

QUELLES DISPARITÉS DE CONSOMMATION DU LAIT ET PRODUITS LAITIERS EN ALGÉRIE À TRAVERS LES RÉGIONS ?

RAMDANE Sidali^{1*}, BRAHIM Mahmoud², TLEMSANI Amine¹, DJERMOUN Abdelkader³
et HADJSADOK Tahar¹

1. Université de Blida 1, Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie, Département Agro-Alimentaire, B.P 270, Route de Soumaa, BLIDA (Algérie)

2. Université de Djelfa, Faculté d'Economie, (Algérie)

3. Faculté des Sciences de la nature et de la vie, Université Hassiba BENBOUALI, Chlef (Algérie)

Reçu le 17/05/2019, Révisé le 21/06/2019, Accepté le 24/06/2019

Résumé

Objectifs : Le présent article porte sur une réflexion démontrant les disparités de consommation du lait et laitages par les algériens, en prenant la région comme étant le paramètre variable.

Méthodes : Les données recueillies dans ce travail ont été effectuées par la méthode d'enquête (entretien), celle-ci a ciblé un échantillon de 2830 ménages réparti sur 27 wilayas.

Résultats : Les résultats obtenus dévoilent que la consommation est changeante à travers les quatre régions enquêtées, avec une meilleure position des régions du Nord, en particulier la région du Centre, à l'inverse des ménages de la région du Sud. Le lait recombinaison en sachet ou en poudre est le principal produit consommé, la consommation des produits laitiers montrent clairement la différence de consommation entre les populations et reflète ainsi les niveaux de disparités régionales.

Conclusion: Notre étude a montré l'importance du lait et produits laitiers sur la table des ménages algériens, en particulier le lait recombinaison et en poudre, pour l'ensemble des régions à des niveaux distingués, ceci peut s'expliquer par nombreux facteurs, tel que, l'amélioration du modèle de consommation algérien, ainsi que l'installation de nouvelles unités de transformation, sans oublier les efforts montrés par l'Etat à travers les importations afin de combler le manque de la production nationale et l'envie de satisfaire les besoins des algériens en cette matière

Mots clés : Région, lait, laitage, ménage, consommation, Algérie.

WHAT DIFFERENCES IN CONSUMPTION OF MILK AND DAIRY PRODUCTS IN ALGERIA THROUGH THE REGIONS?

Abstract

Objectives: This article focuses on a reflection on the disparities in the consumption of milk and dairy products by Algerians, taking the region as the variable parameter.

Methods: The data collected in this work was done by the survey method (interview), which targeted a sample of 2830 households in 27 wilayas.

Results: The results show that consumption is changing across the four regions surveyed, with a better position in the northern regions, particularly the Central region, unlike households in the Southern region. Recombined milk in sachets or powders is the main product consumed, the consumption of dairy products clearly shows the difference in consumption between populations and thus reflects the levels of regional disparities.

Conclusion : Our study showed the importance of milk and dairy products on the table of Algerian households, especially recombined and powdered milk, for all regions at differentiated levels, this can be explained by many factors, such as , the improvement of the Algerian consumer model, as well as the installation of new processing units, not to mention the efforts shown by the State through imports in order to fill the lack of the national production and the desire to satisfy the Algerian needs in this area.

Keywords: Region, milk, dairy, household, consumption, Algeria.

* Auteur correspondant: RAMDANE Sidali, E-mail : ramdanesidali@yahoo.fr

INTRODUCTION

Le lait a été l'une des pierres angulaires de la nutrition humaine depuis des siècles. Le lait contient des protéines d'origine animale, la graisse, le lactose, les vitamines et les minéraux qui sont nécessaires pour une alimentation suffisante et équilibrée [1, 2].

Le lait et les produits laitiers sont consommés par l'Homme depuis plusieurs milliers d'années, depuis que l'élevage s'est installé au néolithique. Aujourd'hui sa consommation est universelle, mais variable selon les populations, en fonction des traditions, de la disponibilité et de l'histoire des peuples. Des populations pastorales africaines telles que les Masaïs ou les Fulani en sont de gros consommateurs, alors que d'autres, tels que les Eskimos ou les Thaïs en consomment peu [3]. Le lait est défini comme le premier aliment de l'enfant dans sa première étape de croissance, il contient dans des proportions et selon les équilibres répondant aux besoins de l'enfant, les éléments nutritionnels indispensables à une croissance harmonieuse.

Le lait et les produits laitiers appartiennent au groupe d'aliments dits protecteurs. Pour le plus grand nombre de la population, le lait est un produit accessible par son prix. Il vient combler le déficit en protéines animales et assurer une ration alimentaire plus ou moins équilibrée. Tous les efforts menés par l'Etat algérien pour améliorer la production se sont soldés par des fluctuations peu convaincantes et ne répondent que partiellement aux besoins croissants de la population [4].

L'aval de la filière lait est le maillon le plus dynamique grâce à la politique de subvention des prix à la consommation. En outre, l'Etat intervient dans la régulation du marché du lait en ajustant par tous les moyens entre l'offre et la demande [5].

L'évolution de la consommation alimentaire est le reflet des transformations des sociétés [6, 7]. La consommation des ménages a fait l'objet de peu d'études et de recherches, comparativement aux autres activités économiques principales, comme la production, l'épargne, l'investissement, la distribution [8].

En raison de l'importance de ces produits, sur les plans production et consommation, notre enquête s'intéresse à la connaissance de la situation alimentaire et nutritionnelle de la population algérienne, toute en mettant l'accent sur les disparités régionales.

Le groupe du lait et produits laitiers occupe la deuxième place parmi les produits alimentaires importés en Algérie, il représente en moyenne 18,4% de la facture alimentaire totale pour un montant moyen de 868 million de dollars par an [9, 10].

MÉTHODOLOGIE

Les enquêtes alimentaires ont comme finalité de fournir des informations précieuses pour des études et des analyses, dont le but est de dégager les mesures et les outils à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs socio-économiques et politiques. L'enquête répond aux besoins du planificateur, du chercheur ainsi qu'aux responsables de tout niveau. « Connaître les conditions de vie et surtout la situation nutritionnelle des ménages semble être, pour notre époque, un impératif, si l'on veut satisfaire pleinement aux objectifs du politique et réussir le pari d'un développement qui corrige les déséquilibres entre catégories sociales » [11].

Dans cette optique, nous avons réalisé une enquête auprès des ménages algériens durant une année (de mars au mois de février de l'année suivante) pour la période de 2010 à 2015, afin d'analyser les effets de saisonnalité de la consommation. Cette enquête a porté sur 2830 ménages des quatre coins de l'Algérie.

L'enquête "ménages" a été privilégiée par rapport à l'enquête "individus"; par conséquent, la consommation "hors foyer" n'a pas été relevée lors de l'investigation sur le terrain.

Selon Pale [12], les déterminants de la consommation, d'après la littérature sont de plusieurs ordres.

Dans les études réalisées au Sénégal par exemple, Broutin *et al.* [13] font état du lieu de résidence, du revenu, du prix des produits, de la variation saisonnière et des habitudes alimentaires. Quant à Corniaux *et al.* [14], ils font état du prix, du goût, de l'hygiène, du conditionnement, de la disponibilité et des coutumes alimentaires comme étant des critères de choix ou de non choix de certains produits laitiers offerts.

Dans ce travail, nous avons choisi le paramètre région comme variable explicative des disparités de consommation du lait et des produits laitiers, la région correspond selon Sarni [15], à une « entité territoriale à l'intérieur de laquelle interagissent les facteurs caractéristiques du milieu physique,

et ceux qui expriment les spécificités de l'action humaine selon les modalités techniques et sociales propres à chaque civilisation et à chaque groupe humain ».

Les informations sont collectées à l'aide d'une enquête structurée en deux parties. Dans la première partie, nous avons rassemblé les principales caractéristiques des ménages. Ceux-ci incluent, le type de ménage (nucléaire, couples sans enfants ou couples avec enfants ; ou traditionnel, c'est-à-dire la famille élargie), la taille du ménage, l'âge, l'éducation et la profession du chef de ménage et le type de dépense, lieu de résidence... Le deuxième volet comporte les quantités consommées en une semaine (de chaque saison), suivi d'une extrapolation pour faire sortir les quantités consommées par ménage et par an. Ces informations, nous ont permis de classer les ménages en fonction du paramètre choisi dans cette article à savoir la région selon les critères de classification de l'office national des statistiques en Algérie [16], ceci nous permet d'avoir la répartition suivante : Centre (1230 ménages), Est (600 ménages), Ouest (500 ménages) et le Sud (500 ménages).

Les produits alimentaires sont rassemblés en groupes de produits, tels que le groupe de lait et dérivés dans des tableaux, en mettant en relief la consommation totale, la ration alimentaire type souhaitable (R.A.T.S) établi

par Marcel Autret [17], le taux de couverture par rapport à cette ration, ainsi que les principaux produits dans le groupe alimentaire, avec leurs parts relatives dans le total de groupe. Le groupe du lait et produits laitiers a nécessité des conversions des produits consommés, de Tel qu'Acheté (TA) en les exprimant en Equivalent Lait Frais (ELF). Notons que les résultats sont calculés et exprimés en per capita par an pour le volet alimentaire et par personne/jour pour la partie nutritionnelle.

Une étude statistique est nécessaire pour déterminer les groupes homogènes de consommation pour le lait et ses dérivés à travers les déciles. Les moyennes calculées ont été comparées selon le test de Student ($\alpha = 5\%$) [18], en les comparant deux à deux en utilisant l'Excel version 2016.

RÉSULTATS

1. Caractéristiques de l'échantillon

1.1. Répartition des ménages en fonction de la taille des ménages

Le tableau ci-dessous (tab. 1) permettra d'afficher la répartition de notre échantillon par rapport à la taille des ménages selon les régions.

Tableau 1 : Répartition des ménages en fonction de la Taille de ménages

Taille de ménage		2	3 à 5	6 à 8	9 à 11	+ 12
CENTRE	Nombre	111	382	603	109	25
	(%)	9,02%	31,05%	49,02%	8,86%	2,03%
EST	Nombre	43	198	278	67	14
	(%)	7,16%	33,00%	46,33%	11,17%	2,33%
OUEST	Nombre	53	131	251	57	8
	(%)	10,60%	26,20%	50,20%	11,40%	1,60%
SUD	Nombre	27	129	256	67	21
	(%)	5,40%	25,80%	51,20%	13,40%	4,20%
TOTAL	Nombre	234	840	1388	300	68
	(%)	8,26%	29,68%	49,04%	10,60%	2,40%

Le tableau (tab. 1) montre que la répartition des ménages enquêtés selon la taille la tranche de 6 à 8 personnes est la plus dominante qui occupe près de la moitié de la population enquêtée (49,04%), réparti à travers les quatre régions étudiées comme suit, la région du Centre a 49,02% (603 ménages) suivi de l'Ouest à 278 ménages (46,33%), le Sud et l'Est respectivement à 256 ménages (51,20%) et 251 ménages (50,20%). La taille de 3 à 5

personnes par ménage dont la part relative du total des ménages enquêtés se positionne à la seconde place en oscillant de 25,80% (Sud, soit 129 ménages) à 33% (Est, soit 198 ménages), avec une moyenne de l'échantillon de 840 ménages (soit 29,68%). La tranche de 9 à 11 personnes et celle de deux individus enregistrent des parts moyennes en ordre de 10,60% (300 ménages) et 8,26% (234 ménages),

pour passer aux ménages élargis en enregistrant seulement 2,40%, avec la prédominance relative de ce type de ménages à plus de 12 personnes dans la région du Sud. La taille moyenne des ménages est de 5,15 personnes, en variant de 5,00 à 5,54 habitants entre la région du Centre et le Sud.

L'enquête sur les dépenses de consommation et le niveau de vie des ménages algériens réalisée par l'Office National des Statistiques (ONS) en 2011 a révélé que la taille moyenne

des ménages algériens est de 6,02 personnes par ménage [19], la taille moyenne de notre échantillon est en dessous du résultat de l'ONS, soit de 5,15 individus.

1.2. La répartition des ménages en fonction de l'âge de chef de ménage

Le tableau (tab. 2) permettra de présenter la répartition de l'âge moyen des individus de l'échantillon selon les régions.

Tableau 2 : Répartition des ménages en fonction de l'âge moyen des individus.

Age		20 à 29	30 à 39	40 à 49	50 à 59	60 à 69	+ 70 ans
CENTRE	Nombre	38	184	432	307	221	48
	(%)	3,08%	14,95	35,12	24,95	17,98	3,91%
EST	Nombre	25	79	181	171	92	52
	(%)	4,16%	13,14	30,16	28,50	15,33	8,66%
OUEST	Nombre	27	69	170	135	74	25
	(%)	5,40%	13,80	34,00	27,00	14,80	5,00%
SUD	Nombre	34	80	123	122	90	51
	(%)	6,80%	16,00	24,60	24,40	18,00	10,20%
TOTAL	Nombre	124	412	906	735	477	176
	(%)	4,38%	14,55	32,01	25,97	16,85	6,23

Le tableau ci-dessus (tab. 2) illustre que l'échantillon que nous avons enquêté est constitué d'une grande proportion des classes de 40 à 49 ans et 50 à 59 ans de l'âge des individus qui occupent près du tiers et le quart de l'effectif total à 906 et 735 ménages en ordre, avec une variabilité de 35,12% au Centre à 24,60% au Sud pour la première catégorie, alors que, la seconde dont les pourcentages à travers les régions passent de 24,40% au Sud à 28,50% à l'Est. Les classes de 30 à 39 ans et 60 à 69 ans enregistrent en moyenne respectivement 412 ménages (14,55%) et 477 ménages (16,85%), à l'inverse, les tranches extrêmes dont les chefs de ménages sont les plus jeunes (de moins 30 ans) et ceux des plus âgées (+ de 70 ans) sont moins nombreux dans notre échantillon, soit 4,38% (124 ménages) et 6,23% (176 ménages). La moyenne d'âge de notre échantillon est de 50,19 ans.

2. Consommation du lait et dérivés

Le lait et dérivés ont une grande place sur la table des algériens, vu que trois des quatre régions ont une satisfaction par rapport à la ration alimentaire type souhaitable en Algérie -R.A.T.S.- à 143,75% (143,75kg), 133,78% (107,03kg) et 127,41% (101,91kg) pour les régions du Centre, l'Est et l'Ouest dans l'ordre,

alors que seul le Sud accuse un déficit de -11,81% (70,55kg); la moyenne nationale est de 96,96kg (121,20%). Par ailleurs, le Centre dépasse la moyenne nationale à plus de +18,60%, l'Est, Ouest en ordre à +10,38% et +5,13%, alors que le Sud enregistre un indice d'évolution de la moyenne en lait et dérivés en Algérie -27,33% (Fig. 1 et 2).

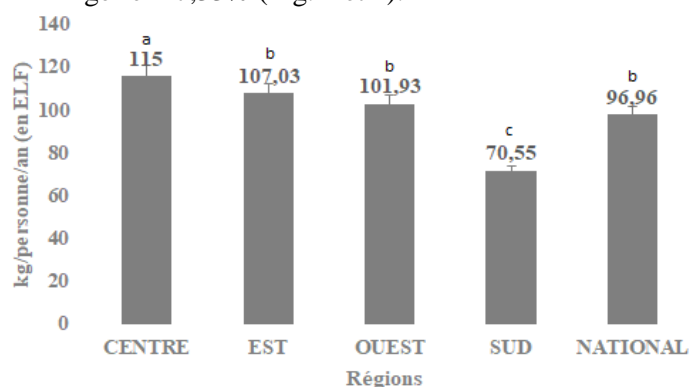


Figure 1 : Consommation de lait et produits laitiers en fonction des régions en Algérie

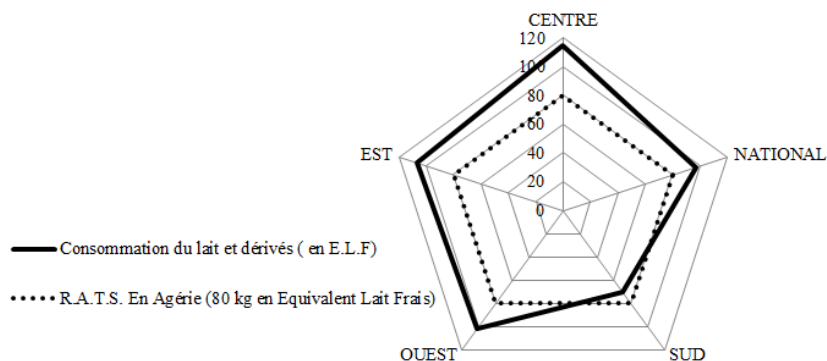


Figure 2 : Consommation de lait et produits laitiers en fonction des régions en Algérie comparée à la Ration Alimentaire Type Souhaitable (R.A.T.S = 80Kg).

3. Consommation du lait frais et en poudre

Le lait frais représente plus des 2/5^{ème} du groupe dans le Centre et l'Ouest, un peu plus du tiers à l'Est et près du quart dans le Sud, pour des quantités consommées allant de 54,98kg, 44,17kg, puis 39,28kg, pour chuter à 17,77kg respectivement, avec une moyenne de consommation de notre échantillon à 48,79kg (52,74%). Le lait en poudre, en tant que complément du lait frais, est plus important en part relative du total dans les régions du Sud et de l'Est, à près des 7/10^{ème} et 53,20% dans l'ordre, alors que pour la population du Centre et de l'Ouest, nous enregistrons en moyenne des 2/5^{ème} du lait et dérivés occupées par le lait en poudre. Par contre la consommation est autre, puisque l'Est vient en première position à 5,56kg (55,55kg en ELF), suivi par le Sud et Centre respectivement avec 4,94kg (49,43kg en ELF) et 4,61kg (46,09kg en ELF), et enfin l'Ouest à 3,90kg (49,43kg en ELF) (Fig. 3 et 4).

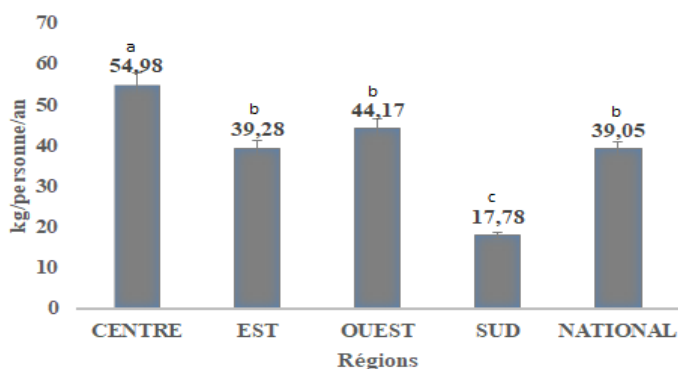


Figure 3 : Evolution de la consommation du lait frais en fonction des régions en Algérie.

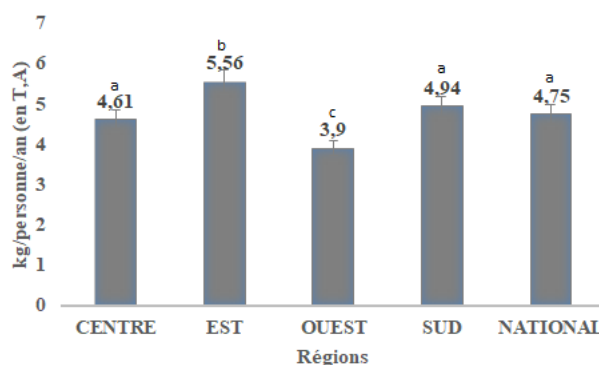


Figure 4 : Evolution de la consommation du lait en poudre en fonction des régions en Algérie.

4. Consommation des laitages

Le petit lait est consommé en premier dans la région de Ouest à 10,91kg (13,64kg en ELF) avec une part relative dans le groupe de 13,10%, suivie par les ménages du Centre à 6,57kg (8,21kg en ELF) en occupant 7,64% du total groupe, en troisième place se positionne la population de la région Est avec moins de la moitié de ce qui est consommé à l'Ouest avec un apport de 5,16kg (6,45kg en ELF) et un prorata du groupe lait et dérivée de 6,10%. En revanche, la population du Sud enregistre des quantités infimes consommées en petit lait de l'ordre de 0,10kg en ELF (0,08kg en T.A) (Fig. 5).

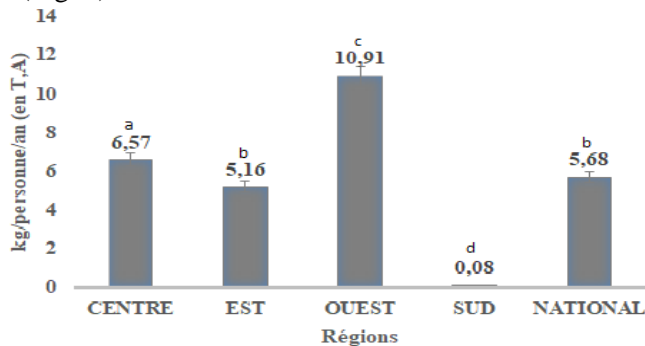


Figure 5 : Evolution de la consommation du petit lait en fonction des régions en Algérie.

Le lait caillé occupe la quatrième place dans le groupe avec une consommation relativement élevée dans la région de l'Est à 2,66kg (2,53% du total), suivie par le Centre et l'Ouest respectivement à 2,09kg et 1,64kg avec en moyenne 1,83% et 1,46% dans le total groupe pour chaque région. Par contre, la consommation de la population du Sud est minime avec 0,52kg seulement. La consommation moyenne de la population sondée est de 1,75kg (1,81%) (Fig. 6).

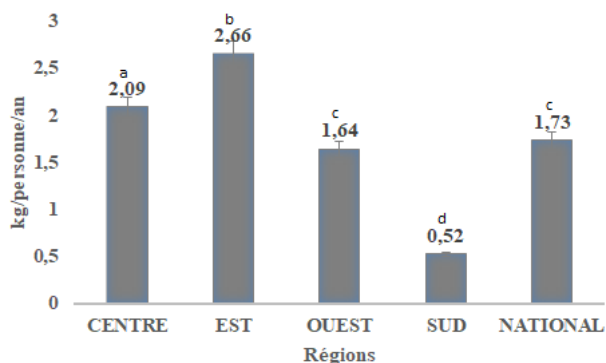


Figure 6 : Evolution de la consommation du lait caillé en fonction des régions en Algérie.

Les fromages, yaourts et autres sont plus appréciés par les régions du Nord autour de 0,25kg (en T.A) en moyenne (de 1,43 à 1,76% du total). Cette quantité baisse à 0,16kg (1,41%) au Sud pour les fromages et 1,02kg en T.A pour les autres produits au Centre, suivis par l'Ouest avec 0,75kg en T.A., puis 0,53kg en T.A. et 0,67kg en T.A respectivement pour la population du Sud et de l'Est (Fig. 7 et 8).

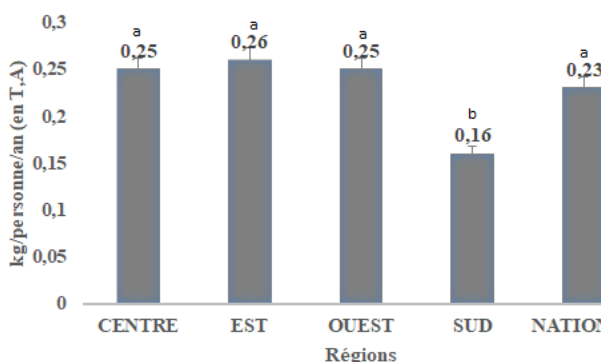


Figure 7 : Evolution de la consommation des fromages en fonction des régions en Algérie.

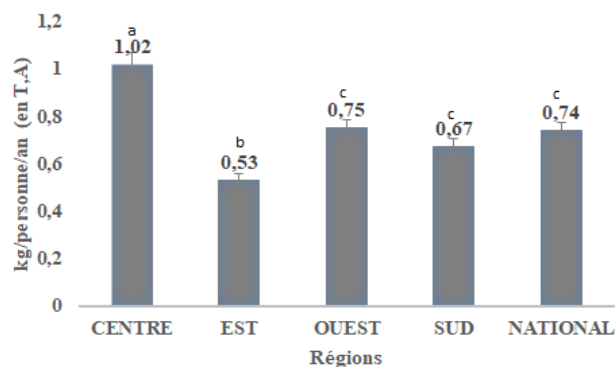


Figure 8 : Evolution de la consommation du yaourt et autres laitages en fonction des régions en Algérie.

DISCUSSION

L'étude de la consommation, nécessaire pour connaître dans sa cohérence d'ensemble la filière lait comme toute autre filière, est particulièrement complexe. La situation actuelle est le résultat en partie des politiques antérieures de l'Etat, en favorisant cette consommation, qui est liée aux importations et exposée actuellement aux changements du pouvoir d'achat, qui pousse probablement à une segmentation de la demande, isolant les ménages à faible revenu. L'offre s'est diversifiée et pourra se diversifier encore, surtout que le lait et ses dérivés sont des produits fortement marqués culturellement, avec une forte valeur symbolique lié surtout à l'hospitalité, mais il faut préciser qu'il n'est pas sûr que cette valeur soit octroyée au lait recombinaison, du moins quand il est identifié comme tel et qu'il est possible qu'un modèle alimentaire est en voie d'émerger sur la base de la transformation des modèles précédents, surtout en direction des ménages à revenus et dépenses élevés, en particulier dans le Nord de l'Algérie, d'où les régions du Centre, l'Est et l'Ouest, ce qui pourrait écartier relativement la région du Sud.

Pour les contraintes budgétaires et la manière dont elles interagissent avec les représentations de l'aliment souhaitable pour orienter les choix d'achat, il a été montré à travers notre enquête que le niveau de la consommation est étroitement lié aux ressources et dépenses des ménages en premier lieu, mais d'autres paramètres interviennent, le cas du lieu de résidence (la région d'habitat) de notre étude reste aussi un élément décisif dans la détermination de la situation de consommation des ménages enquêtés, d'où l'effet de la régionalisation sur le comportement des consommateurs.

L'offre en lait accessible aux consommateurs se distingue par catégories du lait dit de vache, produit par l'élevage local, et le lait importé sous forme de poudre et, soit reconstitué entre les deux (lait en sachet), ce dernier dont le prix est subventionné par l'Etat, car l'Algérie, dont la politique laitière suivie depuis de longues années a toujours privilégié l'aide à la consommation en mettant à la disposition du consommateur un lait de bon marché, fabriqué à partir de poudre de lait anhydre importée [20, 21] [22], ceci est montré plus pour le lait en sachet, à l'inverse des produits laitiers.

La consommation de lait et dérivés a connu une augmentation rapide, elle passe successivement de 54kg/habitants/an en 1970 à 112kg/habitants/an en 1990, pour atteindre les 120kg [23]. Notre enquête a révélé une consommation moyenne de 96,96 Kg/personne/an, Néanmoins, il faut préciser que cette moyenne nous cache de grandes disparités entre les régions, en particulier entre les régions du Tell (Centre, Est et Ouest) d'un côté et le Sud de l'autre.

Cette consommation en lait est loin d'être comparée à ce qui est consommé par d'autres peuples, tel que le finlandais (132 kg/an), l'australien (109,3kg) et l'anglais (106,2kg) de lait seulement [24], contre 83,85 kg (lait frais de vache et lait en sachet en Equivalent Lait Frais) en moyenne ingérée par notre échantillon, qui est très proche de ce qui est consommé par l'espagnole (83,2 kg), par contre le chinois, le turque, l'ukrainien et l'égyptien en consomment relativement peu à 15,9kg, 16,5kg, 19,9kg et 24,5 Kg en ordre [24].

Dans la catégorie des laitages, le fromage reste le produit le plus apprécié. Les plus gros amateurs au monde de fromages sont les français, les allemands, les italiens puis les hollandais qui consomment respectivement 26,2 kg, 24,3 kg, 20,9kg et 19,4kg. Notre échantillon en consomme que très peu, à seulement 0,25 kg, en dépassant le chinois (0,1kg), il se situe en dessous du colombien (0,9kg) et l'égyptien (1,5 kg) [24].

Tableau 3 : Quantité de lait et dérivés consommée selon les régions en Algérie (Kg/tête/an)

	CENTRE	EST	OUEST	SUD	NATIONAL
A/LAIT & DERIVES (E.L.F)	115,00	107,03	101,93	70,55	96,96
	± 4.04	± 3.74	± 3.44	± 3.11	± 3.38
R.A.T.S. EN ALGERIE	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
TAUX DE SATISFACTION	143,75	133,78	127,41	88,19	121,20
IND.DEVOL./NATIONAL	118,60	110,38	105,13	72,77	100,00
a- LAIT FRAIS	54,98	39,28	44,17	17,78	39,05
	± 2.34	± 1.99	± 2.08	± 1.53	± 1.91
a/A (%)	45,78	35,83	42,55	24,96	37,28
b- LAIT EN POUFRE (T.A)	4,61	5,56	3,90	4,94	4,75
	± 1.04	± 1.19	± 0.89	± 1.12	± 1.07
b'- LAIT EN POUFRE (E.L.F)	46,09	55,55	38,97	49,43	47,51
b'/A (%)	42,18	53,20	39,95	71,50	51,71
c- PETIT LAIT (T.A)	6,57	5,16	10,91	0,08	5,68
	± 1.75	± 1.61	± 2.05	± 0.01	± 1.94
c'- PETIT LAIT (E.L.F)	8,21	6,45	13,64	0,10	7,10
c'/A (%)	7,64	6,10	13,10	0,10	6,74
d- LAIT CAILLE (T.A)	2,09	2,66	1,64	0,52	1,73
	± 0.77	± 0.95	± 0.48	± 0.31	± 0.54
d'- LAIT CAILLE (E.L.F)	2,09	2,66	1,64	0,52	1,73
d'/A (%)	1,83	2,53	1,46	0,60	1,61
e- FROMAGES (T.A)	0,25	0,26	0,25	0,16	0,23
	± 0.02	± 0.02	± 0.02	± 0.01	± 0.02
e'- FROMAGE (E.L.F)	2,01	2,11	2,02	1,32	1,87
e'/A (%)	1,43	1,60	1,76	1,41	1,55
f- YAOURT & AUTRES (T.A)	1,02	0,53	0,75	0,67	0,74
	± 0.16	± 0.07	± 0.09	± 0.11	± 0.12
f'- YAOURT&AUTRES	1,62	0,96	1,48	1,41	1,37
f'/A (%)	1,14	0,74	1,18	1,42	1,12

La consommation de yaourts, desserts lactés et autres très marginale pour notre population enquêtée, cela est guidé essentiellement par le pouvoir d'achat de la population, surtout que leurs prix sont libres sur le marché, à l'inverse du lait en sachet, dont le prix est fixé à 25 Da (Dinar algérien), soit 0,22\$. L'offre des laitages produits localement ou importés s'est diversifiée sur le marché algérien, avec une nette augmentation des entreprises dans cette branche, en plus que l'Algérie s'est ouverte à une large gamme de ces produits provenant de l'étranger, en particulier des marques renommées à l'échelle mondiale.

Le lait fermenté (lait caillé ou raïb) et le petit lait (lben) sont en grande partie des produits attachés aux traditions culinaires, et qui sont liés en général aux fêtes familiales, religieuses, en accompagnant un certain nombre de plats coutumiers, tel que le couscous, rechta [25].

Les masses médias ont de nos jours un effet certain sur le comportement des consommateurs, avec un état de ce qu'on pourrait appeler la conscience nutritionnelle en générale et sur les représentations du lait en tant qu'aliment, comme soin ou comme plaisir, et sur les choix des mères de famille qui sont ainsi influencés [26].

CONCLUSION

A l'issue de la présente étude, qui nous a montré l'importance du lait et produits laitiers sur la table des ménages algériens, en particulier le lait en sachet (lait recombinaé) et en poudre, pour l'ensemble des régions, avec une nette disparité entre les régions du Nord (Centre, Est et l'Ouest) d'une part et d'autre part la région du Sud. En Algérie, la consommation moyenne du lait à travers notre enquête est évaluée à 96,96litres/habitant/an, ce qui correspond cinq à six fois plus que ce que consomme un africain subsaharien. Cette consommation résulte notamment par de nombreux facteurs, tel que, l'amélioration du modèle de consommation algérien, ainsi que l'installation de nouvelles unités de transformation, sans oublier les efforts déployés par les pouvoirs publics à travers les importations afin de combler le manque de la production nationale et le désir de satisfaire les besoins de la population en cette matière, la consommation ne devrait pas connaître un recul, même en cas de suppression totale des subventions,

pour la simple raison que le lait constitue une source protéique animale accessible à la majorité de la population, néanmoins, malgré ces efforts de l'Etat, le citoyen de la région du Sud reste marginalisé, par un manque de développement, sur le plan de désenclavement des zones difficiles d'accès, et l'éloignent des groupements de population les uns des autres, ceci rend difficile la distribution et la commercialisation de ces produits, en particulier avec des conditions climatiques ardues (chaleur excessive) pour des denrées facilement périssables, ainsi qu'un manque flagrant d'unités de transformations laitières dans cette région.

Les produits laitiers dont la consommation est intensément liée au niveau de vie des ménages, en particulier les revenus et les dépenses, mais d'autres facteurs font aussi la différence, pour notre étude l'appartenance à tel ou tel région spécifiée des situations de consommation distinguées, ce qui contribue à des niveaux de consommation dérisoires pour les uns légèrement améliorés pour les autres, ces derniers en particulier dans la région du Centre s'orientent de plus en plus vers des produits plus raffinés, peu consommés, car très chers sur le marché, à l'inverse de la population de la région du Sud pour certains laitages.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- [1]. **Onurlubaş E. et Yılmaz N. (2013).** The factors affecting milk consumption preferences of the consumers in Edirne Keşan township. *Journal of Food, Agriculture and Environment, Helsinki*, 11 (3): 516-518.
- [2]. **Tekinsen K. and Tekinsen O.C. (2005).** Aflatoxin M1 in white pickle and van otlu (herb) cheeses consumed in southeastern Turkey. *Journal of Food, Agriculture and Environment, Helsinki*, 16(7) : 565-568.
- [3]. **Lecerf J.M. (2010).** Lait et santé, rumeurs vérités et qualité scientifique, <http://julienriou.com/anaislaffo/nd/siteweb/wp-content/uploads/2010/12/produits-laitiers.pdf>, consultés 15/01/2019.
- [4]. **Kherzat B. (2007).** Essai d'évaluation de la politique laitière en perspective de l'adhésion de l'Algérie à l'Organisation Mondiale du Commerce et à la Zone de Libre Echange avec l'Union Européenne. Mémoire de magister en sciences agronomiques, Spécialité : Economie rurale, Option : Développement rural, Institut National

- Agronomique –EL HARRACH- Alger, 109 p.
- [5]. **Souki H. (2009)**. Les stratégies industrielles et la construction de la filière lait en Algérie : portée et limites. *Revue Campus de l'université Mohamed Mammeri-Tizi Ouzou*, 15 : 3-15.
- [6]. **Malassis L. (1988)**. Histoire de l'agriculture, histoire de l'alimentation, histoire générale. *Economie rurale*, 184 : 192-198.
- [7]. **Chikhi K. et Padilla M. (2014)**. L'alimentation en Algérie, quelle forme de modernité. *Revue New Medit*, 13 (3) : 50-58.
- [8]. **Bouyacoub A. (2012)**. La consommation des ménages 1962-2012 : Quelles caractéristiques ? Colloque international, « Algérie : cinquante ans d'expériences de développement, Etat-Société-Economie » Centre de Recherches en Economie Appliquée pour le Développement, Alger : 91-113.
- [9]. **CNIS (2013)**. *Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie*. Ministère des finances. Direction Générale des Douanes, 156p.
- [10]. **Makhlouf M., Montaigne E. et Tessa A. (2015)**. La politique laitière algérienne : entre sécurité alimentaire et soutien différentiel de la consommation. *Revue New Medit*, 1: 12-23.
- [11]. **Padilla M. et Thiombiano T. (1992)**. *Consommation et demande alimentaires*. In : Initiation à l'économie agro-alimentaire, ouvrage collectif sous la coordination de Malassis L. et Ghersi G., Université francophone, UREF, Edition Hatier, Paris. 335p.
- [12]. **Pale E. (2006)**. Analyse de la consommation du lait et produits laitiers, le cas de la ville de Bobo-Dioulasso. Mémoire d'ingénieur du développement rural, option : Sociologie et Économie Rurales, université polytechnique de Bobo-Dioulassou, Burkina Faso. p45.
- [13]. **Broutin C., Francois M., Ndoye F., Sokona K. et Marpeau G. (2002)**. Analyse de la consommation des produits laitiers à Kolda. Programme INCO MPE agroalimentaires, Synthèse des résultats. Dakar : GRET. Enda GRAF, 21p.
- [14]. **Corniaux C., Niafo Y., Pocard Chapuis R. et Coulybaly D. (2005)**. Consommation de lait et de produits laitiers dans les ménages de Ségou. Ségou : Projet FSP Lait, 22p.
- [15]. **Sarni A., (1985)**. Aménagement du territoire et planification régionale en Algérie. *Revue du CE.N.E.A.P.*, 1 (4) : 35-48.
- [16]. **ONS (2011)**. Collections Statistiques n° 163/2011 Série S : Statistiques Sociales Armature urbaine, RGPH 2008.
- [17]. **Autret M. (1978)**. *Analyse nutritionnelle de l'enquête nationale sur la consommation et les budgets des ménages - Algérie-AARDES et FAO*, Rome, 368p.
- [18]. **Dagnelie P. (2003)**. *Principes d'expérimentation, planification des expériences et analyse de leurs résultats*. Ed. Les presses agronomiques de Gembloux, Gembloux, Belgique. p39
- [19]. **ONS (2011)**. Collections Statistiques n° 163/2011 Série S: Statistiques Sociales Armature urbaine - RGPH 2008.
- [20]. **Amellal R. (1995)**. La filière lait en Algérie : entre l'objectif de la sécurité alimentaire et la réalité de la dépendance. Les agricultures maghrébines à l'aube de l'an 2000. *CIHEAM, Options Méditerranéennes*, B 14 : 229-238.
- [21]. **Bencharif A. (2001)**. Stratégie des acteurs de la filière lait en Algérie : état des lieux et problématiques. In : Les filières et marchés du lait et dérivés en Méditerranée. *Option Méditerranéenne*, B 32 :25-45.
- [22]. **Belhadia M., Yakhlef H., Bourbouze A. et Djermoun A. (2014)**. Production et mise sur le marché du lait en Algérie, entre formel et informel. Stratégies des éleveurs du périmètre irrigué du Haut-Cheliff. *Revue New Medit*, 1 : 41-49.
- [23]. **Kacimi El Hassani S. (2013)**. La dépendance alimentaire en Algérie : importation de lait en poudre versus production locale, quelle évolution ? *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(11):34-45.
- [24]. **CNIEL (2012)**. Le comportement des consommateurs. Le Centre National Interprofessionnel de l'Economie laitière, Paris. <http://www.produits-laitiers.com/le-comportement-des-consommateurs/>, consulté le 22.01.2019.
- [25]. **Ramdane S., Brahim M., Djermoun A. and Hadjsadok T., (2017)**. Consumption of milk and dairy products according to deciles: survey of algerian households. *Revue Agrobiologia*, 7(1): 371-381.
- [26]. **Chaulet C. (2000)**. Consommation du lait et des produits laitiers. In séminaire international SAFLAIT (Séminaire Atelier Filière LAIT), 6-7 juin 2000, Institut d'Agronomie, Université de Blida (Algérie), p45-52.