

Rapport de synthèse de l'atelier "Commercialisation et marchés de la datté"

Messar E.M.

in

Ferry M. (ed.), Greiner D. (ed.).
Le palmier dattier dans l'agriculture d'oasis des pays méditerranéens

Zaragoza : CIHEAM
Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 28

1993
pages 225-227

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=96605893>

To cite this article / Pour citer cet article

Messar E.M. **Rapport de synthèse de l'atelier "Commercialisation et marchés de la datté"**. In : Ferry M. (ed.), Greiner D. (ed.). *Le palmier dattier dans l'agriculture d'oasis des pays méditerranéens*. Zaragoza : CIHEAM, 1993. p. 225-227 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 28)



<http://www.ciheam.org/>
<http://om.ciheam.org/>

Rapport de synthèse de l'atelier "Commercialisation et marchés de la datte"

E.M. MESSAR
DIRECTION DES SERVICES AGRICOLES
WILAYA DE OUARGLA
ALGERIE

Les intervenants ont présenté, dans le cadre de chaque pays, la problématique de la commercialisation de la datte.

Le constat

Les intervenants de l'atelier ont fait ressortir :

- (i) Une augmentation appréciable de la production au cours de la décennie écoulée.
- (ii) Une meilleure prise en charge des opérations de conditionnement au niveau du terrain.
- (iii) Une "agressivité" accrue sur les marchés, en particulier pour la variété 'Deglet Nour'.
- (iv) Une libéralisation des circuits d'écoulement.
- (v) L'existence d'un marché intéressant pour la datte aux Etats-Unis, du fait de la présence d'une population originaire des régions productrices (Lafin).
- (vi) Une forte dépendance des pays producteurs méditerranéens envers le marché européen (Ben Othman *et al.*).

Mais également :

- (i) Une présence plus marquée du Ver de la Datte dans le produit.
- (ii) Une plus grande exigence du consommateur, particulièrement au niveau des pays importateurs (Rahmani).
- (iii) Un faible effort de marketing pour la conquête de nouveaux marchés (Djenane).
- (iv) Le très peu d'intérêt accordé par les conditionneurs à la valorisation des variétés secondaires (Nejjar).
- (v) Une méconnaissance de la part des exportateurs des traditions de consommation des pays importateurs.

(vi) Une mévente des variétés sèches au niveau des pays d'Afrique Noire, traditionnellement importateurs.

(vii) La difficulté et le coût de l'expédition des dattes vers les pays d'Extrême-Orient alors qu'ils représentent un marché intéressant.

(viii) La faiblesse des contacts et des échanges entre les pays producteurs.

Le nombre de thèmes présentés et le temps imparti n'ont pas permis à l'atelier de discuter dans le détail le constat de chaque pays.

Propositions et recommandations

La profession

Il est souhaitable que se développe un mouvement associatif et interprofessionnel d'intérêt commun des pays producteurs et consommateurs de la "filiale datte".

La Recherche et le développement

Il est nécessaire de cibler les projets de recherche pouvant à court terme engendrer une plus-value au niveau aussi bien de la production que de la commercialisation, particulièrement dans les domaines de la lutte contre le Ver de la Datte et de la protection des régimes.

Les flux commerciaux

Ils doivent être réorganisés et adaptés aux niveaux local, régional, national, en termes de labels, de marketing, de débouchés et de mesures incitatives.

La standardisation et la normalisation

Des critères de normalisation doivent être définis, aussi bien pour les différentes catégories de 'Deglet Nour' que pour les variétés secondaires.

La valorisation

Il est nécessaire de développer la recherche de débouchés et la promotion à l'exportation pour les variétés autres que la 'Deglet Nour', dans un souci réel et permanent de sécuriser le producteur de dattes.

La circulation de l'information

Celle-ci suppose l'organisation d'un réseau "datte" d'échange d'information sur les flux, sur la valorisation, sur la transformation, sur les aspects commerciaux et économiques.

La coopération internationale

Elle doit porter l'effort sur les problèmes liés au marketing, à la valorisation concrète des variétés secondaires de datte, et à leur utilisation.

Consultations régionales proposées

(i) Journées Méditerranéennes du Djebbar en Algérie (prochaine échéance : mars-avril 1997).

(ii) Fête de la Datte en Europe (prochaine échéance : novembre-décembre 1996).

Résumés des communications de cet atelier

Evolution récente des flux du commerce international de la datte en Méditerranée

Ben Othman Y.* , Greiner D.**

La région méditerranéenne, forte productrice de dattes, est aussi le lieu d'échanges commerciaux importants à l'échelle mondiale, et très orientés du Sud vers le Nord de la Méditerranée : les pays de la rive Sud ont produit en 1993 près de 30% de la récolte mondiale ; la somme de leurs exportations a représenté, la même année, plus de 40% (en valeur) du total des échanges de dattes dans le Monde ; et plus de 95% des exportations de cette rive Sud sont absorbées par l'Europe.

Il existe pourtant des disparités importantes entre les pays du Sud de la Méditerranée, aussi bien au niveau de la production que de la position sur le marché international. Les pays les plus tournés vers l'exportation sont concurrents sur les mêmes marchés. Les déclarations douanières des pays importateurs, traitées par le Centre Français du Commerce Extérieur, permettent de présenter l'évolution récente des échanges de dattes en Méditerranée.

*S/c de J.-Ph. Tonneau, CIRAD-SAR, B.P. 5035, 34032 Montpellier Cedex 1, FRANCE

**Estación Phoenix, Camí del Gat s/n, 03203 Elche (Alicante), ESPAGNE

Commercialisation des dattes en Algérie et perspectives

Djenane A.*

Le marché de la datte algérienne, d'un côté longtemps lié à la France pour l'exportation, et d'un autre côté axé sur une réponse à un marché local à consommation traditionnelle, n'a pas évolué. Avec l'avènement de la libéralisation du commerce extérieur, l'exportation de la datte prend un essor particulier et des perspectives d'investissement dans ce domaine prennent forme. La création d'ateliers de conditionnement orientés vers un commerce de type européen dans un packaging divisionnaire commence à s'installer, en vue de percer des marchés nouveaux. Dans cette communication on fera le point sur la situation actuelle et les tendances.

*Fédération des Producteurs de Dattes, Biskra, ALGERIE

Marketing and Commercialization of Dates in the United States

Laflin B.*

Despite its economic importance world-wide, the greater part of the population of the USA does not know what a date is and has never eaten one. Our task is to educate people about its food value and its merits as a healthful sweet. Principal commercial variety in the USA is the 'Deglet Nour'. The 'Medjool' date, introduced into the USA from Morocco in 1927 is becoming very popular. Selling direct to the consumer brings the highest dollar returns to the farmer. Our dates are sold both on the domestic market and are exported for sale in Europe and Australia.

*Oasis Date Garden, 42905 Caballeros Dr., Bermuda Dunes, California 92201, USA

Problèmes de commercialisation des dattes au Maroc

Nejjar M.*

Les problèmes de commercialisation des dattes marocaines sont le résultat d'un certain nombre de contraintes dont les principales sont : (i) une présentation peu satisfaisante des fruits, due principalement au mode traditionnel de récolte, de stockage et de conditionnement ; (ii) des difficultés de conservation liées en particulier à l'importance des dattes molles et à l'absence de traitement des dattes aussi bien avant qu'après la récolte ; (iii) un faible pourcentage de production commercialisable qui s'explique en particulier par la relative importance des variétés de faible qualité marchande ; (iv) une alternance de production marquée et une saisonnalité de commercialisation ; (v) des circuits de commercialisation mal organisés ; et (vi) une concurrence intense des dattes importées.

*ORMVAT (Office Régional de Mise en Valeur Agricole du Tafilalet), B.P. 17, Errachidia, MAROC

Les marchés de la datte en Tunisie

Rahmani M.*

Parfaitement intégré à l'économie nationale, le secteur des dattes, malgré l'expansion qu'il a connue ces dernières années tant au niveau de la production qu'à l'échelle de l'exportation, doit conjuguer suffisamment d'atouts à même de garantir un accès privilégié au marché de l'Union Européenne (UE) et le développement de ses parts de marché.

*GID (Groupement Interprofessionnel des Dattes), B.P. 247, 1002 Tunis Belvedere, TUNISIE
