.....	29
Figure N° 13 : Camion frigorifique.....	30
Figure N° 14 : Localisation de la ferme ORCA-MARINE.....	31
Figure N° 15 : <i>M. galloprovincialis</i>	32
Figure N° 16 : <i>C. gigas</i>	32
Figure N° 17 : Poche de transport.....	33
Figure N° 18 : Localisation du barrage Ghrib.....	34
Figure N° 19 : Camion de transport.....	37

Liste des tableaux

Liste des Tableaux

Tableau N° 01 : Coûts de commercialisation	5
Tableau N° 02 : Etablissements aquacoles étudiés.....	3

Sommaire

Sommaire

Introduction	1
Chapitre I : Etude bibliographique	
I. Qu'est ce que la commercialisation	2
II. La commercialisation dans l'aquaculture	3
II.1. Les formes du produit commercialisé.....	3
II.2. Les coûts de commercialisation	5
II.3. Le marché	6
II.3.1. La demande	6
II.3.2. L'offre	7
II.3.4. Prix	7
II.4. Schéma de commercialisation des produits aquacoles.....	9
III. Le marketing en aquaculture	11
IV. L'aquaculture en Algérie	12
IV. 1. Evolution de la production aquacole	12
IV. 2. Produits aquacoles	14
IV. 3. Circuit de commercialisation	16
IV. 4. Réglementation	17

Sommaire

Chapitre II : Matériels et Méthodes

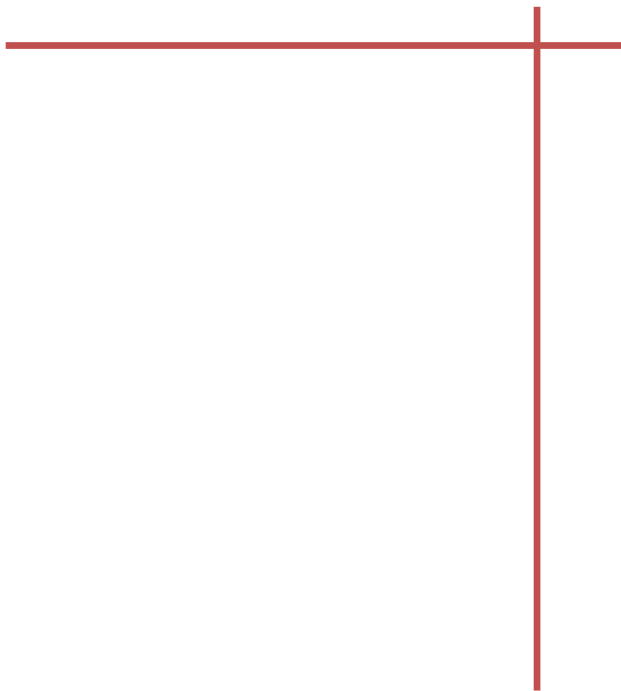
I. Etude bibliographique	18
II. Enquête sur terrain	18
II.1. Critères de choix des sites	18
II.2. Détermination des personnes à interroger	20
II.3. Détermination du mode de recueil d'information	20
II.4. Enquête sur terrain	20
III. Traitement de données	20

Chapitre III : Résultats et Discussion

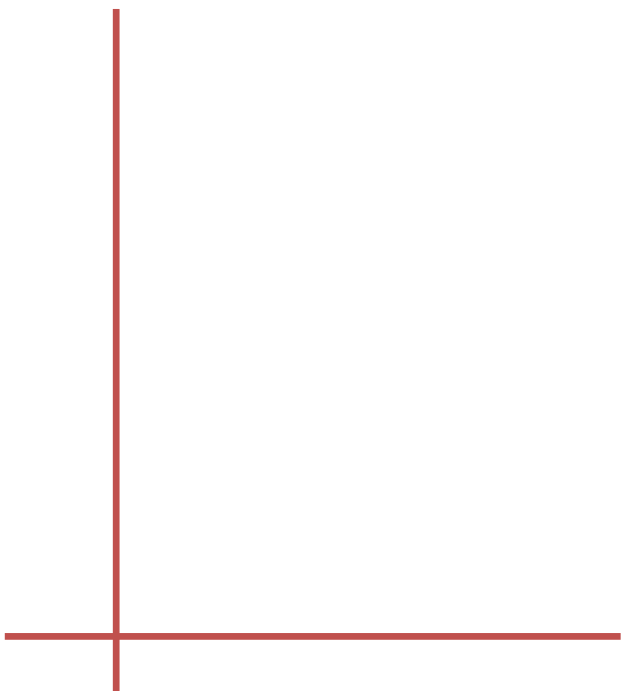
I. Commercialisation des produits piscicoles marins.....	22
I.1. La ferme M'lata	22
I.1.1. Produits de la ferme.....	23
I.1.2. Transport	24
I.1.3. Circuit de distribution	25
I.1.4. Fixation de prix	25
I.1.5. Problèmes rencontrés	25
I.2. La ferme ONDPA	26
I.2.1. Produits de la ferme	27
I.2.2. Quantités produites	27
I.2.3. Circuits de distribution	27
I.2.4. Prix	27
II. Commercialisation des produits de la pisciculture continentale	28
II.1. Produits de la ferme	29
II.2. Circuit de commercialisation	29

Sommaire

II.3. Transport	30
II.4. Fixation de prix.....	30
II.5. Problèmes rencontrés	31
III. Commercialisation des produits conchyliques	31
III.1. Produits de la ferme	32
III.2. Transport	32
III.3. Circuit de commercialisation	33
III.4. Prix	33
III.5. Problèmes rencontrés	33
IV. Commercialisation des produits aquacoles de barrage	34
IV.1. Produits du barrage	34
IV. 2. Circuit de distribution	35
IV. 3. Quantité vendue et fixation de prix.....	35
IV. 4. Transport	35
IV. 5. Problèmes rencontrés	35
V. commercialisation des produits aquacoles transformés	36
V.1. Gamme de produits	36
V.2. Contrôle de qualité	36
V.3. Transport	37
V.4. Circuit de commercialisation	38
V.5. Prix	38
V.6. Problèmes rencontrés	38
Conclusion.....	39
Bibliographie.....	41
Annexes	



Introduction



Introduction

A l'échelle mondiale, la demande en poisson est en constante progression. Les consommateurs souhaitent une gamme diversifiée d'espèces, de prix, de présentation, de poissons sains, toujours disponible et de qualité.

L'Etat algérien, par le développement du secteur des pêches et de l'aquaculture, privilégie l'autosuffisance alimentaire, notamment en augmentant la consommation de poisson frais par personne.

La demande nationale de poisson ne cesse d'accroître suite à l'évolution des modes de vie, la croissance démographique, ... Ceci suppose pour le secteur des pêches, une meilleure production, une large distribution et des prix accessibles des produits de la pêche et de l'aquaculture (MPRH, 2010). Cette réalité ne peut être parfaitement traduite et concrétisée qu'à travers un ensemble de mesures et d'actions à entreprendre dans un cadre approprié et organisé de l'amont à l'aval de l'activité.

La commercialisation demeure une étape importante dans l'organisation du secteur de la pêche et de l'aquaculture. Elle permet de lancer efficacement les productions et ainsi générer les revenus et les profits (FAO, 1993).

Dans le présent travail, nous tentons d'appréhender la commercialisation des produits aquacoles en Algérie à travers son circuit, les réseaux de distribution, les différents intervenants, les pratiques de vente, ...

Dans cette optique, des fermes d'élevage aquacole, entreprise de transformation et barrage implantés à l'échelle nationale et ont fait l'objet d'étude.



Chapitre I: Etude bibliographique



I. Qu'est-ce que la commercialisation?

Selon le président d'une des plus grandes chaînes mondiales de supermarchés, «la commercialisation consiste à s'informer de ce que veut la clientèle et à le lui vendre en faisant un bénéfice» (FAO, 2012).

Cette définition met en lumière deux idées-forces:

Premièrement, en matière de commercialisation, le client est roi. Il n'acceptera de payer que si on lui offre une marchandise conforme à ses désirs ou à ses besoins.

Deuxièmement, la commercialisation est une activité à but lucratif qui n'est viable que si elle rapporte des bénéfices à tous les intervenants (FAO, 2012).

Selon une définition plus classique, la commercialisation est «la série de services nécessaires pour faire parvenir un produit brut ou transformé du lieu de production au lieu de consommation» (FAO, 2012).

Cette définition fait ressortir que la commercialisation des produits aquacoles comporte une série d'opérations successives: pêche, classement et tri, conditionnement, transport, entreposage, transformation, distribution, vente.

On peut aussi donner une définition plus large. La commercialisation serait «la série d'activités nécessaires pour fournir les services et les informations propres à ajuster la production aux besoins du marché et assurer le transport du produit brut ou transformé du lieu de production au lieu de consommation» (FAO, 2013).

II. La commercialisation dans l'aquaculture

Selon la FAO (1993), Les pisciculteurs commerciaux ont besoins que des gens achètent leur poisson.

Toutefois, la plus grande partie du poisson produit ne passe pas directement au consommateur. En effet il doit être transporté sur longues distances et souvent être entreposé pour rester frais ou être transformé pour se conserver plus longtemps. Etant donné que le poisson se gâte rapidement pour cela les pisciculteurs doivent le vendre avant qu'il ne pourrisse.

A chaque étape, il faut des hommes et du matériel, ce qui entraîne des dépenses. Celles-ci représentent une partie des coûts du système de commercialisation du poisson et elles doivent être ajoutées au coût de production d'origine. En conséquence, quand le poisson arrivera au consommateur, son prix sera très différent. D'autres dépenses dans le système de commercialisation peuvent entraîner une hausse supplémentaire du prix final payé par le consommateur.

II.1. Les formes du produit commercialisé

Le poisson produit peut être vendu au consommateur sous diverses formes :

- **Frais** : la forme la plus délicate. C'est dans cet état que son coût de commercialisation est le plus faible, mais il existe un grand risque : les vendeurs doivent vendre la production en quelques heures, sinon le poisson pourrira.

- **En glace** : le poisson peut rester frais pendant un ou deux jours s'il est placé entre des couches de glace. C'est pourquoi nous retrouvons des fabriques de glace et des camions de transport équipés de glacières isothermes qui transportent le poisson au consommateur.
- **Congelé** : le poisson est soit congelé en entier ou débité en filet. Il peut être conservé pendant quelques semaines à condition qu'il n'ait pas de panne d'électricité et que les machines fonctionnent.
- **En boîte** : quand le poisson est produit en grandes quantités et n'est pas de très bonne qualité, il est souvent mis en boîte. Cette opération nécessite des machines compliquées et de l'énergie électrique, mais le poisson en boîte peut être entreposé en zones rurales sans réfrigération.
- **Séché, fumé et salé** : la congélation et la mise en boîte sont des procédés exigeant des machines très compliquées et de l'énergie électrique. Mais il existe des méthodes plus simples permettant de garder aussi longtemps le poisson en bon état.

On peut le faire sécher en le laissant au soleil pendant 2 ou 3 jours, elle n'est applicable que s'il fait très chaud et que le temps est sec.

Le poisson peut être fumé par fumage artisanal qui se fait à froid, à une température comprise entre 18 et 23 degrés. Les filets de poissons sont enfermés dans des sortes d'étuve enfumées par la combustion de sciures issues de différentes essences de bois : hêtre, bouleau, chêne. Ou en utilisant la méthode industrielle, le fumage se fait dans des fours à air pulsé à des températures élevées 65 à 95°C. Pour des raisons de rentabilité, les quantités de poissons sont plus importantes et le fumage ne dure que quelques heures. Le choix des sciures est moins sélectionné (WERLICH, 2001).

Il peut être aussi salé, c'est-à-dire plongé dans la saumure (mélange de sel et de l'eau) avant d'être mis à sécher.

II.2. Les coûts de la commercialisation

Du point de vue économique, c'est combien coûte chaque étape et quel sera le prix final. A chaque étape, il y'a des coûts fixes et des coûts variables (Tableau N° 02).

Tableau N° 01: Coûts de commercialisation (FAO, 1993)

Etapes		Coûts fixes	Coûts variables
<i>Production du poisson</i>		Etangs Assurance Intérêt sur prêts	Combustible Fumure Aliments pour poissons
<i>Transformation</i>	<i>En glace</i>	Machine à glace Générateur	Ouvrier Combustible
	<i>Congelé</i>	Usine de congélation Congélateur Fumoir	Electricité Ouvriers Boites de feu Ouvrier
	<i>En boite</i>	Conserverie	Boites vides Conservateurs Combustible Electricité
<i>Entreposage du poisson</i>		Réfrigérateur/ congélateur Entrepôt	Electricité Ouvriers
<i>Transport du poisson</i>		Véhicule Glacière	Carburant Pièces détachées
<i>Vente au détail</i>		Boutique ou étal Balances	Glaces Sacs

II.3. Le marché

Les lois de l'offre et de la demande sont probablement les lois économiques les plus importantes. Il ne s'agit pas vraiment de lois car le gouvernement n'impose pas de règles concernant la quantité de poisson que les consommateurs doivent manger ni celle que les producteurs doivent produire. Toutefois, elles montrent bien comment les variations de l'offre et la demande et les variations des prix se produisent naturellement et influent les unes sur les autres (FAO, 2013).

II.3.1. La demande

La demande de poisson s'agit de savoir quelle quantité et quelle sorte de poisson les consommateurs veulent acheter. Les producteurs s'intéressent beaucoup à la demande car c'est elle qui détermine le prix qu'ils peuvent obtenir, voire les espèces de poisson qu'ils devraient élever (CHASTON, 1989).

Cette demande est en fonction de plusieurs éléments, à savoir les revenus des gens qui se diffèrent d'une personne à une autre ainsi leurs besoins qui ne sont pas les mêmes. Aussi il y'a le prix de poisson, qui, s'il augmente sur le marché les consommateurs achètent moins de poisson, par contre, si le prix baisse, ils en achètent. D'autre part il existe l'influence des prix d'autres aliments tels que les viandes et les œufs qui sont riches en protéines et peuvent remplacer le poisson. Si le prix de poisson baisse les consommateurs achètent plus de poisson que de viande, alors que c'est le contraire si le prix augmente (FAO, 1993).

II.3.2. L'offre

Concernant l'offre de poisson, les pisciculteurs produisent du poisson et le fournissent aux marchés. Mais tout comme la demande des consommateurs qui dépend de plusieurs facteurs, la quantité de poisson offerte par les producteurs en dépend aussi. Parmi ceux-ci, citant le prix de poisson car si ce dernier monte sur le marché les éleveurs produisent plus de poissons car ils savent que leurs bénéfices seront plus élevés. Le contraire si le prix baisse (FAO, 1993).

Les coûts de production s'ils s'accroissent, en général les producteurs réduisent la quantité de poisson produite car leurs bénéfices vont baissés.

Il y'a d'autres raisons pour lesquelles les pisciculteurs augmentent ou diminuent l'offre. Il arrive qu'une autre activité leur rapporte plus donc qu'ils s'intéressent moins à la production aquacole.

L'offre et la demande ont un élément commun qui est le prix du poisson. En effet, celui-ci influe sur les décisions aussi bien des producteurs que des consommateurs (FAO, 2013)

II.3.3. Prix

En économie, le prix est un des éléments les plus importants. Il est important pour les consommateurs, c'est-à-dire au niveau de la demande, et très important pour les producteurs, c'est-à-dire au niveau de l'offre (FAO, 1993).

Les économistes ont développé les théories de tarification pour expliquer l'équilibre des achèvements entre les consommateurs et les vendeurs dans les limites du marché (CHASTON, 1989).

Selon la FAO (1993), si le prix du poisson est très bas, il est probable que les consommateurs en acheteront beaucoup.

Contrairement, si le prix est très élevé, les pisciculteurs produisent de grandes quantités de poisson, mais les consommateurs ne sont pas toujours disposés à en acheter.

D'une manière ou d'une autre, nous devons trouver le juste prix, c'est-à-dire le prix auquel la quantité de poisson que les consommateurs veulent acheter est égale à la quantité que les producteurs veulent vendre, autrement dit quand la demande est égale à l'offre (FAO, 2013).

Bien que le prix change d'un jour à l'autre, les pisciculteurs essaient toujours de faire un bénéfice. Pour ce faire, il faut que le prix moyen qu'ils reçoivent à n'importe quelle période soit plus élevé que leur coût moyen de production (FAO, 1993).

Plusieurs établissements calculent le prix pour qu'il soit établi pour le consommateur par l'addition des bénéfices arbitraires aux coûts de production (CHASTON, 1989).

Les choses sont en général beaucoup plus compliquées pour les denrées périssables, en l'occurrence le poisson. Celui-ci pose aussi des problèmes du fait qu'il est produit de différentes manières.

En outre, il y'a des prix différents à chaque stade de la distribution. Quand les producteurs vendent leur poisson aux marchands, ils reçoivent un prix : Prix à la production. Les marchands reçoivent un prix quand ils vendent leur poisson à d'autres marchands : Prix de gros. Il peut y avoir plusieurs prix de gros car le poisson peut changer plusieurs mains (FAO, 1993).

En fin, les détaillants vendent leur poisson aux consommateurs à un prix appelé prix de détail (FAO, 2013).

Le prix monte du fait que tous les commerçants doivent prendre en compte leurs coûts et réaliser des bénéfices raisonnables (CHASTON, 1989).

Les pisciculteurs ont la possibilité de réduire les risques en passant un contrat avec les commerçants pour vendre tout leur poisson au moment de la récolte à un prix convenu. Ils peuvent même fixer d'un commun accord la quantité à récolter tous les jours pendant plusieurs semaines (FAO, 1993).

En fin, les prix peuvent être fixés par le gouvernement, par l'association des pisciculteurs ou par une autre organisation, de sorte que tout le poisson est vendu au prix fixé (FAO, 1993).

II.4. Schéma de commercialisation des produits aquacoles

Pour une relation d'échange permanente existe entre un producteur et un consommateur, quelques formes de structure institutionnel doivent être créer (CHASTON, 1983).

Le canal de distribution est le réseau liant le producteur au consommateur, peut être simple ou complexe. Ce canal, pour toutes les espèces, suit un mouvement similaire puisque le poisson passe du producteur au consommateur (Figure N° 01).

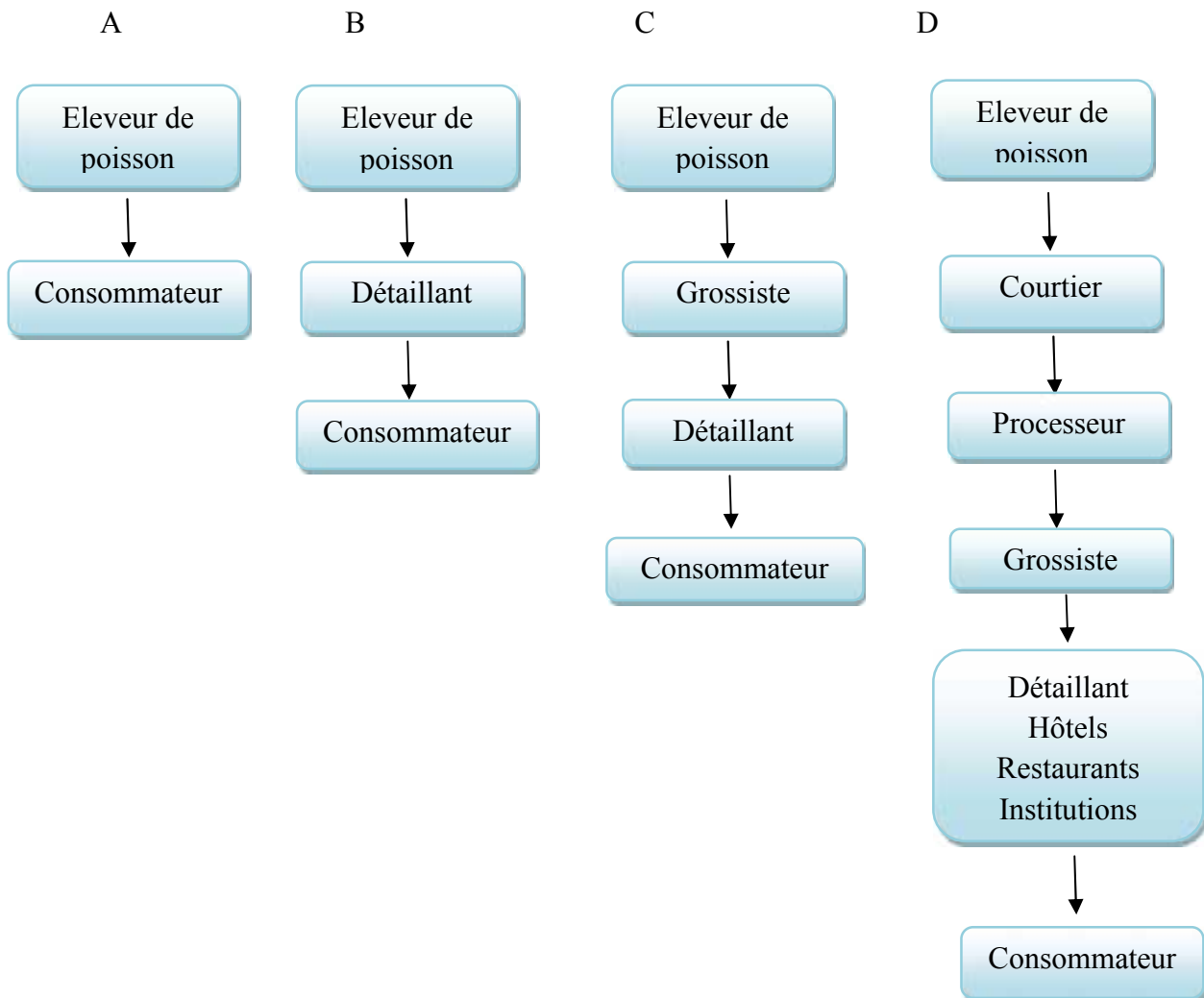


Figure N°01 : Canaux de distribution de poisson (CURTIS, 1993)

Cette figure retrace le cheminement du poisson par différents canaux. Dans le canal A, le producteur est capable de vendre son produit directement aux consommateurs, la quantité peut être petite que la transaction ne nécessite pas un intermédiaire.

Dans le canal B, le produit passe par un détaillant, alors qu'en C un intermédiaire s'ajoute au circuit. Le canal le plus long est le D, où le produit passe par différentes phases pour y'arriver au consommateur final.

De ce fait, plus il y'a des intermédiaires dans le circuit de commercialisation plus la marge bénéficiaire s'élève et plus les prix augmentent.

Toutes fois les deux types de circuit (court et long) ont des avantages et des inconvénients, dans le circuit court (A et B), les prix sont certes bas mais le produit n'a pas une large distribution, contrairement au circuit long le prix s'élève avec l'augmentation de la marge bénéficiaire mais le produit est largement distribué (CURTIS, 1993).

III. Le marketing en aquaculture

L'aquaculture permet l'augmentation de la productivité du milieu et de modifier le produit en fonction de la nature et de la demande (PETIT, 1999).

L'aquaculture est relativement une nouvelle industrie à adopter sur une large échelle, qui assume le pionnier de la technologie peut suivre l'approche moderne de la gestion d'équilibre entre la production et la demande du marché (CHASTON, 1983).

Les entreprises aquacoles mettent en jeu des technologies, équipements et personnels spécialisés pour s'adapter aux conditions de milieu, au contexte économique et à la demande des consommateurs (PETIT, 1999).

Le marketing se développe par rapport à la production et au produit dont les principaux facteurs relèvent des caractéristiques du marché et celle du produit.

Par ailleurs, pour attirer le consommateur vers le produit aquacole ; plusieurs critères sont à prendre en considération :

- Milieu de production
- La qualité du produit
- La publicité

Comme pour toutes les espèces, les problèmes économiques et du marché sont largement du contexte du système de production qui a des implications fondamentales pour la transition de l'initial jusqu'à l'introduction commerciale (BEVERIDGE *et al*, 2000).

IV. L'aquaculture en Algérie

IV.1. Evolution de la production aquacole

L'aquaculture est considérée dans de nombreux pays comme une activité économique à part entière (FAO, 2010).

La production aquacole mondiale a connu, ces dernières années, une forte progression car le poisson constitue aujourd'hui une source importante d'aliment nutritifs et de protéines animales (FAO, 2012).

En Algérie, les efforts économiques agrées pour développer l'activité aquacole ont dévoilés une amélioration remarquable dans les productions de ces dernières années. Par conséquent, le ratio alimentaire de poisson par habitant, bien que faible, atteint 5kg/an en 2010 (MPRH, 2011).

Le secteur de l'aquaculture en Algérie a connu cette dernière dizaine d'années une évolution concrète avec un pic de production de 2800 Tonnes en 2008. Cette année marque le début de fonctionnement de certaines fermes aquacoles lancées dans le cadre de la relance du secteur et aussi les repeuplements effectués dans les barrages.

Entre 2009 et 2010, la production a baissé pour des raisons supposées de l'arrêt d'empoissonnement surtout au niveau des barrages qui a été repris en 2010 avec la création de l'écloserie du CNRDPA.

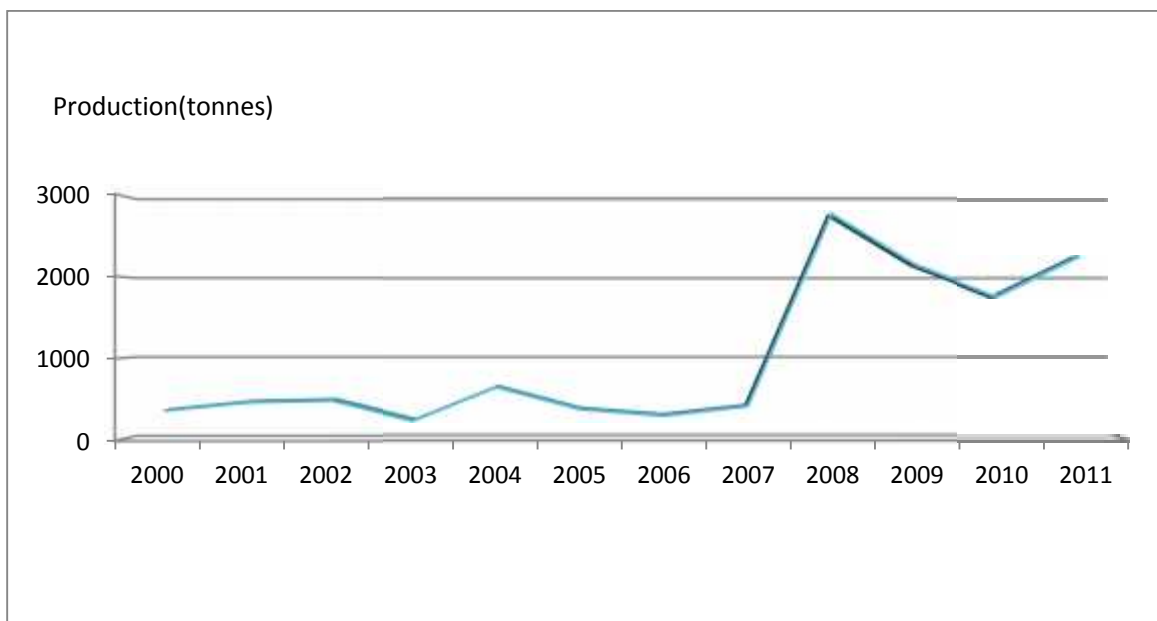


Figure N°02 : Production aquacole en Algérie (MPRH, 2012).

Les productions observées ci-dessous nécessitent une prise en charge conforme pour actualiser le système de commercialisation ainsi l'industrie aquacole.

IV.2. Produits aquacoles

Selon MPRH (2012), la production aquacole progresse ainsi la diversification des espèces élevées et leurs modes d'élevage.

L'aquaculture en Algérie recouvre presque tous les types d'élevages sauf l'algoculture car cette dernière ne représente pas une importance commerciale dans le marché algérien. Les élevages adoptés en Algérie, se présentent dans les différentes fermes réparties sur le territoire national (Annexe II) sont comme suit:

- ***La pisciculture marine***

Plusieurs projets ont adoptés cet élevage mais actuellement deux fermes sont fonctionnelles dont deux commercialisent leurs produits : la ferme de M'lata (W. Tizi Ouzou) et la ferme de Cap Djenat (W. Boumerdes). De plus il y'a le lancement de la ferme Aquasol (W. Ain Timouchent) qui sera productive durant l'année en cours.

Les fermes aquacoles citées optent pour l'élevage du Loup *Dicentrarchus labrax* et la Daurade *Sparus aurata*.

La ferme de M'lata renforce sa production cette année 2013 après l'importation des alevins du Maigre *Argyrosomus regius* que leur commercialisation commencera durant l'année prochaine. Par contre la ferme ONDPA – Cap Djenet le produit et le commercialise.

- ***La pisciculture continentale***

Cette activité est lancée, spécialement dans le sud algérien, plusieurs projets sont installés, certains projets produisent tel que la ferme EZZAHRA, W. Ghardaïa, et d'autres en arrêts exemple de la ferme Pescado de la duna w. d'Ouargla, pour des problèmes d'alimentations ou d'approvisionnement en alevins.

Les espèces concernées par cet élevage en Algérie se présentent comme suit :

- La carpe

La carpe herbivore : *Ctenopharyngodon idella*

La carpe argenté : *Hypophthalmichthys molitrix*

La carpe à grande bouche : *Aristichthys nobilis*

- Le Tilapia

Oreochromis niloticus

Oreochromis mosambicus

Le tilapia hybride

- Le poisson-chat : *Clarias gariepinus*

- Le sandre : *Stizostedion lucioperca*

- Le Black-Bass : *Micropterus salmoides*

- ***La conchyliculture***

De sa part la conchyliculture en Algérie contribue, en faible quantité, dans la production aquacole en Algérie. Cette production se présente dans l'élevage des moules *Mytillus galloprovincialis* et des huitres creuses *Crassostrea gigas* où une seule ferme est fonctionnelle actuellement sur le territoire nationale : ORCA MARINE, W. Alger.

IV.3. Circuit de commercialisation des produits aquacoles

Selon MPRH (2008) Le poisson d'élevage est vendu en gros pour les centres de collectes et de distribution puis distribué sur les points de vente en détail.

Le produit change plusieurs mains pour arriver au consommateur final. Il se trouve que ce circuit peut être court quand le produit est vendu directement aux consommateurs ou par contrats avec les restaurants et les hôtels, ...

D'après la figure ci-dessous, on constate que la production aquacole de chaque région est commercialisée dans les villes limitrophes.

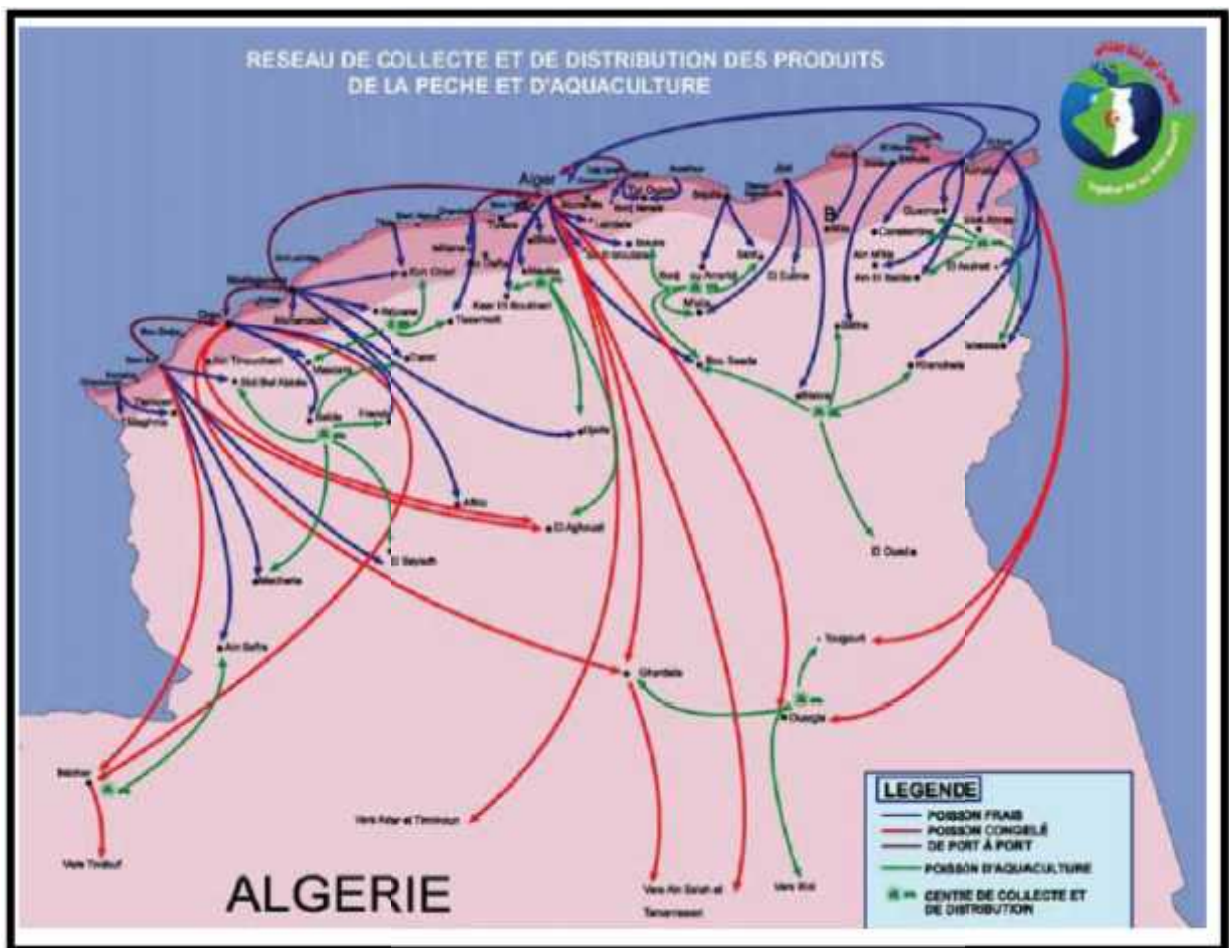


Figure N°03 : Réseaux de distribution de poisson (MPRH, 2010).

(— Poisson d'aquaculture)

IV.4. Réglementation

La commercialisation des produits aquacoles doit confondre aux réglementations imposées pour assuré le bon fonctionnement de cette dernière ainsi la protection sanitaire des consommateurs.

La réglementation est la suivante (Annexe III):

- Arrêté interministériel du 28 Avril 2010 (JORA n°21 du 20 Juin 2010) portant adoption du règlement technique relatif aux caractéristiques des contenants pour l'entreposage et le transport des produits de la pêche et de l'aquaculture.
- Décret exécutif n° 04-189 du 07 Juillet 2004 (JORA n°44 du 11 Juillet) fixant les mesures d'hygiène et de salubrité applicables aux produits de la pêche et de l'aquaculture.



Chapitre II : Matériels et Méthodes

A fin de réaliser l'objectif de l'étude concernant « la commercialisation des produits aquacoles en Algérie» une démarche scientifique a été suivie :

I. Etude bibliographique

Une analyse documentaire a été effectuée à partir des différents ouvrages de référence, thèses, mémoires, articles périodiquestraitant de l'économie des produits aquacoles de manière générale et de leur commercialisation en particulier. Cette étude a permis de mieux cerner le sujet, et collecter un maximum d'informations sur le concept de la commercialisation.

Aussi, et afin d'enrichir les connaissances, plusieurs établissements et organismes ont fait l'objet de visite, dont :

- ❖ CNRDPA : Centre National de Recherche et de Développement de la Pêche et de l'Aquaculture ;
- ❖ ENSSMAL : Ecole National Supérieur des Sciences de la Mer et de l'aménagement du Littoral ;
- ❖ MPRH : Ministère de la Pêche et des Ressources Halieutiques.

De plus des sites internet ont été consultés :

- ❖ www.fao.org
- ❖ www.om.ciheam.org

II. Enquête sur terrain

II.1. Critère de choix des sites

Le choix des sites de l'étude a été porté sur des fermes d'élevage aquacole, une entreprise de transformation et un des plus importants barrages, implanté à l'échelle nationale, qui produisent et commercialisent annuellement des quantités de poisson (Tableau N° 01).

Tableau N° 02: Les établissements aquacoles étudiés

Etablissement aquacole	Localisation	Produits
M'lata	Azzefoune W. Tizi Ouzou	Loup <i>Dicentrarchus labrax</i> Daurade <i>Sparus aurata</i> Maigre <i>Argyrosomus regius</i>
ONDPA	Cap Djenet W. Boumerdes	Loup <i>Dicentrarchus labrax</i> Daurade <i>Sparus aurata</i> Maigre <i>Argyrosomus regius</i> Sole <i>Solea solea</i>
EZZAHRA	Hassi L'Fhel W. Ghardaïa	Tilapia du Nil <i>Oreochromis niloticus</i>
ORCA MARINE	Ain Taya W. Alger	Moule <i>Mytillus galloprovincialis</i> Huitre <i>Crassostrea gigas</i>
Barrages Ghrib	Khmis Meliana W. Ain Defla	Sandre <i>Stizostedion lucioperca</i> Carpe <i>Cyprinus carpio</i> Barbeau <i>Barbus sp.</i>
MARA-OCEANE	Draria W. Alger	Fish burger et saucisse de : Carpe <i>Cyprinus carpio</i> Tilapia <i>Oreochromis niloticus</i>

En plus de ces établissements aquacoles étudiés, l'enquête a concernée également des points de vente de produits aquacoles. Ces derniers sont représentés par des centres commerciaux de la wilaya d'Alger :

- Hypermarché UNO – Bab Ezzaour, Alger ;
- Medina center « ARDIS » El Mouhammadia, Alger.

II.2. Détermination des personnes à interroger

Les personnes ciblées par l'étude sont les propriétaires ou gérant des établissements cités ci-dessus, ainsi que les commerçants des produits aquacoles.

II.3. Détermination du mode de recueil d'informations

Un questionnaire a été conçu remplissant ainsi, des questions à caractère qualitatif et quantitatif. Il tient compte de :

- Produit commercialisé
- Quantités vendues
- Circuit de commercialisation
- Flux de distribution
- Clients
- Prix de cession
- Intervenants
- Transport
- Mode de paiement et les marges bénéficiaires
- Problèmes rencontrés dans la vente.....

II.4. L'enquête sur terrain

Pendant la période allant de 16 Septembre aux 15 Octobre 2013 des visites ont été réalisées au niveau des différentes fermes, entreprises, et barrages. Les canevas élaborés ont été remplis par les réponses des différents interviewés.

III. Traitement de données

Les réponses ainsi récoltées ont permis d'assainir et d'établir une base de données sur la commercialisation et la distribution des produits aquacoles en Algérie. Après dépouillement et analyse, les résultats sont ressortis.

Les étapes de l'enquête se résument dans la figure ci-dessous :

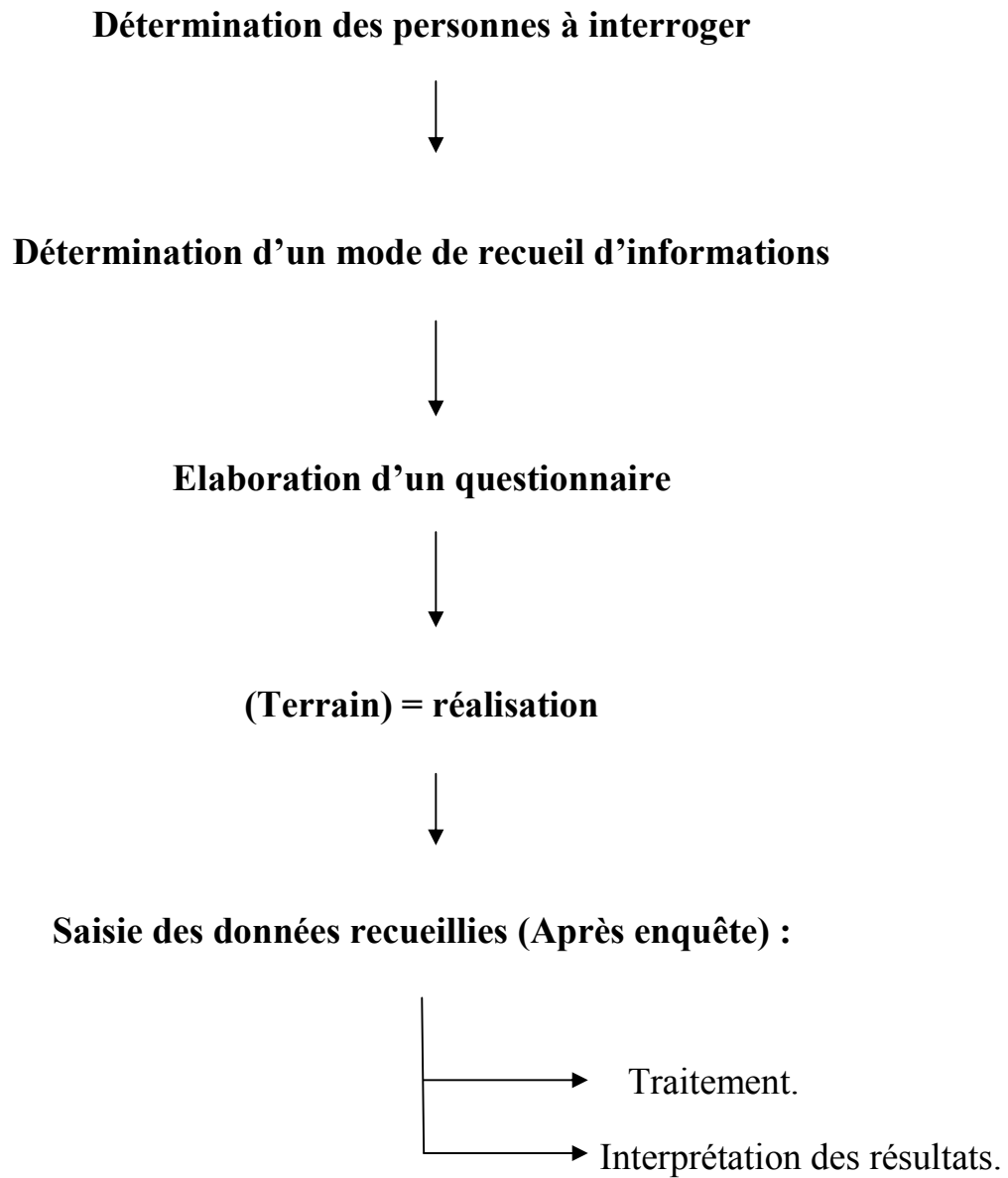


Figure N°04 : Etapes de l'enquête



Chapitre III : Résultats et Discussion



I. Commercialisation des produits piscicoles marins

Deux fermes marines ont fait l'objet d'étude, la ferme M'lata- W. Tizi Ouzou et la ferme ONDPA- W. Boumerdes.

I.1. La ferme M'lata

La ferme M'lata se situe dans la région d'Azeffoun wilaya de Tizi-Ouzou. Le site d'Azeffoun est facilement accessible, il donne directement sur la route nationale N° 24. Cet accès facile permet une meilleure commercialisation et transport de poissons ainsi l'approvisionnement en alevins et en aliment.



Figure N° 05 : Localisation de la ferme
(Prise de photo personnelle, Septembre 2013).

I.1.1. Produits de la ferme M'lata

La ferme M'lata produit et commercialise deux espèces importantes le Loup *Dicentrarchus labrax* et la daurade royale *Sparus aurata*.



Figure N° 06: *Sparus aurata*



Figure N°07 : *Dicentrarchus labrax*

(Prise de photos personnelle, Septembre 2013).

Cette année 2013, la ferme M'lata a importé des alevins du Maigre *Argyrosomus regius* pour le grossissement où 06 cages ont été consacrées. La commercialisation débutera l'année prochaine.

Après une certaine période qui varie de 15 à 20 mois de grossissement en cages flottantes, (qui peut être variable selon la température de l'eau) et une fois le poids de 350 g à 400 g est atteint, le poisson est commercialisé frais.



Figure N° 08 : Cages flottantes de la ferme M'lata
(Prise de photo personnelle, Septembre 2013).

I.1.2. Transport

Le poisson est transporté frais dans un camion et dans des cuves de 1 m³, couvert de glace fabriqué dans la ferme.



Figure N°09 : Cuve de transport contenant *Dicentrarchus labrax* en glace
(Prise de photo personnelle, Septembre 2013).

I.1.3. Circuit de distribution

Le produit de la ferme M'LATA est vendu à l'échelle nationale, particulièrement le centre et l'est du pays.

Un seul mandataire s'occupe de la distribution du poisson vers les détaillants. Ces derniers s'occupent de la livraison aux hôtels, les restaurants et les grands marchés...etc.

I.1.4. Fixation de prix

Le prix du poisson est déterminé par le producteur en fonction du prix de revient et de la marge bénéficiaire qui est 20%.

Selon le promoteur de la ferme (2013), pour produire un kilo gramme de poisson, les dépenses sont de :

- 128 Da d'alevins (4 alevins) ;
- 320 Da d'aliment ;
- 50 Da pour la main d'œuvre ;
- 25 Da frais généraux et 20 Da frais d'énergie ;

Le prix de vente d'un kilo gramme de loup et daurade revient à 650 Da (543Da + 110 Da).

A la vente au détail, le prix des produits de la ferme M'lata diffère d'un marché à un autre selon le circuit de vente suivi. Le loup et la daurade sont vendus au niveau du centre commerciale ARDIS Medina Center à des prix de 1600Da et 1650DA le kilogramme respectivement, différemment au Hypermarché UNO – Bab Ezzouar il varie entre 1250 à 1500DA.

I.1.5. Problèmes rencontrés

D'après l'enquête, il n'existe pas de problème rencontrés lors de la commercialisation des produits de la ferme M'lata.

I.2. La ferme ONDPA

La ferme ONDPA est une SPA créée dans le cadre de la collaboration aquacole Algéro-espagnole. Elle se situe dans la région de Cap Djenet, à 30 km à l'est de Wilaya de Boumerdes et à 77 km d'Alger.

Elle est implantée à environ 500 m de la route nationale N° 24 entre la centrale électrique de Cap Djenet et à 2,56 km de l'embouchure du l'oued Isser.

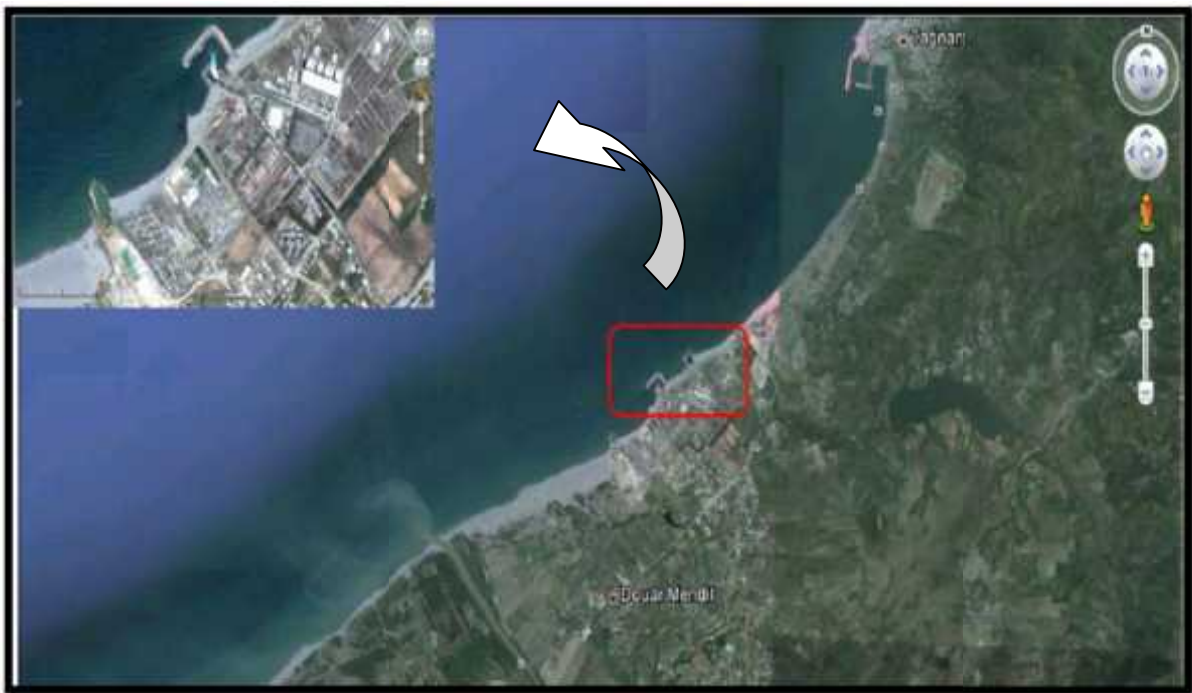


Figure N°10 : Localisation géographique de la ferme (Google earth, 2013)

L'avantage que présente cette ferme est d'offrir une production de poisson de même taille (la taille marchande de 350 à 400g), et en une durée très courte de 08 à 10 mois, qui garantit la satisfaction des clients.

I.2.1. Produits de la ferme ONDPA

Cette ferme produit et commercialise trois espèces importantes le Loup *Dicentrarchus labrax*, la daurade royale *Sparus aurata* et le Maigre *Argyrosomus regius*. De plus l'élevage de la Sole est prévu prochainement.

I.2.2. Quantités produites

La ferme produit environ 450 tonnes de poisson annuellement dont l'objectif était à 1000 tonnes entre Loup et Daurade, cette production est commercialisée fraîche.

I.2.3. Circuit de distribution

La distribution de la production de cette ferme est assurée par deux à trois grossistes, ces derniers s'occupent du transport de poisson aux consommateurs finaux. Cette distribution est régionale mais parfois nationale. Le mode de paiement est cash.

I.2.4. Prix

Le prix de poisson est déterminé d'après le prix de revient mais essentiellement le prix de l'aliment, ensuite le prix de l'alevin importé. Ce prix est fixé à 600 DA le Kilogramme de poisson.

II. Commercialisation des produits de la pisciculture continentale

Une seule ferme a fait l'objet d'étude qui est la ferme EZZAHRA – W. Ghardaïa.

La ferme EZZAHRA se localise dans la commune de Hassi L'Fhal Wilaya de Ghardaïa. Elle se situe à 800 m à l'est de la route nationale N°01, qui favorise une meilleure commercialisation de leurs produits.

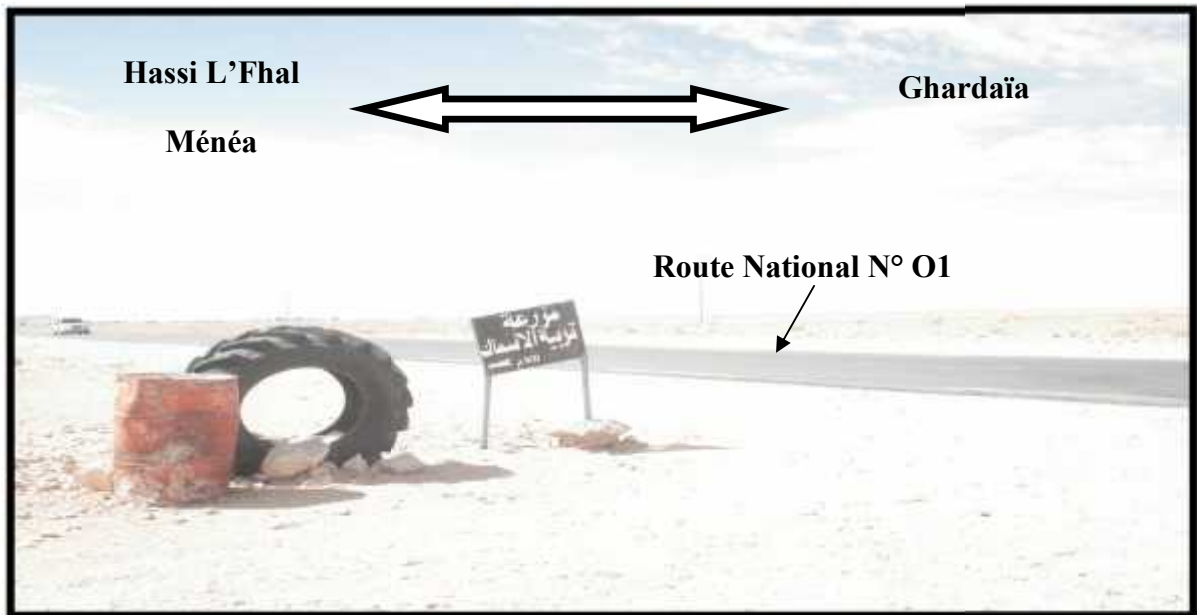


Figure N°11 : Localisation de la ferme EZZAHRA

(Prise de photo personnelle, Septembre 2013).

II.1. Produit de la ferme

Cette ferme a produit le Tilapia du Nil pendant 05 ans, avec de différentes quantités, d'une année à une autre (soit 450 tonnes en 2011). La production varie selon la demande des clients.



Figure N°12 : Tilapia du Nil *Oreochromis niloticus*

(Prise de photo personnelle, Septembre 2013).

II.2. Circuit de commercialisation

Le circuit de commercialisation du Tilapia du Nil était court, le produit était commercialisé frais au consommateur, et sans aucune intervention de vendeurs en gros ou même de détaillant.

Les clients qui se présentent uniquement par organismes étatiques de la région (Hôpitaux, écoles, universités,).

II.3. Transport

Le produit de la ferme EZZAHRA est acheminé par un camion frigorifique appartenant à la ferme elle-même.



Figure N°13 : Camion frigorifique de la ferme EZZAHRA

(Prise de photo personnelle, Septembre 2013).

II.4. Fixation de prix

Le prix de vente de poissons change. La variation des coûts de production particulièrement le prix de l'aliment. Il se situe entre 300 et 400 DA dont :

90 DA d'aliment,

50 Aa de la main d'œuvre

20 DA d'énergie

100 DA pour la marge bénéficiaire.

II.5. Problèmes rencontrés

La ferme EZZAHRA a rencontré des problèmes de la commercialisation ce qui a entraîné son arrêt pour quelque temps, dont le problème majeure était le manque de clients et l'absence des points de vente.

III. Commercialisation des produits conchylicoles

Sur le territoire national une seule ferme conchylicole est fonctionnelle, la ferme ORCA MARINE- W. d'Alger.

La SARL ORCA MARINE est une ferme conchylicole, situé à Ain Chorb (ex Surcouf) commune d'Ain Taya, W. d'Alger.



Figure N°14: Localisation de la ferme ORCA MARINE

(Prise de photo personnelle, Octobre 2013).

III.1. Produits de la ferme

La ferme produit et commercialise deux espèces qui sont la moule *Mytilus galloprovincialis* et l'huitre creuse *Crassostrea gigas*, dont l'élevage de ces espèces se fait sur des filières sub-surfaces de 100 à 150m de longueur.

La ferme produit de 5 à 6 tonnes annuellement.



Figure N° 15: *M. galloprovincialis*



Figure N°16 : *C. gigas*

(Prise de photos personnelle, Octobre 2013).

III.2. Transport

La livraison journalière des produits se fait par le propriétaire de la ferme lui-même en utilisant un camion frigorifique ou les moules et les huîtres sont placés dans des sacs en respectant la réglementation du transport.

Le mode de paiement adopté est à la vente.



Figure N°17 : Poche de transport

(Prise de photo personnelle, Octobre 2013).

III.3. Circuit de commercialisation

Le circuit de commercialisation est court, car le produit est vendu aux restaurants de la région d'Alger seulement, avec quelques ventes en petites quantités du détail.

III.4. Prix

Le prix de vente pour la moule est de 300 DA le kilogramme et 800 DA pour l'huitre.

III.5. Problèmes rencontrés

Malgré les efforts fournis par le propriétaire pour la publicité de sa production sur les chaînes télévisées nationales, le problème majeur rencontré reste le manque de client.

IV. Commercialisation des produits aquacoles de barrage

L'enquête sur les produits des barrages a été effectuée au niveau du barrage Ghrib.

Le barrage Ghrib est situé au niveau de la W. Ain Defla sur l'Oued Chorfa.



Figure N° 18: Localisation du barrage Ghrib (Google map, 2013).

IV.1. Produits du barrage

Les produits du barrage Ghrib sont pêchés et vendus par un seul concessionnaire, qui est suivi et contrôlé par la DPRH de la W. D'Ain Defla et la direction des barrages de la même wilaya.

Plusieurs espèces sont élevées dans ce barrage le Sandre *Sander luciperca*, la Carpe *Cyprinus carpio* et le barbeau *Barbus sp.* Mais le produit le plus demandé et le plus pêché reste le Sandre.

IV.2. Circuit de distribution

Une fois pêché, le Sandre est commercialisé par le concessionnaire. Le produit est transporté vers la pêcherie d'Alger où il est vendu aux mandataires, qui s'occupent de sa vente en détail.

Aussi la vente se fait au environ du barrage, aux deux wilayas qui l'entoure W. de Médéa et W. Ain Defla. Parfois ces produits arrive jusqu'aux W. de Chlef et W. de Blida.

La Carpe et le Barbeau sont aussi vendus et commercialisés mais selon la demande seulement, car ces deux poissons ne sont pas trop appréciés par les clients. S'il arrive une pêche accidentelle de ces deux espèces, et qu'elles ne sont pas demandées, les pêcheurs les rendent vivantes dans le barrage jusqu'une commande.

IV.3. Quantité vendue et fixation de prix

La vente du Sandre atteint une quantité de 25 à 40 kg par jours avec des prix qui varis entre 200 et 300 DA, cette variation est selon les saisons et la disponibilité du poisson.

Le mode de paiement est après la vente.

IV.4. Transport

Après la vente des produits, le transport est assuré par les grossistes car le concessionnaire ne possède pas de camion de transport pour poisson.

IV.5. Problèmes rencontrés

La commercialisation des produits du barrage rencontre des problèmes dont les plus importants sont ceux du transport et de manque des points de ventes spéciaux.

V. Commercialisations des produits aquacoles transformés

Le domaine de transformation des produits aquacoles en Algérie reste vierge avec quelques essais qui ont été effectués par le CNRDPA.

L'EURL *MARA OCEANE* est une entreprise de transformation des produits de la mer, a été créée en janvier 2008 à Draria sur une superficie de 300 m² dont la zone de production est de 80 m².

C'est la première société à avoir commercialisé des mousses de poisson en Algérie.

La MARA OCEANE a entrée dans le domaine de transformation des produits aquacoles en collaboration avec la ferme EZZAHRA W. de Ghardaïa en transformant de la carpe et du Tilapia du Nil, cette production n'a duré que 03 mois en 2012 (Octobre, Novembre et Décembre).

V.1. Gamme de produit

La carpe et le Tilapia ont été transformés en Fish burger et en saucisse, avec des quantités de 150 kg de chair de poisson par semaine.

V.2. Contrôle de qualité

Les mesures d'hygiène sont respectées, car des visites mensuelles par les services d'hygiène étatique pour le contrôle du matériels et conditions de transformations.

Les analyses de sa production sont effectuées dans un laboratoire extérieur, après chaque production il y'a prélèvement de 05 échantillons pour les analyses microbiologiques.

Aujourd'hui la majorité des entreprises alimentaires utilise l'HACCP directement ou indirectement à travers certaines normes et autres référentiels afin d'éviter au maximum ces intoxications. L'efficacité de l'HACCP est largement établie et il bénéficie d'une véritable reconnaissance.

La mise en place de l'HACCP pour la ligne de fabrication de conserve de poissons a permis la mise en place de mesures prévenant l'apparition de dangers microbiologiques, chimiques et physiques.

La mise en place de l'HACCP dans l'entreprise MARA OCEANE incluent toutes les étapes des différents contrôles et enregistrements à la documentation sont nécessaire pour assurer ça qualité.

V.3. Transport

Le produit est commercialisé par le propriétaire dans un camion frigorifique que possède l'entreprise.



Figure N° 19: Camion de transport

(Prise de photo personnelle, Octobre 2013).

V.4. Circuit de commercialisation

Le circuit de commercialisation était simple sans aucune intervention de revendeurs des produits.

La vente n'était que pour les restaurants et les fastfoods.

Le mode de paiement était après la production et après la vente en cash dans des délais d'une semaine à 10 jours.

V.5. Prix

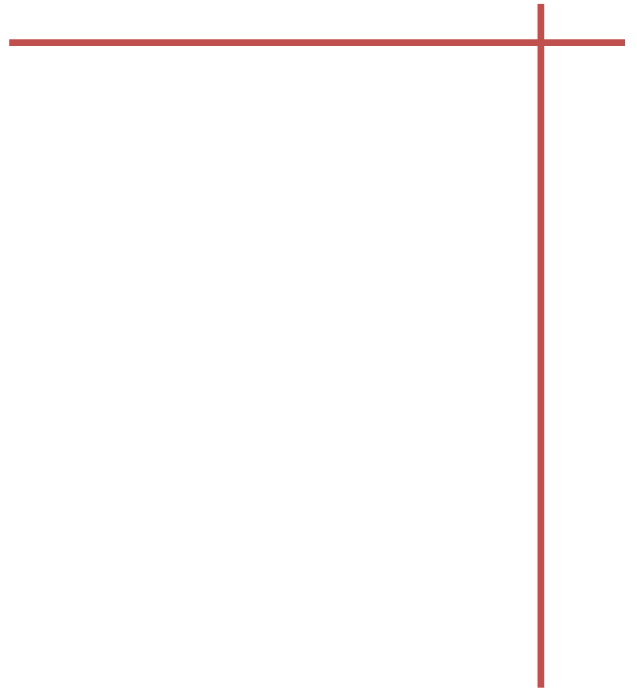
Les prix ont été fixés à 50 DA pour un burger de 70 g et 200 DA pour 05 saucisses. Les facteurs fixant ces prix sont essentiellement le prix d'achat de poisson.

D'autre part les coûts de commercialisation des produits aquacoles transformés sont les frais des personnels, le stockage dans la chambre froide, l'énergie et le coût de l'emballage.

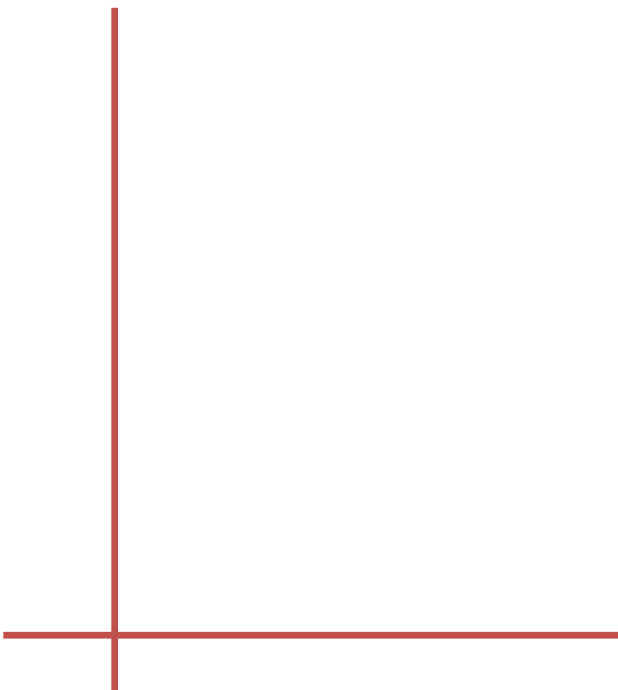
V.6. Problèmes rencontrés

L'entreprise MARA OCEANE a arrêté la transformation des produits aquacoles (Tilapia du Nil et Carpe) pour des problèmes de commercialisation.

Le problème majeure rencontré était avec la DLC (*Durée Limite de Conservation*) qui été trop courte et n'offre pas un temps suffisant pour commercialiser les deux produits.



conclusion



Conclusion

La commercialisation des produits aquacoles est une activité délicate, car le poisson est un produit très périssable. La préservation de la qualité nécessite toujours une manipulation convenable depuis la production jusqu'à la consommation.

L'objectif étant toujours d'offrir aux consommateurs des produits de meilleure qualité à des prix au porté de tous les clients.

L'étude de la commercialisation des produits aquacoles en Algérie qui a été porté sur les fermes aquacoles, barrages et entreprise de transformation a permis de conclure que :

- La commercialisation des produits aquacoles concerne différent type d'espèces telles que le Loup, La daurade, Le sandre, ... dont certaines se vendent à l'état frais et d'autres transformées. Cette forme de vente a une répercussion sur le prix de vente auquel s'ajoutent les coûts de transformations tel que les huiles, les épices, l'emballage...
- Le circuit de commercialisation de ces produits est généralement court par voie plus ou moins directe pour la majorité des établissements étudiés, il se résume en quelques intervenants pour atteindre le consommateur. Il faut savoir qu'une marge bénéficiaire est prise par chaque intervenant qui s'ajoute à la chaine de commercialisation d'où l'augmentation de prix du produit à la consommation.
- Les produits aquacoles sont distribués à l'échelle régionale et ne dépassent pas un rayon moyen de 200 km où chaque ville s'approvisionne des fermes aquacoles les plus proches situées dans les villes limitrophes.

Conclusion

Ceci est un avantage pour le consommateur car les prix de vente sont moins élevés en excluant les coûts de transport et de stockage qui s'imposent pour une plus large distribution.

- Le transport du produit n'étant pas un problème pour la majorité des établissements étudiés car ils possèdent des camions frigorifiques adéquats au transport de poissons.
- Le facteur fixant le prix de vente demeure essentiellement le prix de l'aliment pour les fermes d'élevage. Et de façon générale les coûts de la commercialisation (fixes et variables) sont en fonction des étapes de cette dernière (production, transformation, l'entreposage, transport et la vente en détail).

Toutefois, des problèmes sont rencontrés lors de la commercialisation des produits aquacoles, il s'agit du manque de clients et de la vulgarisation des produits aquacoles frais et transformés.

Pour résoudre les complications et les difficultés rencontrées, il est recommandé de créer des points de ventes à l'échelle nationale pour élargir le circuit de distribution d'une part, et d'autre part, la vulgarisation des produits aquacoles.

Des souhaits de progrès et de réussite pour les fermes aquacoles M'lata, ONDPA, EZZAHRA et ORCA MARINE, les concessionnaires du barrage Ghrib et l'entreprise MARA OCEANE.



Bibliographie



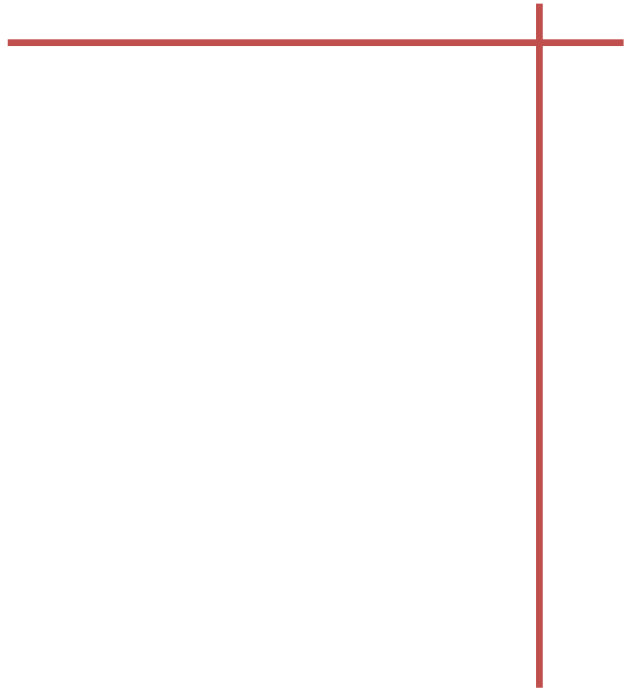
Bibliographie

- CHASTON I., 1983. Marketing in fisheries and aquaculture. *Fishing news books*, Australia.
- CURTIS M. J. & HOWARD A.C., 1993. Economics of Aquaculture. *Food Products press*, New York. p. 257-266.
- BOUTOUCHENT.T, 1999. Diversification des Espèces d'Aquaculture Marine en Méditerranée. Rapport de Séminaire International de formation en Mai 1999 organisé à Zaragoza (ESPAGNE) sous l'égide du *CIHEAM / FAO*, p.5-7.
- MALCOLM C., BEVERID JE H. & MCANDREW B.J., 2000. Tilapias: biology and exploitation. *Institute of aquaculture. University of stirling, Scotland. Kluwer Academic Publishers*. Scotland.
- MPRH, 2008.Schéma directeur de développement des activités de la pêche et de l'aquaculture, horizon 2025. *MPRH*. Alger.
- FAO, 2012. La situation mondiale des pêches et de l'aquaculture. *FAO*, Rome.
- FAO, 2010. La situation mondiale des pêches et de l'aquaculture. *FAO*, Rome.
- FAO, 1993. Notion d'économie et de comptabilité à l'usage des pisciculteurs N°19. *FAO*, Rome. p.17-23.
- PETIT J., 1999. Environnement et aquaculture Tome1: aspect technique et économique. *INRA*, Paris. p. 190.

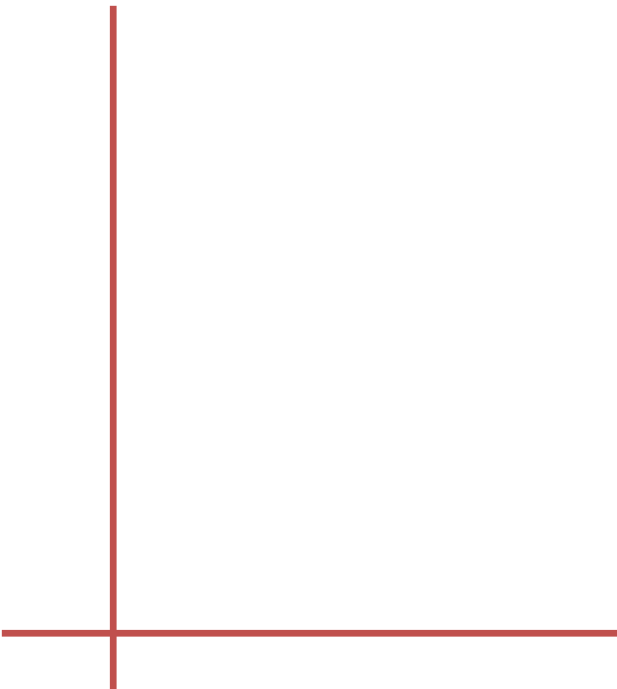
http://www.gate-international.org/documents/techbriefs/webdocs/pdfs/f29f_2001.pdf

[consulter le 09 Novembre 2013].

www.fao.org



Annexe



Annexe I

Questionnaire

- Ferme

Nom :

Localisation :

Publique/privé :

Situation (Eurl, Sarl,):

Activité :

Date de première commercialisation :

- Propriétaire

Formation

La commercialisation est suivie par vous-même ?

Sinon, Qui ?

- Le produit commercialisé

-Quel est le/les produit (s) commercialisé ? Et quantité vendue

Espèce	Forme de vente	Quantité/ an				

-Si le produit n'est pas vendu ?

-Quel est le produit le plus demandé ? Pourquoi ?

-Quelques vous préféreriez produire/ commercialisé ? Pourquoi ?

- Circuit de commercialisation

-Les intervenants (revendeurs)

Combien ? (court ou long)

Sont ils fixent (fidélité) ?

Sinon comment ?

-Mode de paiement ?

Avant ou après la vente ?

Avant/ après la production ?

- Quels sont les formes de paiement ?

- Distribution

Local

Régional

National

International

Exportation (Prix et quantité) pourquoi ?

- Le transport

-Oui :

Type

Date d'acquisition

- Non : Coût ?

-Est-il difficile de trouver ?

-Produits séparément transportés ou mixtes ?

- Prix

Espèce	Prix DA/ unité			

-Facteurs fixant le prix (essentiellement) ?

-Facteurs de variations des prix ?

Saison, offre et demande, qualité du produit

-Toutes les qualités sont vendues au même prix ? Quelle est la différence ?

-Prix de vente est-il négociable entre le producteur et le commerçant ?

- Consommateurs
 - Qui sont les clients cibles ?

Restaurants ; hôtels,

- Satisfaction ?
- Fréquence des achats ?

- La demande augmente ou diminue / espèce

- Coût de commercialisation ?

Transport, glace, stockage, énergie,

- Les difficultés rencontrées dans la vente.....

Pas de clients

Concurrence

Autres

- Suggestion

- Publicité et aspect marketing

Annexe II

Fermes aquacoles de la Région sud (MPRH, 2013)

Projet	Localisation	Situation	Espèces
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Site : Hassi Ben Abdellah Commune : Hassi Ben Abdellah Daira : Sidi khouiled Wilaya : Ouargla	Fonctionnel	Poisson-chat
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Site : Ain Moussa Commune : Sidi khouiled Daira : Sidi khouiled Wilaya : Ouargla	Non fonctionnel	/
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Site : Hassi Lefhal Commune : Hassi Lefhal Daira : Mansoura Wilaya : Ghardaïa	Fonctionnel	Tilapia et poisson-chat

Fermes aquacoles de la région Ouest (MPRH, 2013)

Projet	Localisation	Situation	Espèces
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Commune: Aïn Skhouna Daïra : Aïn Skhouna Wilaya: Saïda.	/	Tilapia rouge et Tilapia du Nil
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Commune : Oued El Djemaa Daira : Oued El djemaa Wilaya : Rélizane	Non fonctionnel	Tilapia nilotica
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Commune : M'Said. Daira : Bouzedjar. Wilaya : Ain - Témouchent	Fonctionnel	Loup Et Daurade
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Commune : Oulhaça. Daira : Oulhaça. Wilaya : Ain- Témouchent	Non fonctionnel	/
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Commune : Ain kerma Daira : Boutelilis Wilaya : Oran	/	Loup Et Daurade

Fermes aquacoles de la région Est (MPRH, 2013)

Projet	Localisation	Situation	Espèces
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Commune : Tazeboujt Daïra : Tazoult Wilaya : Bejaia	/	Loup Et Daurade
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Site: El Bittah Est Commune: BeN M'hidi Wilaya: El Tarf	Non fonctionnel	/
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Site: Aïn Ben Sbika Commune : Hasnaoua Daïra : Medjena Wilaya: Bordj Bou Arreridj	Fonctionnel	Carpe
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Site : Akrriche. Commune : Ain lahdjar Daira : Ain lahdjar Wilaya : Sétif	Fonctionnel	Carpe

Fermes aquacoles de la région Nord-Centre (MPRH, 2013)

Projet	Localisation	Situation	Espèces
Projet Algéro-Espagnol : ONDPA – Golden Fish Matares ADJ Services Technics Sarl.	Commune : Cap Djinet Daïra : Boumerdes Wilaya : Boumerdes	Fonctionnel	Loup, Daurade Et Maigre
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Site : M'Lata Commune : Azzefoune Daïra : Azzefoune Wilaya: Tizi - Ouzou	Fonctionnel	Loup Et Daurade
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Site: Déca Plage Commune:Ain Taya Daïra: Ain Taya Wilaya: Alger	Fonctionnel	Moule Et Huitre
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Site:Déca Plage II Commune: Ain Taya Daïra: Ain Taya Wilaya: Alger	Non fonctionnel	/
Retenu dans le cadre du Plan de Soutien à la Relance Economique (PSRE : 2001- 2004)	Commune: Ain Tagourait Daïra:Ain Tagourait Wilaya: Tipaza	Non fonctionnel	Moule

Fermes prévisionnelles en Algérie (MPRH, 2013)

Wilaya	Activité	Superficie Hectare	Capacité tonne/an	Situation
Tipaza	Conchyliculture	36 en mer 0.2 à terre	400	Travaux en cours
Tlemcen	Conchyliculture moule et huitre	4 en mer 0.2 à terre	150	Permis de construire délivré
Mostaganem	Mytiliculture	5 en mer 0.2 à terre	50	Non démarrage des travaux
Jijel	Mytiliculture	5 en mer 0.2 à terre	100	Installation d'une filière de 100m pour captage de naissain, Installation sur terre non entamée
Boumerdès	Conchyliculture	5 en mer 0.2 à terre	120	Permis établi, lancement de travaux en avril
Annaba	Loup et daurade en cage flottante	10 en mer	500	L'acte de concession est en cours
Annaba	Conchyliculture	5 h en mer 500 à terre	50	L'acte de concession est en cours
Boumerdès	Loup et daurade en cage flottante	5 h en mer	600	Début des travaux, hangar et chambre froide installés cages flottantes ramenées

**MINISTERE DE LA PECHE
ET DES RESSOURCES HALIEUTIQUES**

**Arrêté interministériel du 13 Jomada El Oula 1431
correspondant au 28 avril 2010 portant
adoption du règlement technique relatif aux
caractéristiques des contenants pour
l'entreposage et le transport des produits de la
pêche et de l'aquaculture.**

Le ministre de la pêche et des ressources halieutiques,

Le ministre de l'industrie et de la promotion des investissements,

Le ministre de l'agriculture et du développement rural,

Vu le décret présidentiel n° 09-129 du 2 Jomada El Oula 1430 correspondant au 27 avril 2009 portant reconduction dans leurs fonctions de membres du Gouvernement ;

Vu le décret exécutif n° 90-12 du 1er janvier 1990, modifié et complété, fixant les attributions du ministre de l'agriculture ;

Vu le décret exécutif n° 91-04 du 19 janvier 1991 relatif aux matériaux destinés à être mis en contact avec les denrées alimentaires et les produits de nettoyage de ces matériaux ;

Vu le décret exécutif n° 95-363 du 18 Jomada Ethania 1416 correspondant au 11 novembre 1995, complété, fixant les modalités d'inspection vétérinaire des animaux vivants et des denrées animales ou d'origine animale, destinés à la consommation humaine ;

Vu le décret exécutif n° 2000-123 du 7 Rabie El Aouel 1421 correspondant au 10 juin 2000 fixant les attributions du ministre de la pêche et des ressources halieutiques ;

Vu le décret exécutif n° 04-189 du 19 Jomada El Oula 1425 correspondant au 7 juillet 2004 fixant les mesures d'hygiène et de salubrité applicables aux produits de la pêche et de l'aquaculture ;

Vu le décret exécutif n° 05-464 du 4 Dhou El Kaada 1426 correspondant au 6 décembre 2005 relatif à l'organisation et au fonctionnement de la normalisation ;

Vu le décret exécutif n° 05-465 du 4 Dhou El Kaada 1426 correspondant au 6 décembre 2005 relatif à l'évaluation de la conformité ;

Vu le décret exécutif n° 08-100 du 17 Rabie El Aouel 1429 correspondant au 25 mars 2008 fixant les attributions du ministre de l'industrie et de la promotion des investissements ;

Arrêtent :

Article 1er. — En application des dispositions de l'article 30 du décret exécutif n° 04-189 du 19 Jomada El Oula 1425 correspondant au 7 juillet 2004 et de l'article 28 du décret exécutif n° 05-464 du 4 Dhou El Kaada 1426 correspondant au 6 décembre 2005, susvisés, est adopté le règlement technique définissant les caractéristiques techniques des contenants pour l'entreposage et le transport des produits de la pêche et de l'aquaculture annexé au présent arrêté.

Art. 2. — Le règlement technique visé à l'article 1er ci-dessus définit les exigences techniques auxquelles doivent répondre les contenants destinés à l'entreposage et au transport des produits de la pêche et de l'aquaculture.

Art. 3. — Les dispositions du présent arrêté prennent effet dans un délai de six (6) mois à compter de la date de sa publication au *Journal officiel*.

Art. 4. — Le présent arrêté sera publié au *Journal officiel* de la République algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 13 Jomada El Oula 1431 correspondant au 28 avril 2010.

Le ministre de la pêche
et des ressources
halieutiques

Smaïl MIMOUNE

Le ministre de l'industrie
et de la promotion
des investissements

Hamid TEMMAR

Le ministre de l'agriculture et du développement rural

Rachid BENAÏSSA

**Règlement technique relatif aux caractéristiques
des caisses pour l'entreposage et le transport
des produits de la pêche et de l'aquaculture**

Département ministériel initiateur : ministère de la pêche et des ressources halieutiques.

Objectifs légitimes à réaliser :

— la protection du consommateur : l'utilisation des caisses en plastique alimentaire permettra d'éviter les risques sanitaires causés par les caisses en bois non alimentaire ;

— la protection de l'économie nationale : l'utilisation des caisses en plastique alimentaire permettra l'exportation des produits de la pêche et de l'aquaculture vers les marchés internationaux ainsi que la limitation des pertes financières engendrées par la prise en charge médicale des intoxications et les toxi-infections alimentaires dues aux différentes altérations de ces produits.

Risques encourus en cas de non-réalisation du ou des objectif(s) légitime(s) :

— risque sur la santé du consommateur : l'utilisation des caisses en bois constitue un risque majeur pour la santé du consommateur, raison pour laquelle il sera procédé à leur substitution par les caisses en plastique alimentaire.

Il est à noter que les produits halieutiques sont des produits hautement périssables, qui, en l'absence des conditions d'hygiène et de salubrité, constituent un danger pour la santé du consommateur ;

— interdiction d'exportation du produit : la non-utilisation des caisses en plastique pour l'entreposage, le stockage et le transport des produits halieutiques constituera un obstacle non-tarifaire pour l'exportation de nos produits vers les marchés internationaux.