

CAHIER DES CHARGES

I. Informations générales

Intitulé de la mission	Etude des potentialités de valorisation/transformation des produits de la pêche et de l'aquaculture sur les marchés BtoB ¹ »
Bénéficiaire(s)	Programme Economie Bleue (Expertise France)
Pays	Algérie
Durée totale des jours prévus	5 mois avec tacite reconduction de 5 mois

II. Contexte et justification du besoin

Avec plus de 2100 km de côte, 46 ports de pêche, abris de pêche, plus de 60 plages d'échouage et plus de 60 entreprises privées du secteur de l'aquaculture marine et continentale (source SD-STAT – MPPH), l'Algérie vise à l'horizon 2035 à atteindre une production annuelle issue de la pêche maritime de 200.000 tonnes, dont 20.000 tonnes à travers le développement de la pêche hauturière et l'exploitation de nouvelles espèces et 100 000 tonnes issues de l'aquaculture, ainsi que la création de 33.000 nouveaux emplois dans le secteur de la pêche (plan Aquapêche 2020 élaboré en 2014).

Pour atteindre ces résultats, le secteur de la pêche et de l'aquaculture a tracé plusieurs objectifs dont l'amélioration de l'accès des algériens aux produits de la pêche et de l'aquaculture en vue d'atteindre à l'horizon 2030 un taux de consommation des produits de la pêche de l'ordre de 6.2 kg/ha/an et la mise en place de tous les outils et mécanismes nécessaires pour assurer une exploitation durable des ressources halieutiques (Aquapêche 2020).

Ainsi, et à partir de 2016, la production aquacole en Algérie a connu une augmentation progressive pour atteindre une production annuelle totale (marine et continentale) de 5100 tonnes en 2018. Durant cette période le nombre d'investissements et de projets a également connu une progression significative bien que les objectifs de production des fermes marines et continentales en exploitation ne soient toujours pas atteints.

Localement, la demande nationale de produits halieutiques, dont aquacoles, n'est pas encore satisfaite et l'écart entre la demande et l'offre reste encore important selon le rapport de la FAO 2018 (La situation mondiale des pêches et de l'aquaculture. Résumé.CA0191FR /1 /07.18).

En ce qui concerne le marché extérieur, le volume des exportations a atteint environ 2000 T en 2019 (ONS 2020), tandis que la filière aquacole n'est pas encore entrée en exportation car, entre autres, les prix des produits aquacoles en Algérie sont plus élevés que ceux des pays voisins et européens. La

¹ BtoB : Business to Business. Il s'agit des marchés où le client final est une entreprise. Dans notre cas il pourrait s'agir de restauration collective, de bases de vie...

filière aquacole n'est pas suffisamment structurée et aucune stratégie commerciale n'est identifiée : peu ou pas de marchés cibles identifiés, tant localement qu'à l'échelle du continent ou de l'Europe.

En parallèle du travail amorcé sur l'aspect de la transformation des produits de la pêche et de l'aquaculture qui est l'objectif de la mission « Appuis au développement des métiers de la transformation artisanale et industrielle des produits de la pêche et de l'aquaculture », il convient de s'intéresser aux potentialités de la filière en étudiant les marchés existants en termes de débouchés.

Le poisson frais est clairement la forme de commercialisation préférée des Algériens. Mais elle n'est pas accessible au plus grand nombre. Certaines espèces de poissons, notamment d'aquaculture terrestre comme le tilapia, le silure, la carpe... sont peu onéreuses mais également peu consommées localement. Elles ont cependant un potentiel de développement considérable en termes de volumes.

Le postulat de départ de ce projet, qui doit être confirmé ou infirmé par l'étude d'opportunités, est que certains marchés (BtoB² dans un premier temps puis BtoC) seraient preneurs de produits transformés fabriqués à partir de ces espèces. Si cela doit être vérifié, il est probable que des produits de première transformation (étêtés-éviscérés, filets) seraient trop onéreux et adaptés uniquement à des marchés de niches n'absorbant que de petits volumes. Et comme mentionnés précédemment, ces espèces sont peu prisées des consommateurs Algériens. Les produits transformés visés et objets de cette étude seraient plutôt des produits riches en poisson mais pour lesquels l'espèce utilisée est relativement indifférente : boulettes/accras, parmentiers, bâtonnets, tartes... Ces produits pourraient également être fabriqués avec des coproduits de filetage de poissons plus « nobles ».

Cibler en premier lieu les marchés BtoB n'interdira bien sûr pas à un transformateur de proposer ses produits sur des marchés BtoC, parfois plus rémunérateurs. L'avantage à étudier prioritairement ces marchés est que le nombre d'acheteurs potentiels est plus réduit pour des volumes d'achats importants par acteur. L'étude à réaliser est moins lourde avec une fiabilité similaire voir meilleure, donc plus à même de rassurer des investisseurs. Il est en outre généralement possible de contractualiser relativement en amont avec des acheteurs BtoB.

Les résultats de cette étude d'opportunité permettront aux acteurs de la filière Pêche et Aquaculture de mieux comprendre les marchés BtoB des produits transformés au niveau national. Leur analyse apportera des éléments d'orientation pour le développement des filières Pêche et Aquaculture de manière pérenne. Elle permettra aux opérateurs économiques (producteurs, distributeurs, transformateurs) d'adapter leurs produits pour mieux se positionner sur ces marchés. **Le but étant d'accélérer le développement des filières de production aquacoles au niveau local en apportant en amont une meilleure connaissance des débouchés et de la rentabilité.**

Les résultats de cette étude serviront ainsi un triple objectif :

² BtoB : Business to Business. Il s'agit des marchés où le client final est une entreprise. Dans notre cas il pourrait s'agir de restauration collective, de bases de vie...

BtoC : Business to Consumer. le client final est un consommateur individuel.

Ref : DAJ_M003_v02, Juin 2021

Expertise France

SIRET : 808 734 792 – 40 Boulevard de Port-Royal, 75005 PARIS– France

- (i) Produire une information actualisée et de qualité sur les marchés des produits de la pêche et de l'aquaculture en Algérie;
- (ii) Evaluer la pertinence de transformer des produits de la pêche et de l'aquaculture pour une commercialisation sur le sol Algérien.
- (iii) Orienter le programme EB pour un accompagnement de l'amont et l'aval des filières pêche et aquaculture vers une production adaptée aux différents marchés. Plusieurs axes d'intervention ont d'ores et déjà été identifiés, notamment :
 - ⇒ Cibler et accompagner un échantillon d'opérateurs économiques d'un point de vue organisationnel et technique en vue de répondre aux attentes des marchés cibles ;
 - ⇒ Développer la valorisation des produits de la pêche et de l'aquaculture par leur transformation et leur conditionnement en implantant au moins une industrie en zones pilotes d'intervention ;
 - ⇒ Accompagner la mise à niveau de l'existant pour la mise en place de centres pédagogiques et de démonstration (structures publiques et/ou partenariats public/privé)
 - ⇒ Appui à l'identification d'un programme de R&D en matière de valorisation des produits de la pêche et de l'aquaculture (technique et technologie de transformation) ; recherche de partenariats à l'international
 - ⇒ Promouvoir et commercialiser les produits de la pêche et de l'aquaculture via le développement d'une stratégie marketing adaptée.

Cette activité est en lien avec le résultat R2.2 de l'OS2 : « La création de valeur ajoutée est accrue et tracée dans le secteur de la pêche ».

III. Objectifs et résultats poursuivis

1) Objectif général

L'objectif général de cette étude est d'évaluer l'intérêt de certains marchés Algériens (BtoB) pour des produits de la mer et/ou aquacole transformés, et d'identifier les conditions pour investir ces marchés : types de produits, mode de conservation, prix, critères de qualité.

2) Objectifs spécifiques

1. Faire une revue documentaire et un état des lieux actualisé sur l'organisation et le fonctionnement des principaux circuits de commercialisation et de distribution des produits de la pêche et de l'aquaculture en Algérie ;
2. Caractériser les pratiques, prix et volumes d'achat et de consommation de produits de la pêche et de l'aquaculture, tant marine que continentale, sur l'ensemble du territoire national **pour la consommation hors ménage** en ciblant notamment les bases de vie, les établissements scolaires, universitaires, centres de formation, les établissements hôteliers

privés et publiques, les établissements hospitaliers et militaires ainsi que les ministères et administrations.

3. Identifier des marchés/acheteurs prioritaires au niveau national et formuler des recommandations pour l'accès à ces marchés (type de produits, conditionnements et modes de conservation, prix plafonds, développement d'une stratégie marketing, normalisation & agréments requis...);
4. En collaboration avec l'expert transformation du projet, établir des business plans types pour ces marchés prioritaires (estimation des investissements, des coûts opérationnels et des retours sur investissements).
5. Développer des supports de diffusion des résultats obtenus adaptés aux différents acteurs de la filière en vue de favoriser leur appropriation.

3) Résultats à atteindre

Les résultats attendus sont décrits ci-après :

- 1- A partir de la littérature existante, les principales caractéristiques des réseaux de distribution et de commercialisation sont décrites (notamment ses atouts et faiblesses) :
 - Cadre général de la mise en marché
 - Intervenants dans la distribution
 - Circuits de commercialisation
- 2- Les pratiques d'achat, besoins et attentes en produits de la pêche et de l'aquaculture des acheteurs (BtoB) algériens et basés en Algérie sont connus et caractérisés : fréquence d'achat, volumes, prix d'achats, critères de choix, saisonnalité, marques, types de produits/espèces (frais, transformés), besoins non satisfaits par l'offre actuelle, éventuelles réticences (produits d'aquaculture, d'eau douce, ...), intérêt pour le développement de filières nationales, etc. ; .
- 3- Les marchés prioritaires sont proposés et des recommandations pour l'accès à ces marchés sont formulées :
 - Types de produits finis (semi-transformés (étêtés-éviscérés, filets) et transformés),
 - Conditionnements/présentation et modes de conservation (principalement surgelé, frais et conserves),
 - Volumes potentiels,
 - Prix plafonds,
 - Stratégies marketing à mettre en place (description succincte)
 - Exigences particulières : certifications, labels, agréments...
 - Business plans types pour chaque marché prioritaire, pour un volume de production « moyen » : investissement requis, coûts opérationnels, rentabilité³.
- 4- Les recommandations sont présentées et discutées avec les acteurs de la filière pour une appropriation optimale :
 - Développement de divers supports spécifiques à chaque acteur de la filière en complément des rapports d'études ;
 - Organisation d'ateliers de restitution (en milieu et fin de projet).

³ Avec l'appui de l'expert transformation du projet

IV. Description de la mission

Sous la supervision de l'Expert Référent Pêche et Aquaculture et en coordination avec l'expert transformation, la mission sera réalisée par un ou plusieurs intervenants (international et national), au cours de la période de Décembre 2024 à Avril 2025, incluant le temps nécessaire aux déplacements et à la rédaction des rapports de mission.

Etape 1 : Phase préparatoire

Cette phase préparatoire permettra de s'accorder sur les objectifs et résultats attendus de l'étude, d'établir un état de l'art sur les thématiques abordées et de finaliser la méthodologie et le planning de l'étude :

- Réunion de cadrage : une réunion de cadrage sera programmée au démarrage de l'étude avec l'équipe projet d'Alger et le MPPH
- Etat de l'art : le prestataire exploitera les documents de références, des expériences antérieures ayant des liens avec les thématiques de l'étude, notamment la caractérisation des réseaux de distribution et de commercialisation (Cf. **Livrable A** – Etat de l'art) ;
- Conception et validation de la méthodologie et du planning de mission : il s'agira de concevoir l'ensemble des outils qui seront utilisés sur le terrain pour la collecte des données (qualitatives et quantitatives) pour les fins de la mission. Ces outils feront l'objet d'une validation au niveau de l'équipe projet et du MPPH (Cf. **Livrable B** - Note méthodologique).

Etape 2 : Etudes des pratiques d'achats pour la consommation hors ménage (BtoB)

L'objectif de cette étude est d'analyser les pratiques de consommation, les besoins et attentes des acheteurs (BtoB) algériens et basés en Algérie (société étrangères de catering par exemple) et ce, en vue d'identifier les déterminants d'achat des produits de la pêche et de l'aquaculture en fonction de plusieurs critères de choix.

Une attention particulière sera portée à la méthodologie proposée pour l'enquête, ainsi qu'à la taille des échantillons et la représentativité de ceux-ci tant d'un point de vue sociologique que d'un point de vue territorial. À la suite d'une évaluation sommaire des différents secteurs concernés et du nombre d'entreprises (potentiellement acheteuses) par secteur, la stratégie d'échantillonnage sera décidée conjointement avec l'équipe projet et le MPPH : par exemple si le nombre de « prospects » est trop élevé, on ne pourra enquêter qu'un échantillon d'entreprises par secteur.

Le champ de cette étude devra inclure l'ensemble des acheteurs potentiels (consommation hors ménage) en ciblant notamment les bases de vie, établissements scolaires, universitaires, centres de formation ainsi que les établissements hôteliers privés et publics, les établissements hospitaliers et militaires, les ministères et administrations.

A l'issue des enquêtes, les éléments suivants devront être estimés pour chacun des secteurs/acheteurs étudiés (liste non exhaustive)

- types de produits/espèces (frais, transformés),
- fréquence d'achat,
- volumes annuels,
- prix d'achats,
- critères de qualité (fraicheur, analytiques, calibres, ...
- autres critères d'achats : labels, certifications, origine...,
- saisonnalité,
- fournisseurs actuels et origine des produits achetés,
- Eventuels besoins non satisfaits par l'offre actuelle,
- Eventuelles réticences (produits d'aquaculture, d'eau douce, ...),
- Intérêt éventuel pour le développement de filières nationales.

Les éléments communiqués seront nécessaires et suffisants pour permettre à un éventuel transformateur de savoir si le produit qu'il fabrique ou souhaite fabriquer pourra intéresser un acheteur.

A l'issue de cette seconde étape, les rapports intermédiaires seront transmis (Cf. **Livrable C** / Rapport intermédiaire – Etude de marché / Etude consommation).

Une présentation/discussion devra également être organisée pour présenter ces premières conclusions à un groupe restreint de producteurs/transformateurs et acheteurs potentiels.

Etape 3 : Recommandations

Le Prestataire devra pouvoir répondre à la question suivante : quelle(s) valorisation(s) pour **les produits de la pêche et de l'aquaculture** sur le marché algérien de la consommation hors ménage (BtoB) à moyen et long termes?

Les marchés prioritaires seront identifiés et des stratégies pour la conquête de ces marchés seront proposées :

- Identification et caractérisation des types de produits et marchés cibles prioritaires ; Réalisation de fiches techniques produits à destination d'acheteurs BtoB⁴.
- Volumes potentiels et prix de vente envisageables.
- Analyses économiques : investissements types, coûts d'exploitation, retours sur investissement...⁵
- Contraintes et recommandations pour l'accès à ces marchés : circuits de commercialisation, stratégie marketing, agréments et labels requis, communication générique et aspects normatifs et réglementaires.

⁴ Comme si les produits étaient déjà en fabrication dans des entreprises Algériennes et proposés à l'achat.

⁵ Ce volet sera réalisé par l'expert transformation du projet auquel le prestataire communiquera les éléments requis en termes de description des produits et volumes moyens requis.

- Accompagnement des producteurs et des transformateurs : financements, renforcement de capacités...

Les recommandations formulées devront nécessairement tenir compte de l'état de structuration actuelle des filières Pêche et Aquaculture telle que décrite au niveau des études filières réalisées. Aussi le prestataire proposera plusieurs phases pour la conquête des marchés prioritaires (moyen et long termes).

A l'issue de cette seconde étape, les rapports finaux, enrichis des recommandations opérationnelles seront transmis à Expertise France et au MPPH (Cf. **Livrable D / Rapport finaux et restitution – Etude de l'offre / Etude consommation. Recommandations**).

Etape 4 : Restitution et supports de communication

Différents supports de communication, présentant les résultats de l'étude, seront développés. Les supports finalisés seront transmis avec leurs fichiers sources. Le prestataire donnera une cession exclusive des droits d'exploitation à l'ensemble des partenaires du programme (Cf. **Livrable E – Supports de restitution**).

En compléments des supports de restitution décrit en Etape 3, le prestataire sera amené à présenter les résultats lors d'un atelier national de restitution, en présence de producteurs, investisseurs et acheteurs potentiels.

1) Livrables attendus

Livrables	Intitulé	Délais estimatifs
A	<i>Etat de l'art</i>	0+ 15 jours
B	<i>Note d'orientation méthodologique</i>	0+1 mois
C	<i>Rapport intermédiaire – Etude des pratiques d'achat BtoB</i>	0+2 mois
D	<i>Rapport finaux et restitution – Etude de l'offre / Etude consommation. Recommandations</i>).	0+4 mois
E	<i>Supports de restitution</i>	0+5 mois

A/ Etat de l'art (Etape 1) : l'ensemble des documents et données collectées pendant la 1ère phase (étape 1) de la mission devront être référencés et synthétisés.

B/ Note d'orientation méthodologique (Etape 1) : une note d'orientation méthodologique viendra compléter la proposition technique du prestataire. Ce document permettra notamment de préciser les éléments suivants :

- Résultats attendus ;
- Méthodologie et outils de diagnostic ;
- Taille et représentativité des échantillons ;

- Cadrage géographique pour les enquêtes de terrain ;
- Calendrier prévisionnel ;
- Besoins logistiques (déplacements envisagés, facilitation de l'hébergement, etc.).

C/ Rapport intermédiaire – Etude des pratiques d'achats (Etape 2)**D/ Rapport finaux et restitution – Etude de l'offre / Etude consommation. Recommandations (Etape 3)****E/ Supports de restitution (Etape 4)**

Les résultats obtenus et recommandations issues des études seront présentés sur différents supports (Cf. **Livrable E – Supports de restitution**) :

- Un rapport de synthèse présentant les principaux résultats et recommandations à destination des décideurs politiques ;
- Une présentation Power Point reprenant les principaux résultats et recommandations.

2) Coordination

Le prestataire désignera un interlocuteur unique pour la mise en œuvre de projet.

L'Expert référent, du programme Economie Bleue sera l'interlocuteur unique du prestataire pour

Une réunion de lancement se tiendra 5 jours après la notification du contrat.

Une coordination étroite avec les équipes, devra impérativement être mise en place dès la préparation des missions et jusqu'à leur finalisation. En outre, des échanges réguliers seront à prévoir sur l'état d'avancement des missions et éventuellement les difficultés rencontrées.

3) Lieu, Durée et Modalités d'exécution

- a. **Durée de mise en œuvre : 5 mois avec tacite reconduction une fois seulement de 5 mois**
- b. **Date de démarrage : décembre 2024**
- c. **Date de fin : Avril 2025**

4) Expertise et profil demandés**a. Nombre d'intervenants attendus minimum : 2**

- Chef de mission : Expert en études de marchés agroalimentaires spécialisé dans les produits de la mer et de l'aquaculture (Expert Sénior)
- Coordonnateur terrain (Expert Sénior Régional / National)

b. Profil de l'intervenant (des intervenants) désigné(s) en charge de l'exécution du contrat

- **Chef de mission (Expert Sénior International)**

Le chef de mission devra justifier d'un Bac + 5 minimum (master en économie, économie du développement, agrobusiness, agroalimentaire ou équivalent). Un minimum de 15 ans d'expériences

professionnelle générale cumulée dont au moins 8 ans d'expérience spécifique sur l'aval des filières produits de la mer et/ou de l'aquaculture (commercialisation, stratégie de mise en marché).

Une connaissance des modalités de fonctionnement des marchés BtoB est indispensable. Une ou plusieurs expériences sur les marchés BtoB du Maghreb, en particulier le marché Algérien seront appréciées.

- **Coordonnateur terrain (Expert Sénior Régional / National)**

Le coordonnateur terrain devra justifier d'un minimum de 10 ans d'expérience professionnelle générale cumulée dont au moins 05 ans d'expérience spécifique dans la conduite d'enquêtes sur le terrain (collecte des données, traitement, analyse), sondage, étude qualitative et quantitative et encadrement d'équipe terrain en Algérie et/ou Maghreb avec une expérience sur des marchés BtoB.

Pour l'ensemble des experts, la maîtrise du français est indispensable, la maîtrise de l'arabe est un plus.

5) Informations pratiques

L'étude sera conduite sur l'ensemble du territoire national algérien avec un focus sur les régions pilotes (Est, Centre, Ouest), et les acheteurs des bases de vie du Sud Algérien.