Revue Ezzaitouna 16 (1), 2020

PROCEDES TRADITIONNELS DE PRODUCTION DE L'HUILE D'OLIVE DANS LES ILES DE KERKENNAH (TUNISIE) : DEFIS ET OPPORTUNITES

Saida Elfkih[1], Nedia Dziri[2]

Résumé

Les îles de Kerkennah possèdent un patrimoine naturel assez riche caractérisé par une grande diversité écologique et par un savoir-faire local important. Le secteur huile d'olive est un secteur assez important dans l'économie familiale au niveau des îles, où les femmes jouent un rôle fondamental, notamment dans la transformation et la valorisation de ce produit à travers des procédés traditionnels de transformation. Dans cette perspective, les signes de qualité notamment les STG (Spécialité traditionnelle garantie) peuvent être une opportunité à saisir associés à l'ancrage historique et aux pratiques existantes localement, visant à protéger les savoir-faire traditionnels accumulés. Dans ce contexte cette étude a pour objectif de mettre l'accent sur l'importance des huiles issues des procédés traditionnels de transformation (huiles d'olive Ajmi et Ndhouh) et le rôle des femmes rurales en tant qu'acteur principal dans l'économie familiale et le développement territorial. En effet, une étude filière a eu lieu afin d'analyser les trois maillons de la chaîne de valeur: production, transformation et commercialisation. Pour répondre à cet objectif, deux enquêtes (enquête d'agriculture et enquête de transformation et de commercialisation) ont été réalisées avec un échantillon de 30 femmes de la zone. Les résultats montrent que la filière de l'huile d'olive issue des procédés traditionnels, présente des limites. Il s'agit d'une activité économique informelle et à petite échelle, caractérisée par la fluctuation des prix et par l'absence d'une structure d'appui et des coopératives qui organisent et encadrent les agriculteurs. D'autre part, malgré les faibles quantités produites, les huiles issues de procédés traditionnels de transformation bénéficient d'une notoriété locale indéniable tout en dégageant des marges de bénéfices assez importantes, ce qui représente une opportunité à saisir.

Mots Clés: Iles de Kerkennah, Huile d'olive Ajmi et Ndhouh, économie familiale, femme, chaîne de valeur.

Abstract

The islands of Kerkennah have a rich natural heritage characterized by great ecological diversity and significant local know-how. In this way, the olive oil is an important sector in the family economy at the island level, where women play a

[1.] Institut de l'Olivier, IRESA, Université de Sfax
[2.] l'INAT

fundamental role, particularly in the transformation and promotion of this product issued from traditional processing methods. In this perspective, the signs of quality, in particular STG (Traditional Specialty Guaranteed) can be an opportunity to be seized associated with the historical origins and local existing practices, aimed at protecting the accumulated traditional know-how. In this context, this study aims to emphasize the importance of oils resulting from traditional transformation processes (Ajmi and Ndhouh olive oils) and the role of rural women as a main actor in the family economy and territorial development. Indeed, a value chain analysis was carried out in order to analyze its three main components: production, transformation process and marketing. To meet this objective, two surveys (agricultural survey and "transformation process and marketing" survey) were carried out with a sample of 30 women from the study area. Results show that the olive oil sector has several limits. It is an informal and small-scale economic activity characterized by fluctuating prices and the lack of a support structure and cooperatives which can organize and supervise farmers. On the other hand, despite the small quantities produced, oils from traditional transformation processes enjoy undeniable local notoriety while generating large profit margins, which represents an opportunity to be taken advantage of.

Keywords: Kerkennah Islands, Ajmi and Ndhouh olive oil, family economy, woman, value chain.

I. Introduction

Grâce à leur qualité exceptionnelle et réputation locale, les produits d'origine bénéficient d'une notoriété locale indéniable. Ceci leur fait gagner des marchés en dehors de leurs régions d'origine, notamment en ville où les consommateurs urbains en plus de chercher à consommer des produits sains et de qualité; souhaitent renouer avec leurs racines rurales. Certes, derrière un produit issu d'un procédé traditionnel, c'est toute une richesse culturelle qui s'exprime. Pour valoriser ces produits, les signes distinctifs de la qualité peuvent représenter une bonne alternative. Dans cette perspective, les signes de qualité sont souvent associés à l'ancrage historique et aux pratiques existantes localement, visant aussi bien la protection de l'origine géographique d'un produit sur les marchés que de protéger les savoir-faire traditionnels accumulés. Il s'agit d'une véritable opportunité offerte aux producteurs de zones rurales pour valoriser ces savoir-faire traditionnels locaux dans un monde globalisé où la compétitivité passera essentiellement par la différentiation du produit. Dans ce contexte, les femmes rurales jouent un rôle très important. Elles participent aussi bien dans les activités agricoles que dans la transformation des produits viviers. Les procédés utilisés sont hérités de siècles de traditions et se sont appliqués à respecter le comportement des produits au cours des phases de transformation. Cela a conduit à des technologies irréprochables, parfaitement stabilisées et maîtrisées, qui ont servi pour la conception des procédés industriels les plus modernes.

En Tunisie, bien que le secteur oléicole a subit une grande modernisation qui a touché tous ses maillons notamment la transformation, les méthodes d'extraction de l'huile d'olive par des procédés traditionnels sont rares mais persistent encore. Généralement ce procédé traditionnel d'extraction est réalisé par des femmes rurales dans leurs foyers. Les femmes procèdent au broyage par meule de pierre dure des olives, et à malaxer la pâte obtenue afin de faire éclater les vacuoles qui sont les cellules de graisse de la pulpe. Cette méthode est héritée par ces femmes de siècle de traditions et elle est appliquée d'une manière à respecter le comportement de l'olivier. En effet, ce système d'extraction à froid là où les risques de surchauffe sont inexistants représente un système très favorable pour l'extraction des huiles d'olives de très bonne qualité. Ce procédé dégage une huile très appréciée par les Tunisiens dont les nominations sont multiples (Ajmi, Ndhouh, Tfouh) où toutes sont valables et correspondent à différentes phases de la transformation. Cette méthode d'extraction de plus en plus rare, persiste encore dans quelques zones rurales de la Tunisie constituant ainsi un part de revenu pour les respectives familles. L'encadrement et la valorisation à travers des signes de qualité de ces produits peuvent représenter une opportunité pour ces femmes dans la préservation de ces savoirs faires et dans l'amélioration de leur contribution dans le revenu de leur ménages et au développement local.

En définitive, procédés traditionnels de production, femme et zones rurales sont trois éléments essentiels où de leurs conjugaison réside la clé pour un développement durable basé sur une économie équitable, une agriculture viable et une société équilibrée. En Tunisie, le secteur oléicole reste toujours synonyme d'histoire, de tradition, de savoir faire et de culture. C'est vrai que les signes de qualité n'ont pas évolué dans ce secteur mais beaucoup de potentiel peut être valorisé dans ce contexte, à savoir l'huile d'olive extraite à la manière traditionnelle. Une étude de cette filière semble nécessaire afin de mettre en exergue l'importance socio-économique de ce créneau et l'opportunité que peut représenter pour les femmes productrices.

En Tunisie, plusieurs études ont été conduites afin d'analyser les filières agroalimentaires du pays dont notamment (Fernandez et al., 2020 ; Jckson et al., 2015 ; Ben Abdallah et al., 2014 ; Elfkih et Karray, 2012 ; Chebil, 2011 ; Riahi et Amri, 2006 ; Khamassi-El Efrit *et al*., 2001a; Khamassi-El Efrit *et al*., 2001b) qui ont fait l'état des lieux des secteurs suivants: l'huile d'olive, l'olive de table, le lait, les fruits et les légumes adoptant la chaîne de valeur comme méthodologie globale et intégrante.

Dans le présent travail, une analyse filière sera entreprise afin d'établir une démarche claire et facile à appliquer afin d'étudier la filière huile d'olive issue des procédés traditionnels tout en aboutissant à une décomposition de la chaîne de valeur étudiant les possibles alternatives de valorisation afin d'améliorer la situation des femmes productrices.

II. Matériels et méthodes

Afin de répondre aux objectifs de cette recherche, une étude socio-économique a eu lieu. Cette étude reposera sur une analyse filière et concernera la zone des îles de Kerkennah particulièrement un échantillon de femmes productrices.

1. Description de la zone d'étude

La zone d'étude correspond aux îles de Kerkennah situées géographiquement à l'Est de la côte Sfaxienne au centre-sud de la Tunisie. Elles s'étalent sur une longueur d'environ 42 km et couvrent une superficie totale de 145 km^2. Elles comptent 14 îles et îlots dont les deux plus grandes sont l'île de Gharbi ou Mellita et l'île Chargui. Il fait partie d'une zone bioclimatique méditerranéenne aride, sous étage supérieur.

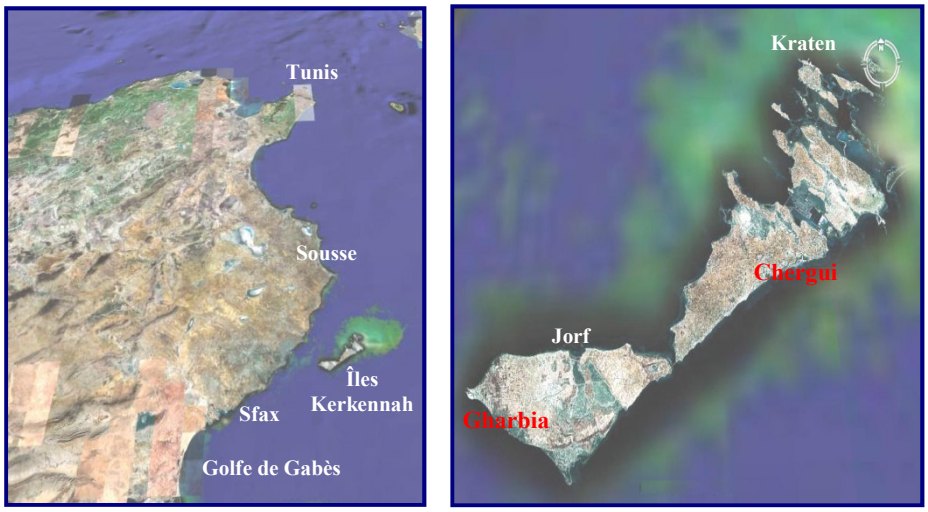


Figure 1: localisation des îles Kerkennah (Source: Image satellite du google Earth)

Les îles Kerkennah ont resté relativement à l'abri de l'urbanisation rampante. Elles présentent des caractéristiques biologiques extrêmement rares et une exceptionnelle richesse écologique. Elles recèlent depuis très longtemps un patrimoine riche en ressources naturelles, notamment en espèces végétales cultivées, ainsi qu'un savoir faire local pour la mise en valeur de cette richesse, surtout en matière de conservation, de transformation et de valorisation des produits et des sous-produits. En dépit des contraintes du milieu naturel, l'agriculture à Kerkennah demeure une activité importante ; elle constitue le deuxième secteur économique des îles après la pêche. Les femmes jouent un rôle très important dans le secteur agricole, puisque la plupart des hommes travaille dans la pêche. Il s'agit surtout d'une agriculture traditionnelle principalement tournée vers l'autoconsommation et l'approvisionnement locale.

2. Echantillon

Comme déjà mentionné, les femmes dans les îles de Kerkennah jouent un rôle très important dans l'agriculture et dans la transformation des produits agricoles. C'est pour cette raison que les enquêtes ont été orientées vers les femmes agriculteurs. Un échantillon de 30 femmes a été choisi. Ce choix ainsi que la réalisation des enquêtes étaient élaborés en collaboration avec les responsables du centre de vulgarisation agricole de la région. L'échantillon des femmes agriculteurs-transformatrices est réparti entre les différentes Imadats[1] de l'île de Kerkennah.

3. Etude socio-économique

3.1. Analyse filière

Une analyse de la filière huile d'olive obtenue à travers des procédés traditionnels a eu lieu, tout en délimitant ses différents maillons et étudiant les interrelations existantes entre les différents acteurs. Le concept de filière a été conçu par Goldberg et David (1957) appliquée au blé, au soja, et aux oranges (Goldberg, 1968). Selon FRAVAK (2000) et Montigaut (1992), la filière « est une chaine constitué par des maillons d'activités et chaque maillon comporte des agents économiques. Elle retrace d'abord la succession des opérations qui, partant en amont du produit, aboutit en aval, après plusieurs stades de transfert dans le temps, l'espace et la forme, à un produit fini au niveau du consommateur ».

Quatre étapes de l'analyse filière peuvent être identifiées (Kinha *et al*., 2009).): **(i)** la délimitation de la filière qui consiste à définir l'objet d'étude et à en tracer les principaux contours de la filière; **(ii)** l'analyse de l'organisation de la filière qui retrace les relations entre acteurs et les règles qui régissent ces relations **(iii)** la typologie des acteurs qui a pour objectif de comprendre le profil des différents types d'acteurs de la filière; **(iv)** l'analyse comptable qui étudie les différents niveaux de coûts et prix dans la filière, ainsi que les marges et les profits des acteurs aux différents stades du produit.

3.2. Enquête : rubrique et paramètres à calculer

L'enquête se compose de deux parties : une partie qui concerne le maillon agriculture et une autre qui concerne la transformation et la commercialisation du produit. Les enquêtes ont été réalisées pendant les deux mois de Février et Mars 2013.

Partie 1. Enquête de l'agriculture

i) Première rubrique : description de l'exploitant (âge, niveau d'instruction, expérience professionnelle, activités agricoles)

[1] Une Imadat, c'est une petite division administrative dans une zone, dans les îles de Kerkennah, il y a 14 Imadats.

ii) Situation financière de l'exploitation : superficie agricole utile, la superficie des cultures, nombre de pieds, densité des plantations, élevage, les différentes pratiques agricoles.

iii) La troisième rubrique sera réservée aux données économiques de production: les prix de vente, les coûts variables (utilisation d'engrais, mains d'œuvre occasionnelles, irrigation, traitement phytosanitaire…)

Partie 2. Enquête de transformation et de commercialisation

i) Première rubrique : la production, les quantités transformées, les produits élaborés, les prix d'achat et les charges de production.

ii) Deuxième rubrique : la commercialisation des produits : prix de vente, modes de fixation des prix, la distribution et circuits de commercialisation.

iii) Troisième rubrique : information financière (Source de financement, assurance…)

iv) Quatrième rubrique : Réflexions générales (Connaissances des signes de qualités et de normes techniques (lois et règlements liés à la certification), difficultés vécues et la relation avec les structures d'appui.

III. Résultats et discussion

1. Délimitation de la filière

La production agricole dans les îles de Kerkennah est dominée par l'olivier, le figuier, la vigne et par d'autres arbres fruitiers tel que le grenadier et le palmier dattier. Cette agriculture est caractérisée essentiellement par son caractère traditionnel, basé sur les méthodes de production et de transformation traditionnelles. L'activité agricole dans les îles de Kerkennah évolue dans un contexte physique et socio-économique caractérisé entre autre par : i) un caractère extensif et traditionnel de la production agricole dominé par l'olivier, le palmier et par d'autres arbres fruitiers tel que le figuier et la vigne, ii) La rareté des ressources surtout les ressources en eaux, iii) La non viabilité des exploitations et le développement du travail extra-agricole avec l'accroissement de l'exode rurale et de l'immigration. Les exploitations agricoles sont de petites tailles (moins de 5 ha) résultats des processus successoraux et d'héritage. La superficie agricole totale est d'environ 8300 ha dont 4500 ha palmiers; 2925 ha oliviers, 1397 ha Vignes et 987 ha figuiers (CRDA de Sfax, 2013).

La transformation des produits agricoles dans les îles de Kerkennah ne date pas d'aujourd'hui, car depuis des siècles, les kerkenniens ont eu l'habitude de mettre leurs produits sous d'autres formes, soit pour une meilleure alimentation, soit pour une meilleure conservation. C'est une activité d'une importance capitale qui devrait être l'œuvre de tous les acteurs impliqués dans ce domaine. En plus de ces avantages, elle est créatrice de revenu et contribue pour une bonne partie à la création des emplois sur l'île. Plusieurs zones des îles de Kerkennah sont réputées comme zones de tradition pour la

transformation des produits agricoles à savoir l'huile d'olive, l'olive de table, le figuier ; le raisin, le grenadier et le palmier dattier. La transformation de ces différents produits est dans la plus part des cas une activité économiquement rentable. Elle permet d'obtenir une grande valeur ajoutée et de générer un revenu important aux ménages. Pourtant ces produits agroalimentaires sont peu valorisés. En fait, il manque une véritable mise en œuvre de politiques d'ajustement des prix et d'organisation d'une réelle stratégie de commercialisation de ces produits.

2. Analyse de l'organisation de la filière

2.1. Maillon de l'agriculture

Les résultats de l'enquête effectuée auprès des 30 femmes- agriculteurs montrent que les superficies exploitées varient entre 0,6 ha et 9 ha. 33,33% des exploitations ont une superficie de l'ordre de1 ha, ceci montre bien, que les exploitations étudiées sont de petites tailles et de type familial. Ceci est bien conforme aux déclarations des responsables du CTV de Kerkennah et du CRDA de Sfax qui confirment le caractère familial de l'agriculture à Kerkennah.

D'après les résultats de l'enquête la totalité des exploitations consacre des superficies importantes pour la plantation des oliviers. En général, l'âge des plantations oscille entre 10 et 70 ans ; ceci révèle qu'une grande proportion de ces oliviers est en pleine production. Le nombre de pieds d'oliviers âgés de 20 à 70 ans ainsi que ceux âgés de 10 à 20 ans est d'environ 4000 pieds. De ce fait, la production oléicole est importante, elle varie entre une tonne et 55 tonnes par exploitation, à l'exception de quelques exploitations qui ont réalisé de faibles productions (90 kg ou 350 kg) vu le jeune âge des plantations.

Pour le mode de conduite, la plupart des oliviers sont conduites en irrigué avec une densité moyenne de 8mx8m. Les modes d'irrigation sont diversifiés à savoir le goutte à goutte, l'irrigation par citernes d'eau, par les canalisations et irrigation de surface, dont les proportions sont les suivantes : goutte à goutte (46,67%), par citerne (30%), de surface (20%) et par canalisation (3,33%). Quant à la fertilisation, une quantité importante de fumier et de fertilisants est utilisée.

Les exploitantes enquêtées représentent un moyen-âge assez avancé, l'âge moyen étant de 58 ans. Le niveau d'instruction des femmes enquêtées est hétérogène allant de Kottab (50%), primaire (23,33%) jusqu'au niveau secondaire (26,67%). 30% de la population enquêtée ont eu une formation en agriculture. Quant à l'apprentissage des méthodes et des traditions de transformation des produits agricoles et agro-alimentaires, la totalité des cas étudiés ont hérité ce savoir-faire de mère à fille. Concernant, la disparition des traditions, 50% des enquêtées affirment que les traditions de leur ancêtre persisteront encore, alors que l'autre moitié restante confirme exactement le

contraire vu la réticence de la nouvelle génération aux travaux agricoles. Toutefois, nous avons constaté que 70% des jeunes agriculteurs ont repris les anciennes méthodes et traditions de transformation. Elles ont tout appris sur le tas en côtoyant les plus anciens.

En ce qui concerne la participation des membres des familles dans les activités des exploitations agricoles, la plupart des exploitants agricoles affirme avoir un fils qui participe occasionnellement aux travaux de la ferme, ce qui contribue à la viabilité de l'exploitation. Quant au travail associatif, seulement 13,34% des femmes enquêtées sont engagées à une sorte d'association soit un groupement de développement agricole (GDA) ou à l'union des femmes tunisiennes, alors que la majorité n'adhère à aucun groupement. Par contre, 53,33% de ces femmes sont motivées pour poursuivre des parcours de formations dont l'objectif est la sensibilisation et l'encadrement des agriculteurs sur les bonnes pratiques agricoles et la commercialisation des produits transformés.

2.2. Maillon de la transformation

Au niveau des îles de Kerkennah les agriculteurs enquêtés ont tendance généralement à vendre des olives fraîches et de l'huile d'olive vierge avec des proportions différentes. La transformation se fait au niveau de l'unique huilerie qui se trouve à Kerkennah ou à Sfax. Une quantité non négligeable est transformée au niveau des foyers de la zone principalement par les femmes à travers un procédé traditionnel.

Les procédés traditionnels de transformation des olives peuvent être résumés dans les étapes suivantes :

La récolte

La campagne de récolte commence au mois de Novembre jusqu'au mois de Décembre.

Le tri

Il consiste en un nettoyage des olives pour les séparer des impuretés : sable, des petits rameaux et des feuilles. Cette opération peut se faire lors de la récolte, directement sur-le-champ.

Le lavage

Il se fait par immersion des olives dans un bac d'eau. Pour obtenir une huile de qualité, il est important que l'eau utilisée soit propre et notamment en la renouvelant fréquemment.

Le broyage manuel

Les olives sont disposées dans un grand bassin. Puis, elles sont écrasées par une meule en pierre. Cette dernière fonctionne en rotation et écrase les olives afin d'extraire ce qu'on appelle huile Ajmi, ainsi que pour former la pâte qui est composée de chair, d'eau, d'huile et de matière solide provenant du noyau.

Le malaxage

La pâte d'olive sera mise dans un grand récipient, puis elle sera malaxée. Cette pression permettra au liquide de se libérer de la pâte et de s'écouler au niveau du récipient. Ce liquide, constitué par de l'eau et de l'huile, est ensuite séparée par décantation.

L'ajout de l'eau et l'extraction

Il existe une deuxième pression qui se faisait avec l'ajout de l'eau tiède permettant de récupérer l'huile restante dans la pâte.

De ce procédé plusieurs produits sont générés et sont bien exploités (même les sous-produits). La figure 2 résume le procédé traditionnel de transformation des olives ainsi que les produits issus de ce processus de transformation. A travers le graphe de procédés de transformation, on observe que trois types d'huile sont obtenus : Huile El Ajmi qui est la première huile obtenue après sa décantation (avant le malaxage), Huile Ndhouh et c'est l'huile obtenue après malaxage sans ajout de l'eau et l'huile sur l'eau et qui est l'huile obtenue après l'ajout de l'eau tiède. Les sous-produits sont également valorisés par ces femmes à travers l'utilisation de pulpe restante et son salage afin de la conserver pour l'élaboration du pain des olives et l'utilisation de la coque pour l'alimentation du bétail. Ce procédé traditionnel permet une exploitation totale des produits de l'olivier, loin des contraintes environnementales qui sont associées aux huileries les plus modernes surtout le système à trois phases (El Kadri et al., 2019).

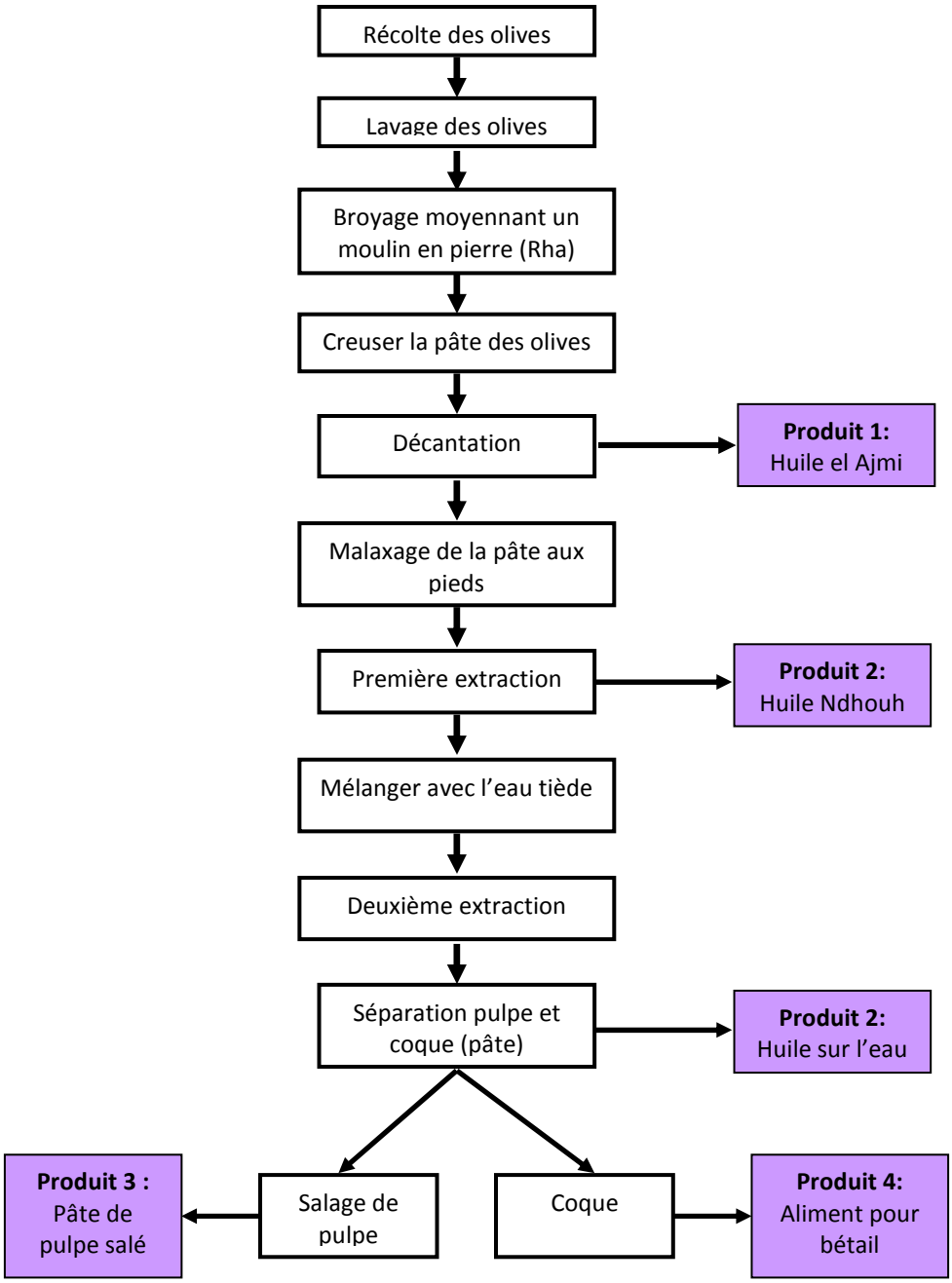


Figure 2. Graphe de procédés traditionnels de transformation de l'olive à huile et produits obtenus (Source: Enquête)

2.3. Maillon de la commercialisation

Les exploitants enquêtés ont tendance généralement à vendre des olives à huile fraîches aux huileries ou de l'huile d'olive vierge avec des proportions différentes. En effet, 26,7% des agriculteurs ont recours à la commercialisation des quantités assez variables d'olives qui varient entre 200 kg et 14000 kg ; il est à noter que 2 agriculteurs ont vendu la totalité de leurs productions d'olives en frais.

Quant à la commercialisation d'huile d'olive, il est à signaler que plus de 50% des exploitants enquêtés ont eu recours à la vente des quantités d'huile d'olive relativement élevées variant entre 18 l à environ 9000 l.

En ce qui concerne la vente de l'huile el Ajmi et huile Ndhouh, une quantité importante d'huile est vendue généralement sur commande, vu son prix élevé (10 à 15 DT/l) en comparant avec l'huile d'olive dans le marché conventionnel.

13,3% des femmes enquêtées ont recours à la vente de leurs huiles au niveau local, alors que 10% de ces femmes préfèrent la commercialisation de ces huiles aussi bien au niveau des îles de Kerkennah qu'au niveau national. En revanche, 76,7% des exploitants ne commercialisent pas du tout leurs productions qui sont consommées par leurs propres familles (Figure, 3).

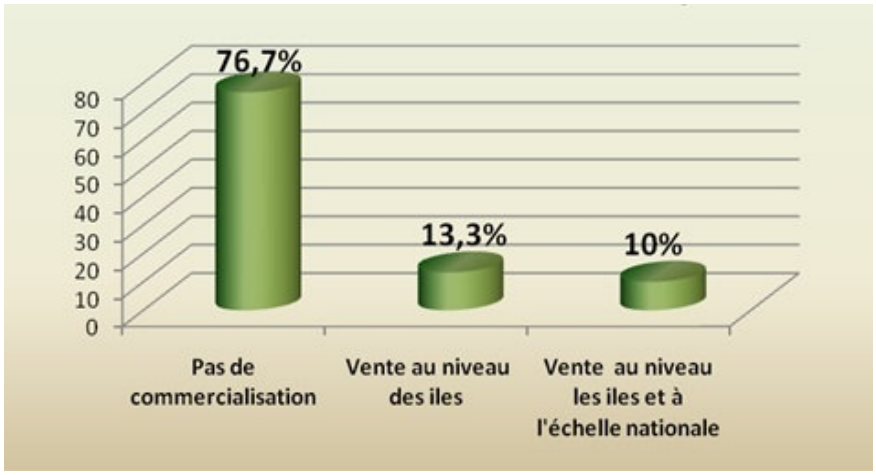


Figure 3. Destination de la commercialisation des huiles Ajmi et Ndhouh (Source : Enquête)

Toutefois, les ventes directes de l'huile Ajmi et Ndhouh représentent la plus grande partie avec un pourcentage de 16,7%. Les ventes à travers un intermédiaire ainsi que les ventes directes viennent en deuxième position avec respectivement un pourcentage de 3,3%

Fixation des prix

La fixation des prix se fait essentiellement en se basant sur les prix des concurrents. En effet, 50% des exploitantes enquêtées se basent sur les prix de leurs concurrents pour orienter leurs décisions. Mais cela n'empêche que 16,7% d'entre elles se basent sur le calcul des marges et les coûts de productions pour fixer les prix. En plus, nous avons trouvé que les prix du marché conventionnel sont aussi considérés comme référence pour fixer les prix de ces huiles qui sont toujours les plus élevés.

Les relations avec les clients

D'après les données de l'enquête, 76,7% des exploitantes ont réussi à fidéliser une clientèle qui les fréquente régulièrement et achète leurs produits ; que 6,7% d'exploitantes accordent des facilités à ses consommateurs.

L'emballage

L'emballage est souvent en décalage avec les attentes des clients ainsi que les exigences de la distribution moderne. La plupart des agriculteurs-transformateurs utilise encore les bouteilles en plastique ou en verre sans étiquettes, et bien entendu sans la moindre information relative au produit.

La distribution

Le circuit court

D'après les enquêtes la vente en circuits courts, où le producteur vend directement son produit au consommateur, représente le circuit le plus fréquemment utilisé par les femmes enquêtées. Cette vente directe se fait également et en partie sur les marchés voisins, à proximité géographique. En effet les consommateurs locaux et les émigrés originaires du territoire sont des clients potentiels pour la vente directe. Le producteur utilise son propre réseau social pour affiner sa perception de la demande. Donc, il s'agit d'une forme de vente facile d'accès. Cette vente en circuits courts cherche à améliorer les prix de vente et donc le niveau des revenus des exploitations. Elle permet également de réaliser localement l'acte de vente et concourt ainsi au maintien, voire même aux développements des emplois sur le territoire. En favorisant un contact direct avec le producteur, la vente directe est aussi l'occasion d'expliquer au consommateur la qualité des produits et par la même, de les valoriser à ses yeux.

Mais ces ventes individuelles trouvent souvent rapidement leurs limites et il est peut être par ailleurs avantageux de constituer une offre variée de produits. En effet, la vente, à la ferme ou à la maison, d'un produit unique dépasse rarement un chiffre d'affaires acceptable, alors que celui d'un point de vente collectif, offrant une gamme variée de produits, peut améliorer les recettes. Ainsi, le regroupement et l'engagement collectif des agriculteurs et/ou des artisans permettent la mise en marché d'une gamme de produits diversifiée et renforce la solidarité et la cohésion sociale du territoire.

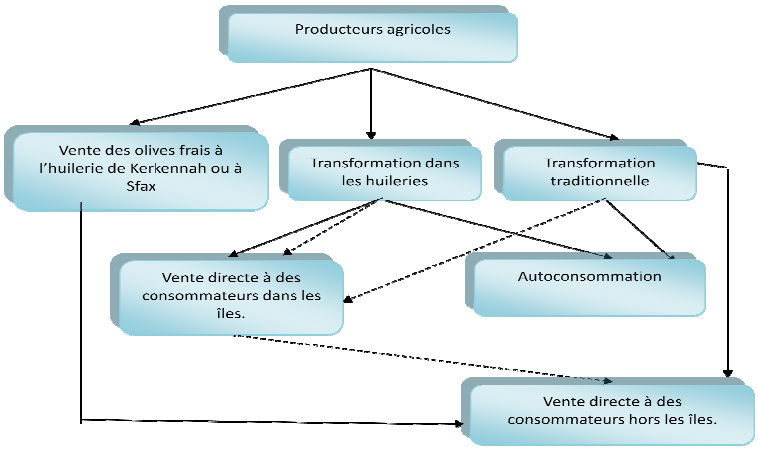
Les points de vente

Les produits transformés sont généralement vendus sur le lieu de production, où les consommateurs se déplacent pour les acheter ; il n'y a pas de véritables points de vente ou des coopératives agricoles qui organisent et facilitent la commercialisation et la distribution des produits locaux de ces petits exploitants. Ceci peut constituer donc une contrainte non négligeable pour les consommateurs et pour les exploitants. Il nous semble cependant pertinent de développer la « filière » de vente directe en favorisant entre autre la mise en place des points de vente. Le consommateur ainsi que l'exploitant y trouveront certainement leurs comptes, tant sur le niveau économique que sur le niveau social et relationnel.

La promotion

Le bouche à oreille est une forme de publicité peu onéreuse et bien efficace. En effet, 70% des femmes enquêtées ont ainsi bénéficié de ce moyen de promotion. En fait, les clients les fréquentent régulièrement pour acheter leurs produits. D'autre part, nous avons constaté que 20% des femmes questionnées fréquentent également de manière régulière les foires et les manifestations saisonnières afin de promouvoir et de vendre leurs produits. Par conséquent, elles ont bénéficié d'une certaine forme de fidélisation puisque les clients y reviennent saison après saison. Parallèlement, nous avons remarqué que 10% des femmes ont participé aussi à plusieurs compétitions et elles ont eu l'occasion de gagner des prix. Ceci leur a offert l'opportunité de faire connaître leurs produits dans un contexte différent hors région de Sfax ou pour des consommateurs originaires des îles.

L'organisation de la filière huile d'olive dans les îles de Kerkennah peut être résumée dans le graphique suivant (Figure 4) :



Publicité de bouche à oreille.

Figure 4. Organisation de la filière huile d'olive dans les îles de Kerkennah. (Source: Enquête)

3. Typologie des acteurs

Pour faire la typologie des exploitants enquêtés deux aspects ont été examinés : i) les activités agricoles développées ainsi que leur taux de spécialisation et ii) les activités de transformation effectuées par exploitation et leurs commercialisations.

Les résultats montrent que les exploitantes enquêtées sont toutes des propriétaires, et peuvent être classées en deux groupes:

- Les "agriculteurs spécialisés en production d'olive, transformateurs",
- Les "agriculteurs spécialisés en production d'olive, transformateurs et commerçants".

3.1. Taux de spécialisation agricole

Les exploitations enquêtées sont caractérisées par un patrimoine riche en ressources naturelles. Plusieurs cultures et plusieurs produits transformés ont été identifiés. La plus grande partie est dédiée à la production d'olive à huile avec un pourcentage de 38%. La spécialisation dans la production de figuier vient en deuxième position avec un pourcentage de 28%, alors que la spécialisation dans la production du raisin vient en troisième position avec 20,94%. Quant au reste des activités (Grenadier, palmier dattier…), leur contribution est relativement faible. En se basant sur le critère taux de spécialisation, on peut conclure que toutes les femmes enquêtées sont spécialisées essentiellement dans la production de l'olivier, le figuier et le raisin (Figure, 5).

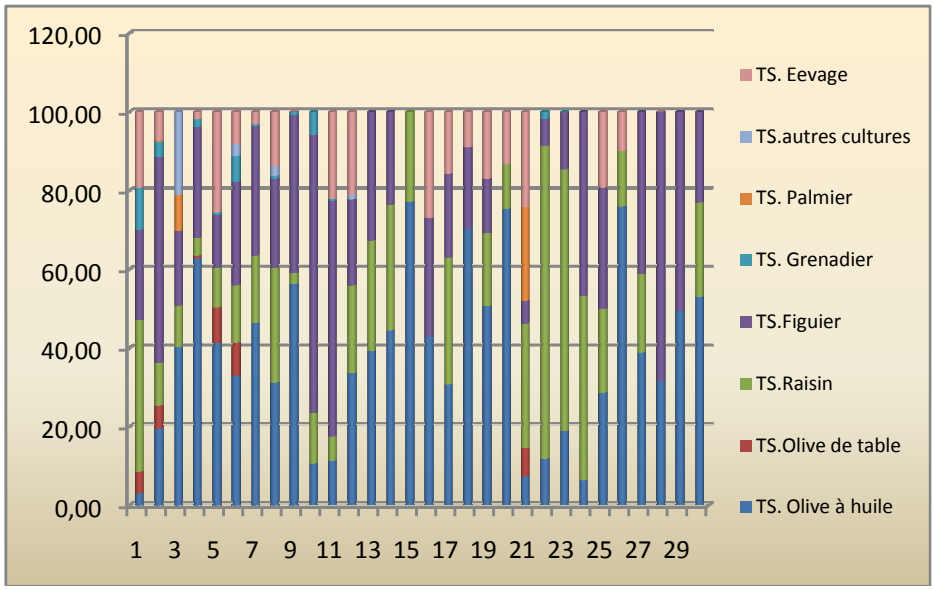


Figure 5. Taux de spécialisation (CTS) par activité agricole
(Source: Enquête)

3.2. Les activités de transformation

La totalité des agriculteurs produit de l'huile d'olive, dont 16 femmes produisent de l'huile aux procédés traditionnels, notamment Huile Ajmi et Ndhouh avec des proportions différentes. Ces fabricantes ne produisent que des petites quantités d'huile traditionnelle soit pour leur autoconsommation (2 à 10 l qui représente respectivement 13,33% et 6,7%) soit pour la vente sur commande (20 à 50 l) (Figure, 6).

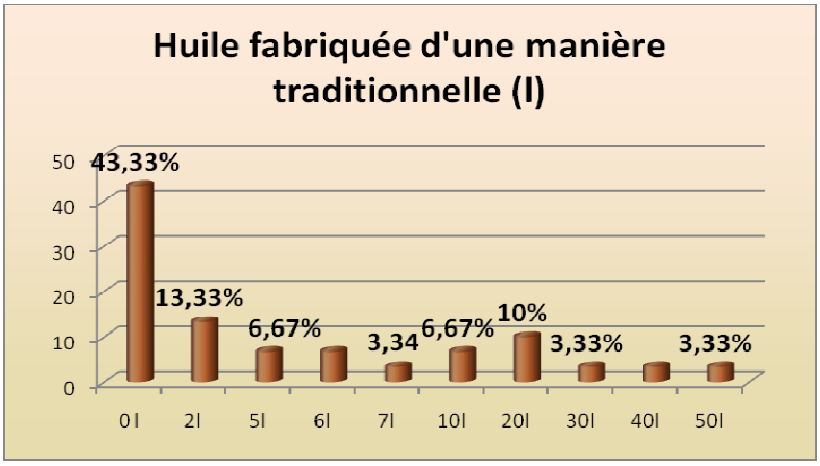


Figure 6. Les quantités et les proportions des huiles fabriquées d'une manière traditionnelle (Source : Enquête)

4. Analyse comptable

Au niveau de l'analyse comptable et qui est l'analyse des coûts et des bénéfices tout au long de la chaîne de valeur, on va étudier la décomposition des coûts et des prix de l'huile Ndhouh vu qu'elle représente la proportion la plus élevée des huiles produites (presque 70% de l'huile obtenu de ce procédé) et c'est l'huile la plus vendue. 16 exploitations sont prises en considération et ce sont les exploitations produisant ce genre des huiles. A cet égard, on doit retenir que pour produire 1 kg d'huile Ndhouh on nécessite à peu près 7 Kg d'olive frais, ceci varie selon le taux d'extraction des olives.

4.1. Charges de production

Les charges sont issues des activités des différents maillons : agriculture, transformation et commercialisation. Les charges correspondant au maillon de l'agriculture sont : les charges liées directement avec l'opération de la **production agricole** (fertilisation, travail du sol, irrigation, main d'œuvre permanente, récolte, etc.) la **transformation** : opération de broyage et opération de malaxage et la **commercialisation** : lié à l'emballage, le transport et la publicité (Tableau, 1).

Maillon de l'agriculture

Les charges correspondantes au maillon de l'agriculture sont les charges les plus lourdes tout au long de la chaîne, et c'est généralement le cas de la plupart des produits agro-alimentaires (Ben abdallah et al, 2014 et Avila, 2010). Pour les exploitations retenues, les charges de l'agriculture, sont en moyenne pondérée de l'ordre de 1,210 DT pour produire 1 Kg d'huile «Ndhouh ». Ces charges varient entre un min de 0,57 DT/Kg d'huile et un max de 3,49 DT/ Kg d'huile. Ces différences dépendent essentiellement de la conduite de l'olivier ainsi que de la productivité de l'olivier. En effet, les exploitations ayant de jeunes plantations (9,11, 21 et 22) sont celles ayant les charges d'agriculture les plus élevées. Les charges les plus élevées sont celles de la récolte avec une moyenne de 0,42 DT/kg ; et qui varie d'une exploitation à l'autre selon la production. En second lieu vient le travail du sol qui est pratiqué 3 à 4 fois par an. Les charges liées à la taille viennent en troisième lieu. Cette opération est systématiquement pratiquée chaque année pour la plupart des exploitants et sa charge est variable selon le nombre de pieds, la moyenne est de l'ordre de 0,08 DT/kg d'olive.

Maillon de la transformation

Les charges de transformation varient entre 0,55DT/kg et 1,78DT/kg selon les quantités d'olives transformées. Ces charges sont liées essentiellement à la main d'œuvre. Malgré qu'il s'agisse d'une main d'œuvre familiale, ces charges ont été comptabilisées en se basant sur la suivante estimation.

- 12,500 DT par demi-journée, pour l'opération de broyage des olives.
- Et 12,500 DT par demi-journée pour le malaxage et l'extraction de l'huile « Ndhouh »

Maillon de la Commercialisation

Quant aux charges de commercialisation, il est à souligner qu'elles sont faibles voire nulles, les femmes enquêtées assurent que l'emballage se fait essentiellement dans des récipients recyclés, ou dans des récipients apportés par les consommateurs. La promotion des huiles Ndhouh est basée essentiellement sur la publicité '' de bouche à oreille'', et la plupart des clients (achètent) directement auprès des femmes productrices au niveau de leurs foyers.

4.2. Prix de vente et Marges

Les prix de vente de l'huile Ndhouh vendue varient d'une exploitation à une autre, entre11 DT/kg et 16,500 DT/kg d'huile d'olive, soit une moyenne pondérée de 12,450 DT/kg d'huile d'olive (tableau 1). Ces prix dépendent essentiellement de la qualité de l'huile, du moment de la vente et de la demande au niveau du marché. Comparant ce prix avec les prix de l'huile d'olive durant la campagne 2013, on constate que ces prix sont presque le double.

Les marges sont étroitement liées aux prix de vente ainsi qu'au coût de production de l'huile obtenue. Ces marges sur les charges directes varient entre 5,920 DT/kg et 15,180 DT/kg d'huile d'olive, soit une moyenne pondérée de l'ordre de 10,680 DT/kg. Ce qui reflète l'importance de cette activité en tant qu'activité génératrice de revenu pour les femmes productrices.

Tableau 1. Décomposition des charges-prix et marges sur charges directes sur la chaine de valeur huile d'olive Ndhouh /kg d'huile d'olive

Exploitation	Charges				Prix de vente	Marge
	Agriculture	Transfor-mation	Commer-cialisation	Charges Totales		
2	1,04	0,71	0	1,75	11	9,25
4	0,76	0,71	0	1,47	11	9,53
5	1,47	0,67	0	2,14	11	8,86
9	2,37	0,67	0	3,04	11	7,96
11	3,30	1,78	0	5,08	11	5,92
13	0,80	0,71	0	1,51	11	9,49
14	0,57	0,7	0	1,27	11	9,73
15	0,64	0,72	0	1,36	16,5	15,14
16	0,76	0,55	0	1,31	11	9,69
17	0,94	0,55	0	1,49	11	9,51
19	0,61	0,71	0	1,32	16,5	15,18
21	2,87	0,67	0	3,54	11	7,46
22	3,49	0,67	0	4,16	11	6,84
24	2,20	1,78	0	3,98	11	7,02
26	0,69	0,67	0	1,36	11	9,64
30	0,84	1,78	0	2,62	16,5	13,88

Source : Enquête

La figure 7 résume les moyennes pondérées des charges, des marges et des prix enregistrés pour l'huile Ndhouh, ainsi que les valeurs min et max. Cette figure résume le potentiel de cette activité, démontrant la génération d'une marge positive allant de 5.92 Dt/Kg d'huile d'olive à 15,180 DT/kg d'huile d'olive. En fait cette activité traditionnelle, malgré les petites quantités produites, représente un potentiel à renforcer et à encourager.

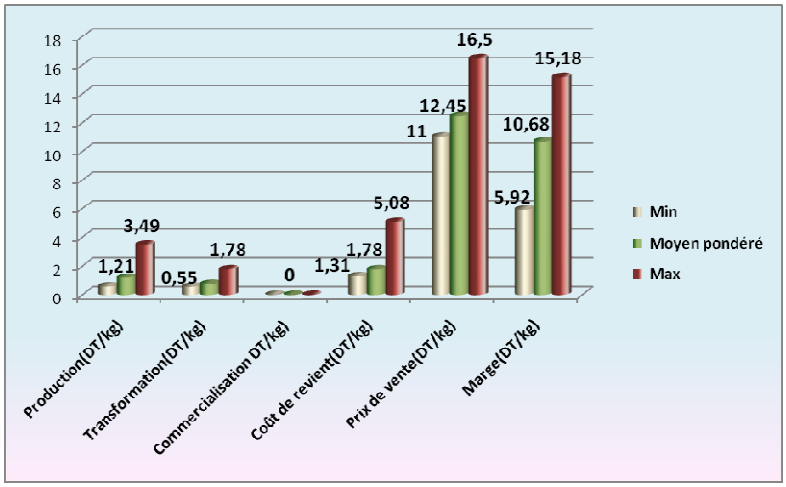


Figure 7. Les valeurs maximales, moyennes pondérées et minimales des charges, prix et marges de l'huile d'olive Ndhouh (Source: Enquête)

Conclusions

Les produits d'origine ayant une richesse culturelle indéniable gagnent généralement des marchés en dehors de leurs régions d'origine, notamment en ville où les consommateurs urbains en plus de chercher à consommer des produits sains et de qualité; souhaitent renouer avec leurs racines rurales. Le présent article analyse la filière huile d'olive notamment les huiles obtenues à travers des procédés traditionnels dans la région de Kerkennah, permettant une meilleure compréhension de la filière, mettant en relief ses forces et ses limites. Ceci a ainsi permis de déterminer les facteurs utiles au développement de la filière et à sa promotion. Au niveau de cette analyse filière, il a été possible de « déblayer le terrain » et de tracer les contours d'une démarche « qualité » et « produits de terroir ». Cette stratégie de valorisation des produits de terroir constitue, non seulement, un moyen pour augmenter les revenus des petits producteurs et pour protéger l'emploi, mais aussi un moyen pour préserver le savoir-faire traditionnel, la biodiversité et le patrimoine culturel et de positionner les zones rurales en tant que destinations touristiques tout en renforçant le développement économique local.

Malgré les faibles quantités produites d'huile d'olive par le procédé traditionnel, les marges directes par Kg d'huile d'olive sont assez importantes. Les ventes se réalisent d'une manière individuelle, ces ventes individuelles trouvent souvent rapidement leurs limites et il est peut être par ailleurs avantageux de constituer une offre variée de produits. En effet, la vente, à la ferme ou à la maison, d'un produit unique dépasse rarement un chiffre d'affaires suffisant pour l'agriculteur concerné, alors que celui d'un point de vente collectif, offrant une gamme variée de produits, peut atteindre des niveaux assez important. Ainsi, le regroupement et l'engagement collectif des

agriculteurs et/ou des artisans permettent la mise en marché d'une gamme de produits diversifiés et renforcer la solidarité et la cohésion sociale du territoire. Les produits transformés sont généralement vendus sur le lieu de production, où les consommateurs se déplacent pour les acheter ; il n'y a pas de véritables points de vente ou des coopératives agricoles qui organisent et facilitent la commercialisation et la distribution des produits locaux de ces petits exploitants. Ceci peut constituer donc une contrainte non négligeable pour les consommateurs et pour les exploitants. Il nous semble cependant pertinent de développer la « filière » de vente directe en favorisant entre autre la mise en place des points de vente. Le consommateur ainsi que l'exploitant y trouveront certainement leurs comptes, tant sur le niveau économique que sur le niveau social et relationnel.

L'agriculture représente la principale source de revenu d'une grande partie des populations des pays en voie de développement. De ce fait, de nombreux pays sont en train de promouvoir le développement de stratégies de différenciation et de niche dans les secteurs de l'agriculture afin de permettre à ces producteurs de se développer dans un environnement de plus en plus concurrentiel et de valoriser les produits de terroir. Tirant parti des expériences internationales en matière de promotion collective des produits de terroir, la Spécialité Traditionnelle Garantie (STG) peut être une possibilité de valorisation des produits transformés dans la région de Kerkennah. La STG peut concerner les produits dont les qualités spécifiques sont liées à une composition, à des méthodes de fabrication ou de transformation fondées sur une tradition. La STG vise à définir la composition ou le mode de production traditionnel d'un produit, sans toutefois que celui-ci ne présente nécessairement de lien avec son origine géographique. La Spécialité Traditionnelle Garantie relève d'un usage, d'un savoir-faire, d'une pratique ancienne, typique, particulière nationale, régionale ou locale mais qui peuvent être réalisés en dehors du pays ou de la région de provenance ou de fabrication du produit. La STG ne s'applique qu'à des produits ou denrées alimentaires. Ce signe de qualité pourra aider aux femmes productrices de la région de Kerkennah à valoriser leurs produits agricoles et agroalimentaires traditionnels à travers d'alliances volontaires de producteurs, ou de coopératives de la même filière dont l'objectif principal est de renforcer la notoriété et la réputation du produit cible sur les marchés : national et international.

Remerciements :
Les auteurs tiennent à remercier M. Hbib Ben Chicka Chef CTV de Kerkennah et M. Abdallah Louizi Technicien en chef de l'Institut de l'Olivier pour leur contribution dans la réalisation des enquêtes. Les auteurs tiennent à remercier également les femmes enquêtées pour leur temps et les précieuses informations apportées.

Références bibliographiques

Avila R., 2010. Los secretos de la cadena de valor de la aceituna de mesa. Revista Oleo, 140: 28-33.

Ben Abdallah S., Elfkih S., Fourati H., Abdelkafi B.H., 2014. Etude stratégique de la filière olive de table en Tunisie: Cas des zones de Grand Tunis et Beja. New Medit Journal N.4/2014. P: 20-29.

Bencharif A., Rastoin J.L., 2007. Concepts et méthodes de l'analyse de filières agroalimentaires: applications par la chaîne globale de valeur au cas des blés en Algérie. Document de travail. MOISA, France. http://www1.montpellier.inra.fr/bartoli/moisa/bartoli/download/moisa2007_pdf/WP_7-2007.pdf.

Chebil A., 2011. Stratégie de développement des exportations tunisiennes des fruits et légumes transformés. Document de travail du Ministère du commerce et du tourisme, Tunisie. http://eumed-agpol.iamm.fr/html/publications/on_subject/desmas_memoire.pdf

Elfkih S., Karray B. Les différentes structures de production de l'huile d'olive biologique dans la région de Sfax: Une analyse comparative. Rev. Azzaitouna 2011, 12, 13–27.

Elkadri A., Elfkih S., Sahnoun H., Albouchi L., Abichou M., 2019. Etude Stratégique et économique de la gestion des margines: Cas des projets de décharges des margines au Gouvernorat de Sousse (Tunisie). Revue Ezzaitouna 15 (1 et 2).

Fernández-Uclés D., Elfkih S., Mozas-Moral A., Bernal-Jurado E., Medina-Viruel M.J., Ben Abdallah S., 2020. Economic Efficiency in the Tunisian Olive Oil Sector. Agriculture 2020, 10, 391; doi: 10.3390/agriculture10090391.

Jackson D., Paglietti L., Ribeiro M., Karray B. *Tunisie. Analyse de la Filière Oléicole*; FAO European Bank, Eds.; Organisation des nations unies pour l'alimentation et l'agriculture: Rome, Italy, 2015.

Khamassi-El Efrit F., Hassainya J., 2001a. Analyse de la compétitivité des entreprises et des produits agroalimentaires: pertinence et apports de l'approche filière. In: Padilla M., Ben Saïd T., Hassainya J., Le Grusse P. (eds.). Les filières et marchés du lait et dérivés en Méditerranée: état des lieux, problématique et méthodologie pour la recherche. Montpellier: CIHEAM, pp. 223-238. Options Méditerranéennes, B 32.

Khamassi-El., Efrit F., Hassainya J., 2001b. La filière lait en Tunisie: une dynamique de croissance. In: Padilla M., Ben Saïd T., Hassainya J., Le Grusse P. (eds.). Les filières et marchés du lait et dérivés en Méditerranée: état des

lieux, problématique et méthodologie pour la recherche. Montpellier: CIHEAM, pp. 64-73. Options Méditerranéennes, B 32.

Kinha Ch., Dossouhoui F., Megbleto I., 2009. Formation des responsables des PEA et de leurs prestataires sur l'analyse filière et le développement de la chaîne de valeur au Bénin. Atelier International – Cotonou, Bénin – 11 au 15 Mai 2009 «Capitalisation et Echange des Expériences sur le Renforcement de Compétences en Recherche Agricole pour le Développement (RAD)" http://www.icra-edu.org/objects/ard_fr_sharing/Benin6.pdf

Montigaut J.C., 1992. L'analyse des filières agroalimentaires: méthodes et premiers résultats. Numéro spécial: Economie agroalimentaire: concepts et méthodes. Economies et Sociétés, 21 (6): 59-83.

Riahi H., Amri A., 2006. Etude stratégique de la filière olive de table en Tunisie. Document de travail du GICA, Tunisie.