الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة الصناعة والمناجم
Ministère de l'Industrie et des Mines

ÉTUDE LAIT CONDITIONNÉ ET BOISSONS LACTÉES

ALGÉRIE

SYNTHÈSE 2017

CAP-PME
CAPITALISATION DES ACQUIS DES PROGRAMMES
ALGÉRIE / UE – PME I / PME II

جمعية المنتجين الجزائريين للمشروبات
ASSOCIATION DES PRODUCTEURS ALGÉRIENS DE BOISSONS

CAP-PME
CAPITALISATION DES ACQUIS DES PROGRAMMES
ALGÉRIE / UE – PME I / PME II

ÉTUDE LAIT CONDITIONNÉ ET BOISSONS LACTÉES ALGÉRIE

SYNTHÈSE 2017

Période de l'Etude : **Octobre 2016 –avril 2017**

L'étude a été réalisée dans le cadre de Cap-PME, par Messieurs **Mohammed Kaci** et **Salah Yahiaoui**,
le contenu de la présente publication relève de la seule responsabilité des auteurs
et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant l'avis de l'Union européenne ou des autorités algériennes.

© Cap-PME, Alger – Avril 2017

SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
L'INDUSTRIE DU LAIT CONDITIONNE ET DES BOISSONS LACTEES, OBJET DE L'ETUDE	6
SITUATION ECONOMIQUE DES ENTREPRISES DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE	7
GAMME DES PRODUITS MIS SUR LE MARCHE ET LEUR CONDITIONNEMENT	9
INTEGRATION DU LAIT CRU LOCAL	10
LE MARCHE ALGERIEN DU LAIT ET DES BOISSONS LACTEES	11
COMMERCE EXTÉRIEUR DES PRODUITS	15
ANALYSE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE : SYNTHÈSE SUR LES PERFORMANCES DE L'INDUSTRIE	17
ENVIRONNEMENT NATIONAL ET INTERNATIONAL	18
ANALYSE DU POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE	19
PERSPECTIVES DE L'INDUSTRIE DU LAIT CONDITIONNÉ ET DES BOISSONS LACTÉES	26
RECOMMANDATIONS	29

INTRODUCTION

Si le lait est un produit alimentaire séculaire pour le consommateur algérien, sa production actuelle se transforme en mettant en jeu de nombreux acteurs des secteurs de l'agriculture, de l'industrie, des services et du marché mondial. Elle implique aussi les politiques publiques de régulation du marché et de soutien à la production agricole. Ainsi, la dynamique du marché évolue, avec de nouvelles entreprises qui apparaissent, de nouveaux produits ou packaging qui sont mis sur le marché, et des nouvelles stratégies qui se mettent en place.

PROBLÉMATIQUE DE L'ÉTUDE

La problématique de l'étude s'appuie sur le constat d'une évolution qualitative indéniable du marché du lait en Algérie.

Longtemps limité à l'offre des entreprises publiques en lait pasteurisé conditionné en sachet et commercialisé avec un prix soutenu, le marché s'ouvre à de nouveaux producteurs privés qui offrent des produits innovants mais à des prix libres. Ces entreprises ont aussi introduit sur le marché des produits plus élaborés, notamment les boissons lactées.

La filière du lait conditionné évolue ainsi en suivant les tendances en cours à l'étranger. Cette évolution interpelle l'analyste et pose plusieurs questionnements que l'étude tente d'éclairer.

MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE

La méthodologie retenue s'inspire de celle mise en œuvre pour l'étude de la filière des boissons de 2012[1]. Elle comprend deux analyses complémentaires :

- La description de la chaîne de valeur de la filière,
- L'analyse stratégique du segment «industrie».

La méthodologie s'appuie sur des investigations combinant les études documentaires, les enquêtes directes et l'interview des dirigeants d'entreprise.

1. FILIERE DES BOISSONS EN ALGERIE. Juin 2012 - PME II

L'INDUSTRIE DU LAIT CONDITIONNE ET DES BOISSONS LACTEES, OBJET DE L'ETUDE

DÉFINITION DES PRODUITS DE L'ÉTUDE

L'étude porte sur deux segments de l'industrie laitière, qui sont :

- **Le segment du lait conditionné :** Il regroupe les différentes formes de lait commercialisé sous diverses formes de conditionnement :

- Le lait pasteurisé (LPC) , - Le lait UHT, - Le lait cru

- **Le segment du lait aromatisé et des boissons lactées :** Les produits entrant dans le champ de l'étude comprennent :

- Les laits aromatisés et chocolatés, - Les jus au lait

RÉGLEMENTATION

Au niveau national, la réglementation est relativement bien développée pour le lait et les produits laitiers. Elle concerne l'agrément d'exploitation et la mise sur le marché des produits. Le contrôle des produits est permanent (qualité du produit et étiquetage). La réglementation définit avec précision les produits, en référence au codex Alimentarius.

Au niveau international, le produit obéit à une réglementation stricte. En particulier, l'Union européenne dispose d'un arsenal très évolué pour contrôler l'introduction des produits sur le territoire de l'UE.

POIDS ÉCONOMIQUE DES IAA ET DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE EN ALGÉRIE

Les industries agroalimentaires demeurent la première industrie manufacturière en Algérie de par sa contribution à la production et à la valeur ajoutée, avec respectivement 57% et 49%. Le degré de capitalisation des IAA demeure modeste, mais leur niveau de profitabilité est appréciable.

La sous-branche du lait et des dérivés du lait fait partie de la catégorie des industries à faible contribution, avec moins de 5% de la production des IAA. Ce poids relatif dépend essentiellement des prix relatifs du LPC.

STRUCTURE DE PRODUCTION DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE

Avec 16%, le taux de VA de l'industrie laitière est caractéristique d'une activité dont les produits sont peu élaborés et les prix relativement faibles; en effet, l'activité demeure dominée par le lait pasteurisé mis sur le marché à un prix subventionné et à un niveau relativement très bas. Les niveaux des prix sont peu favorables au développement de cette industrie et l'équilibre financier des entreprises ne peut être atteint que par l'effet volume ou par une diversification des produits.

SITUATION ECONOMIQUE DES ENTREPRISES DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE

DÉMOGRAPHIE DES ENTREPRISES

L'industrie laitière a suivi la même dynamique que les industries agroalimentaires vu que le poids du secteur privé y est prépondérant, avec 98% des entreprises. Les entreprises laitières sont de création récente, puisque seulement 22% existaient avant 2000. Le mouvement de création s'est poursuivi jusqu'à 2016.

Autre particularité **:** la concentration des laiteries au nord du pays, avec 73% des implantations.

TYPOLOGIE DES LAITERIES

- Une majorité de laiteries (64%) adhère au programme du lait subventionné et produit le LPC à partir de la poudre de lait importée par l'ONIL;
- Un bon nombre de laiteries (25%) commercialise du lait cru local pasteurisé ou stérilisé;
- Une troisième catégorie (11%) produit du lait UHT et des dérivés du lait à partir des matières importées.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES LAITERIES

Les laiteries en exploitation sont réparties sur tout le territoire. Les wilayas du Nord dominent avec 73% des implantations. Il y a une très faible densité d'implantation dans les régions du sud du pays.

CLASSEMENT PAR STATUT JURIDIQUE

La forme juridique de la SARL et de l'EURL des laiteries est dominante, avec 80% des enregistrements.

CAPACITÉ DE PRODUCTION DES LAITERIES

L'industrie laitière peut être considérée en situation d'industrie «mature» **:** on estime la capacité de production installée variant entre 2,9 milliards de litres et 3,2 milliards de litres/an.

La structure par niveau de taille est asymétrique avec, d'une part, 28% de très petites laiteries (- de 5 000 l/j) et, d'autre part, 20% de grandes laiteries (+ de 100 000 l/j).

NIVEAU D'UTILISATION DES CAPACITÉS DE PRODUCTION

Le potentiel de production est plutôt sous-utilisé, puisque 50% des entreprises fonctionnent à moins de 50% de leur capacité, 80% à moins de 75% et seulement 20% travaillent à pleine utilisation. C'est un trait caractéristique des entreprises alimentaires en Algérie, qui ont fortement investi en capacité et sans égard à la taille du marché.

EFFECTIFS ET STRUCTURE PAR CSP DES LAITERIES

Les effectifs employés par les laiteries en activité sont estimés à **14 400 agents**[2], avec une moyenne de 105 employés par laiterie.

La structure des effectifs par catégorie socioprofessionnelle fait apparaître une ressource humaine dominée par les exécutants (63%), mais aussi un niveau de maîtrise appréciable (25%); le taux d'encadrement demeure très modeste (12%).

2. L'estimation est établie à partir d'un échantillon de 28%; elle résulte d'une extrapolation à la population des 137 laiteries en activité.

GAMME DES PRODUITS MIS SUR LE MARCHE ET LEUR CONDITIONNEMENT

DIVERSIFICATION DES PRODUITS

Les produits commercialisés se caractérisent par une relative diversification :

• Le lait en poudre, • Le lait liquide pasteurisé et conditionné en sachet, Le lait liquide stérilisé (lait UHT) et conditionné en brique et en sachet, • Les laits fermentés (L'ben et Raïb), • Les laits gélifiés (yaourts et autres préparations), • Les laits combinés (lait aromatisé, lait chocolaté), • Les boissons lactées (jus au lait)

CONDITIONNEMENT DES PRODUITS

Le conditionnement du lait et des boissons lactées s'est diversifié en suivant les standards internationaux. La tendance est au conditionnement de type TETRA-PACK pour le lait UHT et les boissons lactées. D'autres types d'emballage sont introduits, à l'image de la préforme (PET) pour les laits acidulés. Le sachet tri-couches constitue aussi une innovation; il est utilisé pour le lait de vache pasteurisé.

Pour tous les conditionnements, la contenance s'est diversifiée, comprenant des petites contenances et une grande contenance familiale.

DISTRIBUTION ET LOGISTIQUE

La distribution du lait conditionné et des boissons lactées a adopté trois modes, selon la nature du produit et la taille de l'entreprise :

- **Le lait pasteurisé conditionné :** La distribution et le transport sont réglementés et les marges administrées,
- **Le lait cru :** Quand il n'est pas livré à la laiterie, le produit est distribué en circuit direct,
- **Le lait UHT et les boissons lactées :** Le mode de distribution est comparable à celui des jus.

MARKETING

La pratique du marketing diffère selon les segments produits. L'approche marketing est pratiquement absente pour le lait pasteurisé et le lait cru. Elle est développée pour le lait UHT et les boissons lactées. Pour ces produits, l'industrie a enregistré une évolution remarquable. Les entreprises ont développé des pratiques intégrant les outils modernes du marketing.

INTEGRATION DU LAIT CRU LOCAL

La filière laitière comprend trois maillons :

- L'amont de la filière comprenant la production du lait cru local et sa collecte et les importations de la poudre de lait, • La transformation industrielle, • L'aval de la filière comprenant le marché de la consommation

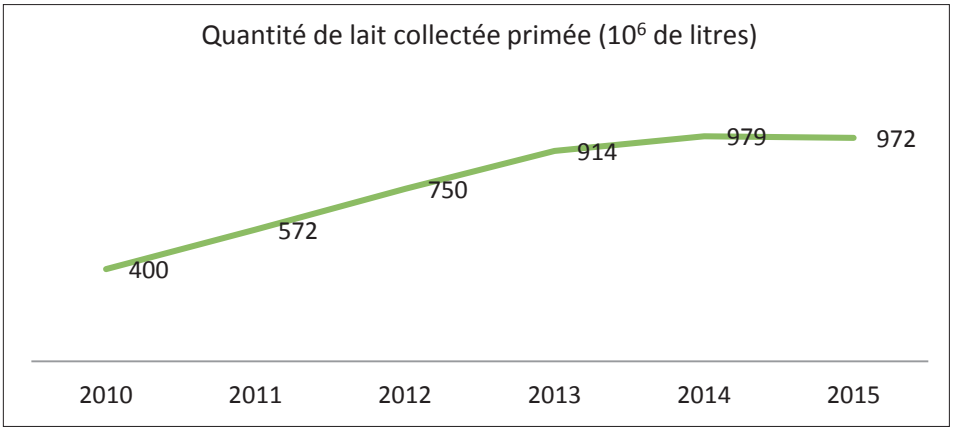
L'intervention de l'Etat en amont et en aval est très importante. Elle est déterminante dans le développement de la filière.

EVOLUTION DE LA PRODUCTION

Le lait de vache collecté par les laiteries est essentiellement produit par le bovin conduit en système intensif dit BLM (Bovin Laitier Moderne) localisé sur les plaines à potentialités avérées en fourrages verts.

COLLECTE DU LAIT CRU PAR LES LAITERIES

Les volumes de lait cru collecté à l'échelle nationale sont inscrits dans une dynamique évolutive depuis 2010 et devrait logiquement suivre le même rythme à l'avenir.



Des centres de collecte ont été réalisés dans le but de promouvoir la collecte de lait cru et sont implantés en nombre relativement important.

CONSOMMATION PAR GROUPES DE PRODUITS

Les produits laitiers occupent la quatrième position dans la hiérarchie des dépenses alimentaires des ménages, avec 8% des dépenses alimentaires.

DÉPENSES DES MÉNAGES PAR TYPE DE PRODUITS

La dépense annuelle moyenne par tête en lait et produits laitiers est de 4 304 DA, dont près de 39% pour le lait en sachet et plus de 29% pour les autres laits[1].

Dépenses annuelles en lait et produits laitiers (2011)

Produits	Dépense en DA/tête	%
Lait frais	206	4,8
Lait en sachet	1 662	38,6
Autres laits	1 256	29,2
Yaourt et crème	687	16
Fromages	493	11,5
Total	**4 304**	**100**

Source : *ONS (enquête de consommation de 2011)*

CONSOMMATION DU LAIT EN VOLUME SELON L'ENQUÊTE 2011

La traduction en quantité des données de l'enquête de 2011 a permis de situer le niveau de consommation par habitant.

Produits	Dépense en DA/tête	Consommation en litre/tête
Lait frais (autoconsommation et circuit direct)	206	6
Lait conditionné en sachet et en brique	1 662	62
Autres laits (en poudre, concentré, caillé...)	1 256	21
Dépenses totales en lait	**3 124**	**88**

1. ONS op. cité.

EVOLUTION DES MODES DE CONSOMMATION DES PRODUITS LAITIERS

La consommation des produits laitiers est bien ancrée dans les habitudes alimentaires des Algériens. La demande est en plein essor, alimentée par la croissance démographique, l'amélioration du niveau de vie et l'urbanisation[2].

Outre la consommation du lait à boire, le marché algérien voit se développer des produits à haute valeur, comme les boissons lactées qui répondent à la préférence croissante parmi les consommateurs jeunes et les moins jeunes portés par la restauration hors foyer et les repas à emporter.

Cette nouvelle évolution crée pour les entreprises des opportunités pour l'innovation du point de vue tant des produits que du conditionnement.

PRODUITS COMMERCIALISÉS EN ALGÉRIE

- **Le lait conditionné :** Le lait conditionné est commercialisé en Algérie, essentiellement avec trois types de confinements **:**
- Le lait pasteurisé conditionné (LPC) en sachet polyéthylène monocouche. C'est un lait semi-écrémé (15% de matière grasse). Le LPC est largement consommé, car bénéficiant d'une subvention de l'Etat. Ce segment représente environ 64% du volume commercialisé.
- Le lait stérilisé UHT, commercialisé en brique et en sachet de type tétra-pack. Le produit est décliné en partiellement écrémé, entier et 0% de matière grasse.
- Le lait cru local, stérilisé et conditionné en brique ou sachet polyéthylène tri-couches. Le produit est généralement entier.
- **Boisson lactées :** Le marché des boissons lactées est en pleine croissance en Algérie et connaît une dynamique d'innovation en matière de formats et d'ingrédients.
- Le lait chocolaté domine le marché. Il constitue pour les consommateurs une alternative au lait pur.
- Les **laits aromatisés** constituent un autre produit largement commercialisé, avec des parfums variés (fraise, ananas, mangue, pêche, etc.).

2. Cet essor se remarque dans les trois continents de l'Afrique, de l'Asie et de l'Amérique latine. En Europe et en Amérique du Nord, l'évolution est à la baisse : aux États-Unis les ventes de lait blanc sont à leur niveau le plus bas depuis 30 ans, tandis que la consommation en Europe occidentale a diminué de 0,8% au cours des trois dernières années. Indice laitier TETRA-PACK, oct. 2014.

BILAN/DISPONIBILITÉ DU LAIT EN ALGÉRIE

a. Le bilan/disponibilité en volume laitier algérien se caractérise par deux sources d'approvisionnement **:**

- La production locale composée essentiellement du lait de vache (58%)[3]
- Les importations de la poudre de lait, du lait en poudre, de la MGLA (42%)

b. Une politique de soutien à la production nationale est entreprise depuis quelques années, portant essentiellement sur le soutien du prix du lait cru collecté par les laiteries.

c. Les importations sont assurées principalement par l'Office National Interprofessionnel du Lait (ONIL), organisme chargé de la gestion des stocks stratégiques de la poudre de lait, de la distribution aux laiteries conventionnées pour produire le lait subventionné et, jusqu'à 2016, de la gestion des primes de soutien du lait collecté.

d. Les importations d'autres produits et matières premières sont ouvertes aux opérateurs privés et leur distribution est libre.

e. L'industrie du lait et des produits laitiers a connu un essor exceptionnel en termes de capacités installées et de diversification de l'offre. De grandes entreprises se sont développées depuis les années 90, et des franchises internationales se sont installées, essentiellement dans les segments du lait en poudre et des produits laitiers.

f. Les disponibilités en lait de consommation sont très élevées, se situant à un niveau supérieur à celui des pays voisins. Cependant, le marché demeure fortement déficitaire.

ESTIMATION DE LA CONSOMMATION DU LAIT CONDITIONNÉ POUR 2015

Données en quantités

	En l/an/hab.	En million de l	Taux d'accroissement annuel
Lait en sachet	**66,1**	**2 642**	
Autres laits	**16,7**	**667**	
dont lait UHT	5,0	200	
dont lait en poudre	9,7	388	
Lait frais	**4,8**	**191**	
Lait acidulé (L'ben et lait caillé)	**2,0**	**79**	
Total	**87,6**	**3 501**	**2,12%**

Source : *Etabli par l'Etude CAP PME/APAB d'après l'enquête ONS et sources professionnelles*

3. Ces disponibilités sont utilisées pour différents emplois (consommation humaine, allaitement des veaux); les pertes tout au long de la chaîne de production-collecte-distribution sont aussi comprises dans les disponibilités.

Données en valeur (2015)

	En million de DA
Lait en sachet*	66 050
Lait UHT conditionné en brique	17 000
Lait en poudre	25 220
Lait frais	9 550
Lait acidulé (L'ben et lait caillé)	6 320
Total	**124 140**

**hors subvention*

Source : *op. cité*

NIVEAUX DE CONSOMMATION DES BOISSONS LACTÉES

Les ventes de boissons lactées (lait chocolaté, lait aromatisé, jus au lait et yaourt à boire) se situeraient pour 2015 à 45 millions de litres (source entreprise interviewée). La part du lait chocolaté et du lait aromatisé est de l'ordre de 60% (source entreprise).

Le lait aromatisé représenterait 14% des produits liquides UHT. Cette part était de 6% en 2012, selon l'indice TETRA-Pack.

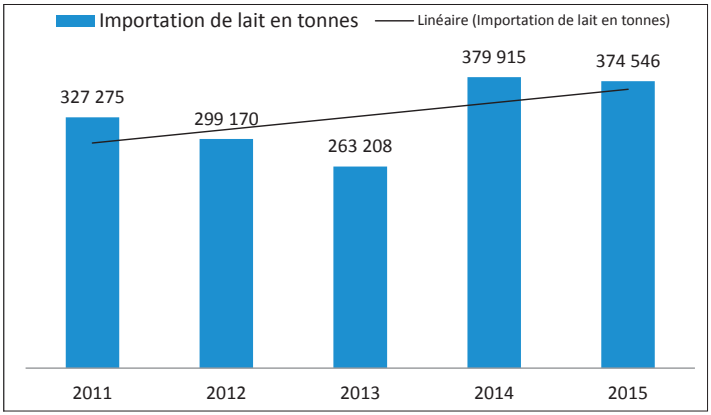
On pourrait ainsi situer la consommation du lait aromatisé à 0,6 l/an/hab. Si l'on rapporte le volume des ventes à la frange de population à pouvoir d'achat élevé (quintile, 5), la consommation par tête se situerait à 3,5 l/an/hab.

COMMERCE EXTÉRIEUR DES PRODUITS

IMPORTATIONS EN VOLUME

Le lait de consommation ou la poudre de lait pour la transformation issu des importations sous toutes formes (poudre de lait, lait en poudre) ont atteint plus de 370 000 tonnes en 2015.

En moyenne tendancielle, l'accroissement des importations a été de 6,3% par an.



STRUCTURE DES IMPORTATIONS PAR TYPE DE PRODUIT

La structure des importations est dominée par la poudre de lait et le lait en poudre. Mais d'autres segments, comme les crèmes de lait, progressent.

LIBELLE PRODUIT	Total en tonne
Crème de lait; teneur en matières grasses	34
Crème de lait	103
En poudre, en granulés ou sous d'autres formes solides, d'une teneur en poids de matières grasses <= 1,5%	140 103
Sans addition de sucre ou d'autres édulcorants (1)	227 670
Autres (1)	402
La matière grasse laitière anhydre (MGLA)	6 235
Total en tonne	**374 546**

BALANCE COMMERCIALE

La balance commerciale enregistre un déficit structurel. L'Algérie est importatrice nette.

- **Importations :** Les importations du lait sont en moyenne (2011-2015) de 107 Mds de DA, soit
- 1 070 millions $US. Les importations varient annuellement en fonction des volumes et des cours des produits.
- **Exportations :** Les exportations demeurent marginales et ne touchent que la Libye, et depuis 2016 la Mauritanie. Sur les trois dernières années, les exportations ont atteint à peine un total de 618 135 $US, avec une évolution sensible.

Ainsi, les exportations ne couvrent que 0,6% des importations.

RÉGLEMENTATION RÉGISSANT LE COMMERCE EXTÉRIEUR

- **L'ouverture du marché aux importations :** Environ une quinzaine d'importateurs privés opèrent dans l'importation du lait en poudre, en plus des fabricants qui importent leurs propres matières premières et les importateurs de produits laitiers. Cependant, l'Etat a confié à l'ONIL (office interprofessionnel du lait) l'importation du lait en poudre subventionné et la gestion du stockage stratégique. L'office réalise actuellement plus de 50% des importations de la poudre de lait.
- **Tarifs douaniers à l'importation :** Les tarifs douaniers sont restés inchangeables. Pour les produits de la sous-filière du lait conditionné et des boissons lactées, les tarifs se déclinent en deux paliers : le tarif à 5% pour les matières premières et le tarif à 30% pour les produits finis.
- **Mode de paiement des importations** : Une révision du mode de paiement est introduite par la Loi de Finances 2017 qui abroge l'article 69 de l'ordonnance n°09-01 du 22 juillet 2009, stipulant que «le paiement des importations s'effectue obligatoirement au moyen du seul crédit documentaire».

ANALYSE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE : SYNTHÈSE SUR LES PERFORMANCES DE L'INDUSTRIE

Les performances comparées font apparaître trois modèles économiques qui se distinguent :

- Un premier modèle à base de lait pasteurisé (PDL importée) qui est à faible rentabilité économique; les entreprises ne peuvent assurer leur équilibre financier que par le volume. Leur développement est problématique en dehors de la subvention d'exploitation de l'Etat.
- Le second modèle à base de produits plus élaborés (lait UHT et lait aromatisé) qui est à rentabilité satisfaisante et pouvant financer le développement. Là aussi, il s'agit d'une industrie de volume.
- Le troisième modèle s'apparente à une «niche» car le lait fabriqué est perçu comme un produit du terroir. La subvention de la collecte du lait cru joue un rôle d'équilibre.

	Segment LPC «public»	**Segment LPC «privé»**	**Segment lait cru**	**Segment lait UHT & lait aromatisé**
Taux de VA	18%	20%	40%	27%
Taux de marge opérationnel	10%	11%	7%	22%
Taux de rentabilité	5%	5%	3%	15%

La filière du lait conditionné et du lait aromatisé demeure beaucoup moins rentable que la branche des industries agroalimentaires. Même le segment du lait UHT accuse un déficit de rentabilité.

DES ENSEIGNEMENTS PEUVENT ÊTRE TIRÉS :

- Le système de prix du lait pasteurisé (LPC) tire la filière vers le bas. Avec de tels prix, l'activité n'est pas viable; elle ne tient que grâce aux subventions de la matière première. Pour les entreprises publiques, ce segment est important pour le maintien de l'activité. De par leur statut et surtout le soutien financier de l'Etat (crédits avantageux, assainissement financier), les entreprises continuent à activer.
- Pour des activités à faible valeur ajoutée, l'effet taille est essentiel. C'est par cet effet que les entreprises peuvent dégager des marges permettant l'équilibre financier.
- Cette situation est explicative des stratégies de diversification des laiteries. C'est par des produits plus élaborés que les laiteries peuvent assurer des marges suffisantes.

- Le règlement du prix (retour au prix du marché) peut permettre l'édification d'une industrie laitière pérenne.

ENVIRONNEMENT NATIONAL ET INTERNATIONAL

ENVIRONNEMENT NATIONAL

L'environnement national de l'industrie du lait conditionné est marqué par une intervention forte de l'Etat. La politique de l'Etat se manifeste en amont par la politique de soutien à la production du lait cru et à l'intégration, et en aval par le soutien du prix à la consommation.

Cette intervention a été structurante pour la filière. Elle a favorisé le développement de la consommation, encouragé la production agricole et la collecte, mais a constitué un handicap à la diversification des produits transformés.

ENVIRONNEMENT INTERNATIONAL

Le commerce international du lait et des produits laitiers a enregistré des fluctuations assez importantes ces dernières décennies, résultant des changements dans les politiques publiques des pays occidentaux et de leurs décisions de ne plus subventionner les produits de cette filière. Les négociations de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) ont évolué dans le sens de la libéralisation du commerce de toute intervention publique.

Ainsi, un changement structurel dans la composition des principaux exportateurs et importateurs a été opéré sur la scène internationale laitière suite à cette libéralisation sur le marché. Les volumes produits et échangés des produits largement subventionnés, comme le lait en poudre et le beurre, ont été largement affectés et ont témoigné des baisses considérables, alors que les produits à haute valeur ajoutée comme les fromages ou les laits fermentés ont été épargnés de ce changement structurel.

BENCHMARK INTERNATIONAL

Niveau et modèle de consommation

	Niveau de consommation	Taux de couverture de la demande domestique	Diversification «produits»	Politique de soutien
Tunisie	Disponibilités : 120 l/an/hab. Dont consommation de lait : 53,7 l/an/hab.	100%	Lait UHT Boissons lactées en augmentation	Politique de soutien Libéralisation des prix
Maroc	Disponibilités : 76 l/an/hab. .	En voie d'autonomie	Lait UHT Boissons lactées en augmentation	Idem
France	Consommation : 38 l/an/hab.		Niveau élevé pour la consommation des boissons lactées, avec diversification. Développement des formats nomades type «bouteille».	Politique de soutien par UE Prix des produits : libres.

Développement de l'offre et des technologies

Item	ALGERIE	Tendances mondiales
	OFFRE DE PRODUITS	
Lait conditionné	LPC, segment dominant le marché	Ce type de traitement du lait a tendance à disparaître, y compris dans les pays voisins
	Lait stérilisé UHT en brique	Très répandu Constitue la norme
Lait aromatisé et lait chocolaté	Produits innovants	Identique Multiplication des arômes
Jus au lait	Produits innovants	Identique

Item	ALGERIE	Tendances mondiales
	CONDITIONNEMENT	
Lait conditionné	Pochette en plastique pour le LPC Brique pour le lait UHT	Brique pour le lait UHT Bouteille en PET Bouteille en verre
Lait aromatisé et lait chocolaté	Brique	Identique
Jus au lait	PET	Identique
	TECHNOLOGIE	
Ensemble filière	Aux normes internationales utilisant des technologies modernes pour les grandes entreprises	Aux normes internationales avec des standards élevés de qualité de production et un très grand degré d'automatisation

PERFORMANCES ÉCONOMIQUES

Le Benchmark avec les pays du Maghreb (Tunisie, Maroc) présente un grand intérêt. Les trois pays du Maghreb avaient des filières très proches, marquées par une demande croissante et un déficit agricole pour le lait cru. Les trois pays avaient adopté pendant longtemps des politiques comparables (soutien à la consommation). Ces derniers ont cependant divergé dans les réformes de leur système économique. En Algérie, on s'est limité à l'ouverture de l'investissement au privé, tout en maintenant la politique de soutien à la consommation. Les deux autres pays maghrébins ont mené des réformes profondes en libéralisant le marché de la consommation afin de diminuer les importations de la poudre de lait. Le résultat a abouti à une totale couverture des besoins en Tunisie et à une large couverture pour le Maroc. Dans ces pays, l'industrie laitière a abandonné le lait pasteurisé pour adopter le lait stérilisé, conditionné en brique ou en bouteille PET. La conséquence est le relèvement des prix.

Autre fait remarquable : la restructuration des industries des deux pays voisins, avec le développement d'une structure concurrentielle de type oligopolistique ou quelques firmes de grande taille dominent le marché. La performance économique des entreprises y est par conséquent différente de l'industrie laitière algérienne.

Pour l'industrie des boissons lactées, les situations des trois pays sont comparables, avec une tendance à adopter les modèles en cours en Europe.

TABLEAU SWOT PAR FILIÈRE

	FORCES	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
		Lait conditionné		
Lait pasteurisé conditionné en sachet (LPC)	• Taille du marché Approvisionnement par l'ONIL • Coûts des inputs soutenus • Distribution : soutien des frais de transport Existence d'entreprises disposant de grandes capacités	• Faible qualité nutritionnelle du produit (teneur en MG) • Faible rentabilité en raison du gel des prix • Faible qualité des emballages entraînant des pertes tout au long de la chaîne • Absence d'innovation	• Taille et croissance du marché tirées par la démographie • Pyramide des âges favorable • Politique de soutien des prix de l'Etat • Politique fiscale avantageuse (pas de taxes).	• Dépendance aux fluctuations des marchés et aux fluctuations des cours mondiaux • Contraintes budgétaires de l'Etat pouvant entraîner des restrictions des quotas de matières premières • Faiblesse des prix n'encourageant pas l'intégration du lait local
Lait UHT conditionné en brique	• Croissance du marché Image du produit auprès des consommateurs • Bonne rentabilité • Qualité du produit et du conditionnement • Bonne maîtrise du marché par les firmes de renom • Diversification et innovation	• Coût relativement élevé du produit • Coût de l'emballage	• Marché porteur tiré par les couches de population à haut pouvoir d'achat • Barrières à l'entrée, élevées en raison du coût de l'investissement • Concentration de l'offre (forme d'oligopole)	• Concurrence du LPC (prix) • Dépendance aux marchés extérieurs (MP et emballage) • Fluctuation des prix de la matière première et de l'emballage • Faible qualité du lait local collecté
Lait frais conditionné	• Image du produit auprès des consommateurs • Qualité des produits (riches en MG) • Produit de niche • Tissu des PME étendu sur le territoire	• Faible qualité du conditionnement (sachet)	• Développement de la production locale • Politique publique de soutien de la production et de l'intégration • Existence de niches pour le produit du terroir	• Faible qualité bactériologique • Faible teneur en MG • Concurrence par les prix du LPC

	FORCES	FAIBLESSES	OPPORTUNITES	MENACES
		Boissons lactées		
Lait chocolaté	• Qualité du produit • Qualité du conditionnement • Maîtrise du marché par des entreprises de renom • Politique de promotion du produit • Produit innovant	• Coût relativement élevé du produit • Coût de l'emballage	• Marché porteur tiré par la pyramide des âges et le pouvoir d'achat d'une partie de la population • Barrières à l'entrée, élevées en raison du coût de l'investissement • Concentration de l'offre (marché oligopolistique)	• Même menaces que pour le lait UHT • Pratiques de concurrence déloyale (imitation, triche sur la qualité des ingrédients).
Lait aromatisé	• Qualité du produit • Qualité du conditionnement • Maîtrise du marché par des entreprises de renom • Politique de promotion du produit • Produit innovant • Diversification par les arômes	• Coût relativement élevé du produit • Coût de l'emballage	• Marché porteur tiré par la pyramide des âges et le pouvoir d'achat d'une partie de la population • Barrières à l'entrée, élevées en raison du coût de l'investissement • Concentration de l'offre (marché oligopolis-tique)	• Même menaces que pour le lait UHT • Pratiques de concurrence déloyale (imitation, triche sur la qualité des ingrédients).
Jus au lait	• Conditionnement en verre • Qualité des produits, portée par le jus de fruits	• Risque de confusion avec les jus de fruits (problème de différenciation) • Faible promotion du produit	• Image du jus de fruits chez le consommateur • Existence d'une niche de marché (cafés, etc.)	• Concurrence du jus et du lait aromatisé
		Lait acidulé		
L'ben	• Complémentarité technologique avec le lait pasteurisé • Qualité du produit et du conditionnement • Innovation (l'ben au bifidus) • Différenciation (PDL, lait cru)	• Néant	• Traditions culinaires • Saisonnalité favorable (en été et au Ramadhan) • Coût relatif en tant que substitut à l'assaisonnement du couscous et autre	• Néant
Raïb	Idem	Idem	Idem	Idem

ANALYSE PAR LE MODÈLE DE M. PORTER

Structure, stratégie et rivalité entre les entreprises

Actuellement, le marché est segmenté avec des structures concurrentielles propres :

- Dans le segment du lait pasteurisé conditionné (LPC) **:** Le marché est dominé par les entreprises publiques qui disposent de grandes capacités et sont soumises aux orientations des pouvoirs publics de satisfaire les besoins des consommateurs.
- Dans le segment du lait UHT : Le marché s'apparente à un oligopole composé de quelques grandes entreprises privées. Le coût relativement élevé de l'investissement devrait renforcer ce positionnement et le marché demeurerait relativement concentré. Il y a lieu de rappeler que l'entreprise TCHIN LAIT et sa marque Candia a servi de pionnier et d'aiguillon à d'autres entreprises qui se développent par imitation du produit et du packaging.
- Dans le segment du lait frais **:** La structure concurrentielle est éclatée avec de nombreuses PME qui activent dans le marché. Ces entreprises se positionnent par leur localisation dans des bassins laitiers. Cependant, ce positionnement est fragile en raison de la concurrence que ces entreprises subissent au niveau de la collecte du lait cru, par les grandes entreprises qui disposent de moyens financiers importants et activant dans les segments des produits laitiers à plus grande valeur ajoutée (yaourt, crèmes fraîches, fromages).
- Dans le segment des boissons lactées : Le marché s'apparente à celui du lait UHT.
- Dans un tel contexte, l'industrie du lait conditionné est appelée à se restructurer, à l'instar de ce qui s'est fait en Tunisie et en voie d'être réalisé au Maroc. Le lait LPC peut être considéré comme «archaïque» : il n'est pas adapté aux conditions de transport et de conservation, mais il est surtout source de perte et la subvention de la matière première peut donner lieu à un détournement d'usage et des fuites aux frontières.

L'autre fait qui devrait inciter à la restructuration de l'industrie du lait est la prolifération des laiteries, rendue possible par les aides publiques à l'investissement (des laiteries à la ferme devenues des unités fonctionnant à la poudre de lait). La politique des quotas de poudre a permis de maintenir ces laiteries en activité, mais l'évolution du marché entraînerait fatalement une certaine concentration de l'industrie.

Déterminant de la demande

Le potentiel de croissance du marché national est contrasté. Il dégage quatre perspectives possibles :

- Une évolution incertaine pour le lait pasteurisé conditionné en sachet, en raison de la volonté des pouvoirs publics de réformer le dispositif de soutien (soutien aux revenus des couches défavorisées en remplacement du soutien du prix) et des restrictions budgétaires liées à la crise des finances publiques.
- Un marché du lait UHT en forte croissance, car tiré par la catégorie des consommateurs à revenu intermédiaire et élevé (les quintiles 4 et 5, qui doivent correspondre à 20% de la population).

- Un marché du lait frais, bien que limité, jouit de l'image d'un produit du terroir; ce marché demeurera une «niche» devant continuer à pénétrer le marché.
- Un marché innovant des boissons lactées, appelé à se développer car porté par la catégorie de population à haut pouvoir d'achat (au même titre que le lait UHT).

En conséquence, le déterminant de la demande devrait inciter :

- Les entreprises industrielles à se développer sur les segments à fort potentiel de croissance et à forte valeur ajoutée (lait UHT, lait frais, boissons lactées).
- Les pouvoirs publics à entamer la réforme de la politique de soutien des prix du lait LPC. Un prix du marché créerait de meilleures conditions au développement de la production locale en lui offrant des débouchés rémunérateurs.

Pouvoir de négociation des fournisseurs

Fournisseurs de la poudre de lait

Dans ce chapitre nous distinguons deux types de fournisseurs **:**

- le fournisseur public ONIL, à travers sa filiale MILK TRADE, fournisseur exclusif de la PDL à un prix administré par les pouvoirs publics et donc à l'abri des fluctuations du marché international
- les fournisseurs privés, disposant de centrales d'approvisionnement alimentant d'autres intervenants à des prix libres et donc soumis aux flottements des cours sur le marché international.

A ce titre, il est intéressant dans cette conjoncture que l'ONIL puisse continuer à assurer sa mission de régulateur du marché du LPC et de stabilisateur des prix du lait.

Eleveurs-collecteurs

Un rôle effacé des chambres d'agriculture de wilayas dans l'accompagnement des éleveurs. Ces derniers sont face à une articulation insuffisante avec les laiteries où le prix garanti du lait cru stable est largement inférieur à des coûts de production réels et continuellement croissants, ce qui explique en grande partie la préférence des éleveurs pour un écoulement de leur production par les circuits directs. La prolifération de réseaux de collecteurs non raisonnés (trop grand nombre de petits collecteurs qui, souvent, travaillent au profit du circuit de l'autoconsommation). Le statut actuellement défini pour les coopératives d'élevage et les associations professionnelles n'incite pas à la création d'organisations techniciennes aptes à cadrer la production d'un lait de qualité.

A ce titre, il est d'intérêt de la profession de :

- Promouvoir les formes de partenariat public/privé et privé/privé pour créer une dynamique de changement dans le modèle de consommation du lait; celui-ci participerait au remplacement progressif du lait en poudre par le lait cru;

- d'encourager un partenariat technique et scientifique (instituts et fermes pilotes) en vue d'assurer des programmes d'appui technique et d'accompagnement des éleveurs bovins laitiers par des réseaux performants qui viseraient l'amélioration et l'augmentation des volumes de laits usinables.

Dispositif de soutien en vue d'accroître la production

En plus des quatre dispositifs d'encadrement financier existants à travers le territoire national, nous notons des dispositions récentes de :

- Revalorisation du prix de référence actuel du lait cru (2 DA): prix de référence moyen actuel de 34 DA à 36 DA. Cette augmentation de deux (2) DA sera à la charge des laiteries;
- Prime sanitaire (2 DA) : conditionnée à l'instauration de l'agrément sanitaire qui vise à garantir la qualité du lait collecté et l'augmentation de sa production, en améliorant la productivité du cheptel bovin laitier;
- Décentralisation au niveau des wilayas du dispositif de soutien du lait cru (à compter du mois d'avril 2016).

Ces mesures en aval permettront à moyen terme de :

- Promouvoir l'intégration de la production locale du lait cru par l'élargissement de son marché aux produits laitiers dérivés (0% poudre de lait pour les produits dérivés à l'horizon 2020);
- Maîtriser les éléments d'une qualité irréprochable du lait cru local;
- Rationalisation des importations et de la distribution de la poudre de lait (intervention intelligente de l'ONIL sur le marché extérieur);
- Régulation de la distribution du lait en sachet, développement des segments de lait cru en UHT et le séchage;
- Parachever la structuration interprofessionnelle de la filière lait, inciter la concertation et la codification des rapports.

Industries en amont et apparentées

Les industries situées en amont des activités apparentées jouent un rôle important dans la compétitivité de l'industrie laitière et ont été à l'origine de son développement. Le conditionnement est «le contenant issu de technologies de plus en plus élaborées qui protège, transporte, met en valeur et favorise la vente du produit». L'autre élément est le poids de l'emballage par rapport au poids du produit qui peut le rendre plus ou moins pondéreux.

Le secteur de l'emballage est de plus en plus perçu par les industriels algériens comme un élément essentiel de l'attractivité de leurs produits, en particulier sur le marché local. Le marché national, à l'image de celui des pays voisins, est structurellement importateur en matières premières destinées à la fabrication des emballages.

PERSPECTIVES DE L'INDUSTRIE DU LAIT CONDITIONNÉ ET DES BOISSONS LACTÉES

POTENTIEL ET PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DU MARCHÉ

Les perspectives pour les années à venir, notamment pour le moyen terme, posent des questionnements quant à la situation économique du pays et les inflexions qui pourraient être données à la politique de soutien à la consommation et à la production.

Aussi, les perspectives ne peuvent être envisagées qu'en termes de tendances. Cinq tendances peuvent être dégagées :

- La consommation de lait devra se poursuivre, en raison de la place qu'assure le produit dans le modèle de consommation des Algériens, de l'accroissement démographique et de l'urbanisation.
- La consommation du lait pasteurisé conditionné en sachet (LPC) demeurera mais va en diminuant, si l'on se base sur la contrainte budgétaire de l'Etat. Même si la doctrine du maintien de la subvention est retenue, les restrictions budgétaires se traduiront par moins de lait subventionné mis sur le marché.
- Un changement dans la politique de subvention pourrait intervenir, selon les déclarations du gouvernement. Il s'agit de remplacer le mécanisme de soutien du prix du lait en sachet par une subvention des revenus des ménages qui sont en deçà d'un certain seuil. Une telle politique se traduira par une baisse substantielle du lait conditionné en sachet au profit des autres formes de lait (lait en poudre et lait UHT).
- Le lait UHT conditionné en brique poursuivra sa progression dans tous les cas de figure. Ce produit qui a fait preuve d'un taux de pénétration exceptionnel devra poursuivre sa progression en raison de la qualité des produits et de l'existence d'une couche de population à pouvoir d'achat élevé (celle correspondant au quintile 5 décrit par les enquêtes de consommation).
- La consommation des boissons lactées devra suivre la tendance constatée dans les pays du Nord (poursuite de la pénétration sur le marché et diversification des arômes). Les nouveaux modes de consommation des populations urbaines, et notamment des jeunes, sont un facteur stimulant le marché de ces produits.

PERSPECTIVES DE L'INDUSTRIE DU LAIT CONDITIONNÉ ET DES BOISSONS LACTÉES

a. La concentration et la consolidation attendues

La restructuration de l'industrie dépend de son contexte concurrentiel et de l'impact des politiques publiques. Le contexte concurrentiel demeure ouvert mais avec une intensité plus ou moins forte selon les segments. On y remarque ainsi :

- Marché régulé pour le LPC (système de quota de la poudre de lait, système de zoning pour la distribution);
- Structure concurrentielle ouverte dans le segment du lait UHT et des boissons lactées, avec la présence de quelques entreprises de grande taille.

La politique publique marquée par le soutien du prix du LPC est peu favorable à des restructurations par le marché. En effet, la politique des quotas de poudre de lait permet le maintien de laiteries de faibles performances économiques.

Dans ce contexte, on devrait s'attendre à un maintien de cette structure concurrentielle, du moins dans le moyen terme. Mais la tendance à l'augmentation de la taille et à la diversification des produits devrait s'affirmer.

b. Conséquences des accords d'association

Les accords d'association avec l'UE et la zone de libre-échange arabe constituent un facteur porteur d'avenir dans la mesure où il peut influer le contexte concurrentiel de l'industrie nationale. Ces accords sont actuellement perçus par les industriels algériens plutôt comme une menace. On évoque pour cela le déséquilibre de la balance commerciale et la très faible évolution des exportations hors hydrocarbures.

L'appréciation est à nuancer pour le secteur du lait. L'analyse du commerce extérieur du secteur a montré que les importations sont surtout le fait des matières premières.

Caractéristiques des entreprises qui se maintiendront

A long terme, les entreprises qui se maintiendront en activité sont celles qui auront la maîtrise des facteurs-clés de succès. Parmi ces facteurs, citons la maîtrise des coûts, le respect de la qualité et le développement de la chaîne logistique. La diversification constitue un autre sentier d'expansion des entreprises.

Le profil des entreprises qui se développeront dans le futur sont :

- Les entreprises de grande taille et/ou à gamme diversifiée;
- Les franchises internationales, de part leur capacité d'innovation et leur politique marketing.

c. Amélioration de la valeur ajoutée

L'amélioration de la valeur ajoutée est difficile à réaliser dans le contexte actuel marqué par le prix subventionné du LPC. L'amélioration des marges des entreprises ne peut être réalisée que par une baisse des charges de structure et par conséquent l'augmentation de la taille.

d. Nouveaux investissements prévus

L'investissement productif est une réalité constatée chez toutes les grandes entreprises. Il concerne :

- La mise à niveau technologique,
- L'extension de capacité,
- L'innovation produits et conditionnement,
- La logistique de distribution.

e. Innovation produit, packaging

L'innovation est une pratique dans le secteur. Elle concerne le produit (lait UHT et boissons lactées) et le conditionnement. Les entreprises innovent pour suivre les tendances en cours en Europe ou pour imiter les concurrents biens positionnés sur le marché.

f. Pratique de la logistique de distribution

La logistique de distribution est essentielle pour l'approvisionnement des marchés**.** Les entreprises sont souvent obligées de développer leur propre logistique. Cette pratique devrait s'accentuer à cause du développement de la grande distribution et des centrales d'achat qui émergent. Pour les grandes entreprises, la pratique de développement de logistique propre (transport, entrepôts frigorifiques) devrait se poursuivre. Une pratique de distribution propre est constatée; elle se fait via une société spécialisée dans la distribution des produits de l'entreprise.

RECOMMANDATIONS

1. RENFORCEMENT DE L'ENCADREMENT DE LA FILIÈRE

Mettre en place, par le biais d'«*assises sur le lait*», une stratégie de coopération (qui implique l'ensemble des acteurs de la filière) et de maîtrise de l'offre permettant d'atteindre, à moyen terme, une couverture totale des besoins en lait par la production locale (qui participe à la diminution des importations) et réussir une intégration articulée de toute la filière dans un marché formel organisé. L'appui constant des pouvoirs publics ainsi qu'une cohérence des mesures d'accompagnement avec les actions à mettre en œuvre sont indispensables.

Une politique laitière élargie à la concertation de tous les acteurs économiques de la filière permettra de réajuster le fonctionnement de la filière et de situer les enjeux notamment macroéconomiques avec identification des contraintes interdépendantes afin de les lever à court et moyen terme. Cela permettra de développer les métiers liés au lait et étendre la *contractualisation* à tous les niveaux des intervenants.

2. OPTIMISATION DE LA PRODUCTION DU LAIT CRU

Inciter à l'intégration de l'amont (gisement de la matière première) qui présente une faible productivité et une atomisation des distributeurs.

Encourager des missions d'appui en termes d'organisation de la production et de la maîtrise des processus d'ordonnancement et de gestion des stocks génétiques pour accroître la productivité. De manière plus générale, encourager les PME qui appuient les élevages par l'élaboration et la mise en place de préprogrammes d'appui en collaboration avec l'interprofession, et arriver au *soutien de la vache productrice* de lait.

3. RENFORCEMENT DU CONTRÔLE DE LA QUALITÉ BACTÉRIOLOGIQUE

Imaginer les relais indispensables (laboratoires mobiles, trousses, etc.) à la mesure de la qualité et aux contrôles bactériologiques des laits, afin de réduire les refus qui sont en fait des pertes pour l'usine. Les paramètres physico-chimiques et bactériologiques du lait sont d'une grande importance dans l'appréciation de la qualité du lait cru et des produits laitiers à la consommation ultime en produits finis. Participer à la rénovation programmatique des instituts en charge de la filière (ITELV, INMV, CNIAAG).

Cela permettra l'exercice du contrôle de manière plus qualitative et efficace pour un meilleur jeu de la concurrence en aboutissant à la pénalisation de certaines équivoques persistantes et entretenues. L'élimination de cette concurrence déloyale permettra de revaloriser les produits.

4. SOUTIEN A LA MISE EN CONFORMITÉ AUX NORMES

Soutenir par des programmes désintéressés les laiteries responsables des actions de collecte de lait cru. Les aider à accéder aux normes et standards internationaux doit être envisagé pour constituer des plus-values aux laits conditionnés et produits lactés. A ce titre, le Plan National de Mise à Niveau peut constituer un outil ad hoc.

Au niveau international, la tendance dans l'industrie laitière est la mise en conformité aux normes ISO 22000 qui intègre l'ISO 9001, l'ISO 14000 et la méthode HACCP.

5. ENCOURAGEMENT AU DÉVELOPPEMENT DES CENTRALES LAITIÈRES

Permettre aux coopératives ou aux groupements des producteurs et aux industriels de mettre en œuvre des stratégies d'intégration et de contractualisation (collecte, transformation et commercialisation) en faveur de l'interconnexion Amont-Aval. Appuyer les laiteries performantes qui souhaitent s'ériger en centrales laitières et les doter de systèmes automatisés et intégrés pour la gestion des flux laitiers issus de la traite (renforcement des mécanismes du contrôle laitier). Cela permettra une meilleure traçabilité du lait collecté à la ferme et acheminé vers l'industrie de la transformation à la base des produits lactés consommés.

6. RENFORCEMENT DES ACTIVITÉS DU CTIAA

Le CTIAA devrait constituer un outil qui permettra aux acteurs de la filière l'accès à des ressources immatérielles spécifiques et à moindre coût et à l'échange d'informations. Le centre technique devra être une interface entre les acteurs de l'amont et de l'aval et les prestataires de services et le consommateur. Il apportera des prestations directement aux usagers.

Le volet technologique est à privilégier dans le domaine d'un produit qui demeure sensible, nécessitant des contrôles de qualité continus ainsi que l'optimisation de l'outil de production.

7. AIDES DE L'ÉTAT

Les aides de l'Etat indispensables au dispositif de la production du lait cru doivent être repensées et maintenues comme un grand apport pour le développement de la filière laitière.

Inventorier et faciliter les activités concourantes à l'amélioration de la productivité et à l'augmentation des rendements laitiers par des exonérations fiscales (code des impôts directs et taxes assimilées).

Des aides complémentaires au dispositif existant seraient d'un grand apport pour le développement de la filière.

- Protection de la santé et de l'environnement :

  - Exonération fiscale de toutes les actions visant à l'obtention des diverses certifications qualité et autre dispositif, comme le HACCP, devenue une obligation réglementaire;
  - Exonération fiscale de toutes les actions de traitement des déchets.

- Développer le dispositif d'appui à l'exportation : le dispositif prévu par le FSPE (Fonds spécial pour la promotion des exportations, ministère du Commerce) constitue une bonne démarche qui demande plus de rapidité dans sa mise en œuvre. Il en est de même du cadre incitatif aux exportations qui prévoit notamment des exonérations fiscales.

8. DÉVELOPPEMENT DES PRODUITS COMPÉTITIFS A L'ÉTRANGER

Les exportations des produits de la filière demeurent limitées en raison des contraintes liées au transport de produits ultrafrais. La levée de la contrainte ouvrirait au produit algérien les marchés des pays lointains et notamment africains.

9. RÉVISION DE LA POLITIQUE DE RÉGULATION DU MARCHE

La politique de régulation du marché du lait conditionné a entraîné un dualisme du marché : le marché du lait subventionné (LPC) et le marché libre pour les autres laits et les produits laitiers. Une telle politique a créé un contexte peu favorable au développement de la filière. Les prix du marché «régulés» sont peu rémunérateurs et ne peuvent favoriser la modernisation de l'outil de production ni la diversification des produits (conditionnement). En outre, ils ne rémunèrent pas suffisamment la production agricole.

Une révision du mode de régulation du marché est vivement recommandée : remplacer la subvention du prix par une subvention ciblée des revenus et libéralisation des prix de vente du lait, avec un renforcement du contrôle de la qualité du lait mis sur le marché.

L'exemple des pays voisins est édifiant quant à la possibilité du développement de la transformation industrielle et de l'intégration du lait local.

CAP-PME
CAPITALISATION DES ACQUIS DES PROGRAMMES
ALGÉRIE / UE – PME I / PME II

Cap-PME — Capitalisation des Acquis des Programmes Algérie/ UE PME I/ PME II
12, rue Larbi Ben M'Hidi, Rostomia - Dely Ibrahim - Alger 16011.
Tél./ Fax : +213 (0)21 93 66 86 - E-mail : contact@cap-pme.dz - www.cap-pme.dz

جمعيـــة المنتجـــين الجـزائـرين للمشروبـات
ASSOCIATION DES PRODUCTEURS ALGÉRIENS DE BOISSONS

Résidence du 21ème siècle - Ain Allah - Bt 3, Appt 01 - Dely Brahim - Alger
Tél.: +213 (0) 21 37 51 43 - Fax: +213 (0) 21 37 51 43 - E-mail : contac@apab-algerie.org
www.apab-algerie.org

Ministère de l'Industrie et des Mines
Délégation de l'Union européenne en Algérie