

Table de matières

Ilbert H., Sahi L., Hoxha V.

in

Ilbert H. (ed.), Hoxha V. (ed.), Sahi L. (ed.), Courivaud A. (ed.), Chailan C. (ed.).
Le marché des plantes aromatiques et médicinales : analyse des tendances du marché mondial et des stratégies économiques en Albanie et en Algérie

Montpellier : CIHEAM / FranceAgriMer

Options Méditerranéennes : Série B. Etudes et Recherches; n. 73

2016

pages 215-219

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

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=00007160>

To cite this article / Pour citer cet article

Ilbert H., Sahi L., Hoxha V. **Table de matières**. In : Ilbert H. (ed.), Hoxha V. (ed.), Sahi L. (ed.), Courivaud A. (ed.), Chailan C. (ed.). *Le marché des plantes aromatiques et médicinales : analyse des tendances du marché mondial et des stratégies économiques en Albanie et en Algérie*. Montpellier : CIHEAM / FranceAgriMer, 2016. p. 215-219 (Options Méditerranéennes : Série B. Etudes et Recherches; n. 73)



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

Table des matières

Préface	5
Cadre référentiel de l'étude	
I. Description du commanditaire de l'étude : FranceAgriMer.....	5
II. Les missions de FranceAgriMer.....	6
III. L'apport de FranceAgriMer et le développement de la filière des plantes à parfum, aromatiques et médicinales	7
1. Organisation du secteur	7
2. Dispositifs d'aide	9
IV. Le CIHEAM-IAM-M : une organisation internationale de recherche, formation et coopération en Méditerranée	11
1 Recherche & plateforme doctorale.....	11
2. Enseignement & formation	12
3. Coopération & expertise.....	13
4 Animation scientifique et campus.....	13
V. Contexte et justification de l'étude	14
Partie 1.....	17
Marché mondial des plantes : analyse des échanges et de la position de l'Albanie et de l'Algérie	
I. Les plantes : une multiplicité de possibles	19
II. Les catégories statistiques et les marchés de plantes aromatiques, médicinales et à parfum à l'échelle internationale.....	20
III. Les choix des sources et de la méthode	21
IV. Les tendances du marché mondial de matières premières de plantes aromatiques, médicinales et à parfum	22
1. Evolution des échanges, en volume et en valeur (1988 – 2014).....	22
2. Les 15 premiers pays importateurs en volume et en valeur (1994-2013)	24
3. Les 15 premiers pays exportateurs, en volume et en valeur (1994-2013)	27
4. Principales conclusions sur le marché mondial.....	30
V. Place de l'Albanie et de l'Algérie sur le marché mondial.....	31
1. Deux pays contrastés.....	31

2. Deux pays aux origines et destinations divergentes (en valeur)	33
VI. Limites et résultats des données statistiques ; enquêtes complémentaires sur les stratégies d'entreprises	40
1 Limites des analyses statistiques.....	40
2. Principaux résultats des analyses de données Comtrade	41
3. Principaux résultats d'enquêtes conduites auprès d'entreprises importatrices en France.....	41

Partie 2. 45

La dynamique des plantes aromatiques et médicinales en Albanie

I. Démarche et calendrier de l'étude	47
II. Richesse des plantes aromatiques et médicinales en Albanie	49
III. Configuration historique de l'organisation de la filière.....	52
1. Entrepreneurs nationaux et créations de marchés concédés par l'Etat (1920 – 1945)	53
2. Planification d'Etat, propriété étatique et organisation de la production et de la commercialisation sous le régime communiste (1945 – 1990)	54
3. Privatisation et transition vers l'ouverture aux règles du marché mondial (1990 à nos jours).....	56
IV. Principales plantes sauvages, modes de gestion et projets	60
1. La localisation et la liste des principales plantes sauvages	61
2. Capacité productive des habitats des PAM	64
3. Principales plantes exportées	66
4. Modes de gestion et d'exploitation des plantes sauvages	67
5. Projets internationaux en cours	70
V. Cueillette et préservation de la biodiversité	71
1. Cueillette conduite par des populations vulnérables.....	71
2. Une activité difficile conditionnée par les collecteurs	72
3. Listes des espèces menacées.....	73
VI. Principales plantes mises en culture, tranformation et gestion des marchés	75
1. La liste principale des PAM mises en culture et leur localisation	75
2. Capacité productive : les surfaces cultivées en PAM	76
3. Gestion de la culture dirigée par les collecteurs et exportateurs.....	77

4. Une prolifération des surfaces avec l'appui du gouvernement et des agences de développement internationales	78
5. Les marchés des huiles essentielles	79
6. Problèmes de qualité et d'information	82
VII. Organisation de la collecte : activité pilotée par les entreprises d'exportation	83
1. Les petits collecteurs locaux, un nombre difficile à définir	84
2. Les moyennes entreprises de collecte et de transformation régionale	86
3. Les grands entreprises de collecte, de transformation et d'exportation	88
4. Les firmes utilisatrices étrangères des PAM albanaises	90
VIII. Structuration du marché intérieur, stratégies de différenciation et partage de la valeur	91
1. La structure du marché intérieur	91
2. Les stratégies de positionnement sur le marché international et la différenciation	93
3. Répartition peu équitable de la valeur ajoutée	96
IX. Conclusions et perspectives	98

Partie 3

La dynamique des plantes aromatiques et médicinales en Algérie	101
I. La démarche méthodologique	103
II. Les plantes aromatiques et médicinales en Algérie	104
III. Des habitats menacés	106
IV. Les plantes aromatiques produites et consommées en Algérie	108
V. Les principaux acteurs et l'organisation de la filière des plantes aromatiques et médicinales en Algérie	110
1. Les autorités publiques	110
2. Les organismes de recherche	112
3. Les herboristes	113
4. Les transitaires	114
VI. Le marché algérien des plantes à parfum, aromatiques et médicinales	117
1. Les importations et exportations algériennes en plantes.	117
2. Les huiles essentielles	119
3. Les épices	122
VII. Les obstacles et les problèmes de la filière	125

1. L'information	125
2. L'absence d'organisation de la filière	126
3. La concurrence déloyale	126
4. La fluctuation des taux de change	127
5. Difficultés à l'exportation	127
VIII. Programme de recherche et de développement	128
IX. Aspect législatif	129
X. Nouvelles opportunités de marché	130
1. Le figuier de Barbarie.....	131
2. Le caroubier.....	136
XI. Conclusions et perspectives.....	139

Partie 4.

Synthèse du rapport et perspectives.....	141
I. Le marché mondial	143
II. Albanie.....	144
III. Algérie.....	146
IV. Perspectives et recommandations	148

Bibliographie	151
---------------------	-----

Liste des figures.....	157
------------------------	-----

Liste des tableaux	159
--------------------------	-----

Liste des sigles, acronymes et abréviations	160
---	-----

Annexes.....	163
--------------	-----

Annexe Préface	164
-----------------------------	-----

Annexe 0.1. Production scientifique et programmes de recherche sur les PAM du CIHEAM	164
Annexe partie 1 : Marché mondial	178
Annexe 1.1. Les évolutions des importations et exportations de PAM de 1988 à 2014 dans le monde.....	178
Annexe 1 2. Les importations - exportations en volume et valeur pour 15 principaux pays, période 1994-2013	179
Annexe 1.3. Albanie et Algérie : destinations des exportations et des importations de PAM en volume et valeur, période 1994-2013	181
Annexe partie 2 : Albanie	184
Annexe 2.1. Les statistiques des importations et exportations pour les PAM, période 2012-2014	184
Annexe 2.2. Les listes des PAM fournies par les grandes entreprises « Albania Trading Company », « Mucaj » et « AlbDucros Tepelena »	187
Annexe 2.3 Les organigrammes des ministères qui gèrent les PPAM en Albanie	191
Annexe 2.4. Albanie : destinations des exportations et des importations de l'HE en volume et valeur, période 1991-2014.....	193
Annexe 2.5. Les certifications de quelques entreprises d'exportation	195
Annexe 2.6. La marge du profit selon les prix de vente entre les cueilleurs, collecteurs et exportateurs, pour les PAM principales, période 2013	198
Annexes partie 3 : Algérie	199
Annexe 3.1. Familles Botaniques algériennes	199
Annexe 3.2. Liste des plantes menacées en Algérie.....	201
Annexe 3.3. Croissance des importations algériennes en PPAM	207
Annexe 3. 4. Evolution des exportations algériennes en PPAM.....	208
Annexe 3.5. Les marchés fournisseurs de l'Algérie en huiles essentielles et en eaux distillées aromatiques.....	209
Annexe 3.6. Indicateurs commerciaux des huiles essentielles importées par l'Algérie	210
Annexe 3.7. Commerce existant et potentiel entre l'Algérie et la France pour les huiles essentielles	212
Annexe 3.8. Commerce existant et potentiel entre l'Algérie et la France pour les épices.....	213

