

Commercialisation et distribution des produits de la pêche et de l'aquaculture en Algérie

BAHRIA D, TIFOURA A

Chercheurs - Equipe socio économie des pêcheries – Division Pêche

bahria.dalila@yahoo.fr tifoura_amina@yahoo.fr

Les ressources halieutiques et aquacoles en Algérie, représentent un potentiel économique considérable et le secteur de la pêche est considéré comme une activité économique à part entière, par sa capacité à satisfaire les exigences nutritionnelles essentielles pour la population et aussi de contribuer à l'économie nationale.

Circuits de commercialisation

La plus grande partie des produits halieutiques est généralement distribuée dans les villes limitrophes aux points de débarquements. Cela indique que la distribution du produit de la pêche est régionale où chaque ville s'approvisionne des ports les plus proches. Le transport et la chaîne de froid ont connus un développement appréciable ces dernières années suite aux programmes gouvernementaux de promotions au profit des jeunes tel que ANSEJ, ANJEM et CNAC, ce qui a permis l'élargissement du rayon de distribution à 300 km atteignant ainsi les zones les plus reculées du pays.



Figure 1. Commercialisation des produits de la pêche à Ouargla.

Source : enquête CNRDPA (2007).

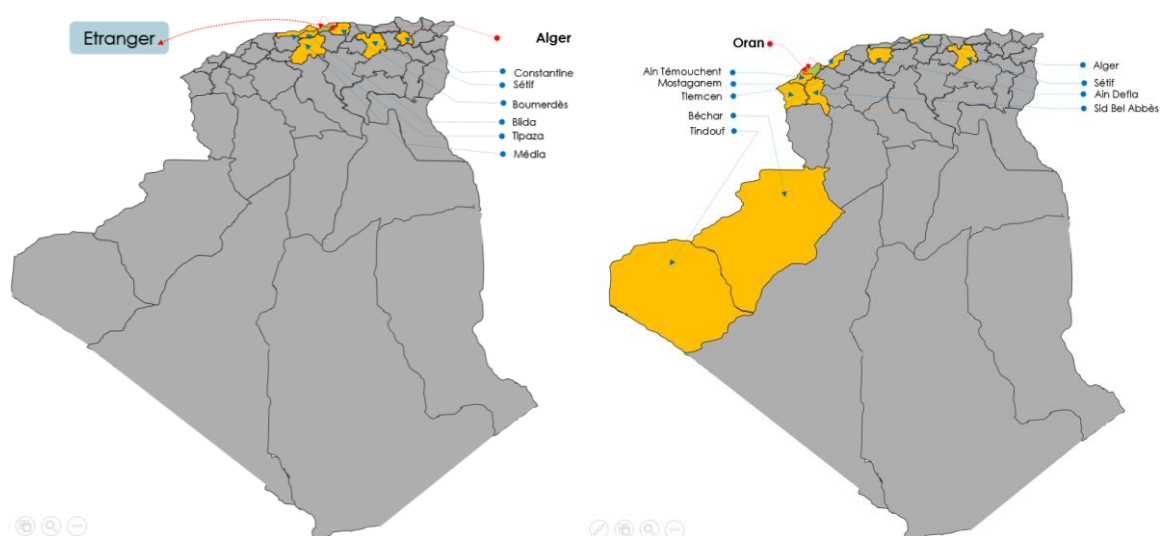


Figure 2. Distribution des produits halieutiques dans les deux grandes wilayas d'Algérie (Alger–Oran)

Source : CNRDPA (2013).

Système de vente et Prix

Le système de vente des produits de la pêche est composé essentiellement d'une série multi-phase d'activités physiques. Le flux des produits de la pêche suit les différents canaux de distributions à partir du producteur au consommateur final en passant par plusieurs intermédiaires à savoir les mandataires, grossiste

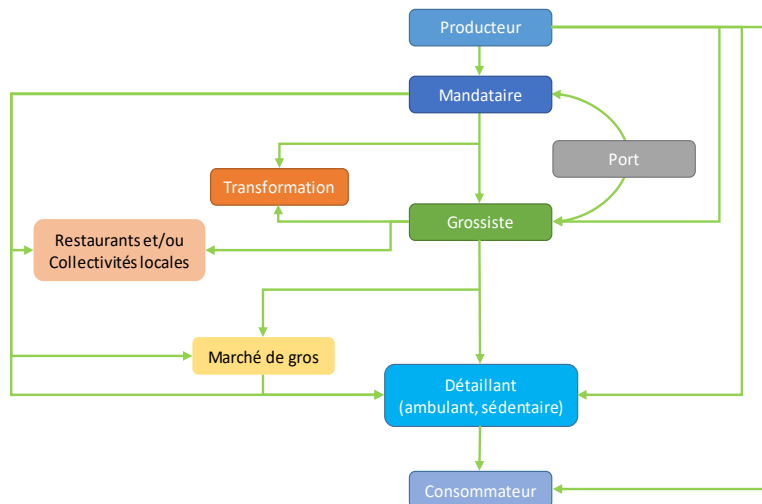


Figure 4 : Circuit de Commercialisation en Algérie

jusqu'au détaillant. La vente en gros est pratiquement similaire dans tous les ports algériens, elle se fait à l'ouest à la criée, par chuchotement au centre et à l'est, n'assurant ainsi aucune transparence dans la formation des prix.

Quant à la fonction commerciale, elle est limitée par la prédominance de barrières d'entrées aux marchés de poisson menant à des situations de monopolisation ou d'oligopolisation, restreignant l'aspect concurrentiel du marché de gros. Les prix pratiqués dans le secteur de la pêche reflètent l'effet de certains facteurs particuliers sur la formation des prix tels que le groupe d'espèce, la demande saisonnière, les habitudes culturelles et culinaires des populations et le niveau de vie des consommateurs.



Figure 3. Commerce en détail, marché de Constantine
Source : enquête CNRDPA (2010).