



**HAL**  
open science

## L'accentuation de la compétition entre les acteurs va encore élargir la demande

Foued Cheriet, Samira Imadalou

► **To cite this version:**

Foued Cheriet, Samira Imadalou. L'accentuation de la compétition entre les acteurs va encore élargir la demande. 2018, 3 p. hal-02620171

**HAL Id: hal-02620171**

**<https://hal.inrae.fr/hal-02620171v1>**

Submitted on 25 May 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# «L'accentuation de la compétition entre les acteurs va encore élargir la demande»

W elwatan.com/pages-hebdo/sup-eco/laccentuation-de-la-competition-entre-les-acteurs-va-encore-elargir-la-demande-25-06-2018

June 24, 2018

Foued Cheriet . Spécialiste en stratégie internationale et marketing alimentaire

Samira Imadalou

25 juin 2018 à 0 h 27 min

36

***Ces dernières années, la filière boissons a connu un boom avec l'arrivée de nouveaux producteurs, mais la filière reste dépendante des importations des équipements aux intrants et fait face également à l'informel. Comment évaluez-vous justement cette activité ?***

Dans le paysage agro-alimentaire algérien, la filière boissons non alcoolisées (gazeuses, eaux, et à base de fruits/arômes) connaît un dynamisme certain. Le secteur boissons en Algérie représentait, en 2017, 4,4 milliards de litres par an, 250 milliards de dinars de chiffres d'affaires et générait 20 000 emplois directs et 60 000 emplois indirects.

La filière boissons enregistre depuis 2010 des taux de croissance importants (entre 10 et 15%). Cette filière est par ailleurs l'une des mieux structurées avec la présence d'acteurs mondiaux (Coca, Pepsi,) et nationaux privés de grande envergure (NCA-Rouiba, Hamoud Boualam,), une association professionnelle dynamique, et enfin un nombre important d'innovations de produits et le lancement de marques nouvelles. Cela répond en partie à des besoins conséquents des Algériens en termes de consommation et de choix des produits-marques et de contenants.

Par ailleurs, cette filière se caractérise par un niveau de concurrence assez élevé, obligeant les entreprises à avoir des politiques de communication-promotion agressives et des efforts soutenus et réguliers d'innovation. Enfin, et contrairement à de nombreuses autres filières (notamment viandes, fruits et légumes), la filière boissons est caractérisée par trois éléments structurels : d'abord, une présence réduite d'acteurs informels dans la sphère de la production (mis à part quelques opérations frauduleuses), ensuite une structuration en «oligopole à franges» (de grands acteurs qui coexistent avec une multitude de petits acteurs localisés), et enfin de faibles importations de produits finis.

Néanmoins, la filière présente comme vous le soulignez à juste titre une double dépendance vis-à-vis des importations d'intrants et d'équipements. Si pour ces derniers cela n'impacte que peu (sauf panne et entretien des machines) le cycle normal de la production, la dépendance aux intrants (arômes, colorants, concentrés de fruits, etc.) reste problématique.

Dernièrement, la décision des pouvoirs publics d'inclure ces intrants dans la liste des produits interdits à l'importation a mis à nu cette situation et soulevé des réactions, pour la plupart justifiées, des patrons algériens ou de leurs représentants (APAB). Après de nombreuses consultations, l'APAB a réussi à sensibiliser les représentants du ministère du Commerce à cette situation. A ce titre, cette association constitue ainsi un élément très structurant de la filière, à la fois en termes de rôle d'interlocuteurs des autres représentants professionnels et des pouvoirs publics, mais également en matière d'innovation (Label «Buvez Tranquille») et d'échanges entre les producteurs.

### ***Comment sortir de cette dépendance ?***

Les patrons des entreprises de cette filière sont prêts à consentir des efforts pour «intégrer l'amont» de la filière et produire eux-mêmes leurs principaux intrants. Cela leur permettrait de faire des économies sur les coûts de production et de maîtriser un peu mieux leurs approvisionnements. Néanmoins, cela ne peut se faire du jour au lendemain, comme semblent l'indiquer les pouvoirs publics.

L'industrie des intrants est embryonnaire en Algérie, et contrairement à ce qui est affirmé ici et là, il n'est pas évident de remplacer l'ensemble des intrants importés par des équivalents locaux aussi rapidement, en quantité et en qualité. Pour les acteurs de la filière boissons, produire un arôme ou un concentré de fruits est un «nouveau» métier qu'il faut apprendre avec des investissements en matière d'approvisionnement, d'équipements et de process, et d'ingénierie/compétences spécifiques. Certains acteurs (notamment les grands) ont déjà commencé à investir ce créneau. D'autres l'avaient fait de manière intuitive (cas de Ngaous par exemple).

On pourrait donc s'attendre à des mouvements dans ce sens : naissance d'une filière de production des arômes/intrants soit par les entreprises de la filière boissons elle-même, soit par d'autres acteurs du secteur agroalimentaire existants ou nouveaux.

### ***A la lumière des conditions sur le marché et dans le monde des affaires, quelles sont les perspectives de développement ?***

La demande de boissons en Algérie (eaux, gazeuses et jus) est encore forte et soutenue. Si les entraves administratives sont levées, les perspectives de développement de cette filière seront très importantes, et ce, malgré le niveau de concurrence. Nous pourrions assister dans un avenir proche à une consolidation des positions des acteurs dominants avec des «produits historiques et incontournables», l'arrivée de nouveaux acteurs (notamment sur des échelles géographiquement réduites), mais surtout une accentuation des efforts de maîtrise des approvisionnements (intrants et emballages) et d'innovation.

Un deuxième mouvement stratégique pourrait découler d'une anticipation d'une saturation future et inévitable de la demande (celle-ci ne pourrait augmenter indéfiniment à des rythmes aussi élevés) : une plus grande diversification des entreprises spécialisées dans les boissons, soit sur d'autres métiers connexes, soit sur d'autres filières hors boissons.

### ***N'y a-t-il pas lieu d'aller vers des fusions à votre avis avec la multitude des marques existant sur le marché ?***

De tels regroupements peuvent se faire. Cela fait partie des opérations de restructuration et de regroupements stratégiques, notamment lorsqu'une filière est saturée. Pour l'instant, ce n'est pas encore le cas en Algérie. Nous pensons que les mouvements se feront plutôt sur les extrémités de la filière : maîtrise des intrants et de l'emballage d'une part, et un meilleur contrôle, voire une intégration totale des réseaux de distribution et de la logistique, d'autre part. Par ailleurs, l'accentuation de la compétition entre les acteurs va encore élargir la demande, laissant la place à d'autres petits acteurs et d'autres marques, mais renforçant la pression sur les innovations de marques, de produits et de contenants.

Cela peut enfin conduire des acteurs en dehors de la filière pour l'instant à la création de marques ou de filiales dédiées pour les boissons en Algérie. Un dernier enjeu qu'il faudrait signaler ici relève des aspects réglementaires et institutionnels : adaptation aux changements des dispositions fiscales et maîtrise des coûts (exemple des changements des taux de TVA sur l'énergie), adaptation aux réglementations sanitaires et nutritionnelles (taux de sucre par exemple) et adaptation aux comportements de consommation des Algériens. A ce titre, la filière, via l'APAB par exemple, doit porter une réflexion prospective sur les changements à venir et les stratégies à adopter.

## Lire aussi

---

loading...

Post Views: 36