

**Contrôle de qualité et de conformité d'étiquetage de quelques huiles
d'olive commercialisées à Tlemcen**
**Quality control and labeling compliance of some olive oils marketed in
Tlemcen**

Mounsif Charaf Eddine BENDI DJELLOUL^{1,2*}, Leila BELKHERROUBI¹

¹ Département d'Agronomie, Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie et
des Sciences de la Terre et de l'Univers, Université Tlemcen. Algérie

contact@west-agro.com

² Laboratoire d'écologie et de gestion des écosystèmes naturels, Faculté des
Sciences de la Nature et de la Vie et des Sciences de la Terre et de l'Univers,
Université de Tlemcen Algérie, charafagro13@gmail.com

Reçu le:10/03/2022

Accepté le:27/04/2022

Publié le:20/05/2022

Résumé: Le but de cette étude est de contrôler la qualité et la conformité d'étiquetage de quelques huiles d'olive commercialisés dans la wilaya de Tlemcen. Les échantillons étudiés ont été récupérées des rayons de commerces et des unités de trituration. Un contrôle de qualité été effectuer sur les différents huiles avec une vérification de la conformité et le respect de la mention déclarée sur l'étiquette. Les résultats ont montré qu'un échantillon sur dix n'est pas conforme à l'étiquetage et les dix huiles appartiennent à la catégorie des huiles d'olive « extra vierges », « vierges » et « lampante ». En conclusion les huiles d'olives de Tlemcen sont de meilleures qualités.

Mots clés: Huile d'olive, Qualité, Conformité, Étiquetage, Tlemcen

Abstract: The purpose of this study is to control the quality and labeling compliance of some olive oils marketed in the wilaya of Tlemcen. The samples studied were recovered from the shelves of shops and crushing units. A quality control was carried out on the different oils with a verification of compliance and compliance with the statement declared on the label. The results showed that one out of ten samples does not comply with the labeling

and the ten oils belong to the category of “extra virgin”, “virgin” and “lampante” olive oils. In conclusion, Tlemcen olive oils are of better quality.

Keywords: Olive oil, Quality, Compliance, Labeling, Tlemcen

**Auteur correspondant*

1. Introduction

L'huile d'olive est enracinée dans la culture alimentaire méditerranéenne depuis plusieurs siècles (Lamani et al, 2015). Plusieurs études indiquent que l'huile d'olive, et en particulier l'huile d'olive vierge et plus encore l'huile d'olive vierge extra, est efficace dans la prévention contre plusieurs maladies. Bien qu'elle ne contribue qu'environ 3% du marché mondial des huiles végétales alimentaires (Barjol, 2014). La production mondiale de l'huile d'olive de la campagne 2017/2018 atteindrait 2 900 000 tonnes (COI, 2017). Les principaux pays producteurs d'huile d'olive sont l'Espagne avec 56%, l'Italie avec 8%, la Grèce avec 8% et la Turquie avec 8% de la production mondiale. Plus des trois quarts des exportations mondiales d'huile d'olive ne concernent que trois pays : l'Espagne (49 %), l'Italie (22 %) et la Tunisie (10 %) (Palma & Padilla, 2012).

L'Algérie, étant un vaste pays, pourrait améliorer le taux de production de l'huile d'olive en développant la culture de l'olivier dans des proportions beaucoup plus considérables qu'elle ne l'a fait. La production nationale des olives et huile est significative au niveau du centre algérien, la grande Kabylie (Tizi Ouzou), petite Kabylie (Bejaia, Bouira, Boumerdes) et une partie de l'Est (Jijel, Skikda, Sétif et Guelma) (ONFAA, 2016). Avec une production d'environ 80 000 tonnes d'huile d'olive en 2017/2018, (COI, 2017), l'Algérie est classée le troisième pays producteur d'huile d'olive en Afrique du Nord, après la Tunisie et le Maroc.

Si les pays méditerranéens sont les plus gros producteurs d'huile d'olives, se sont aussi les plus gros consommateurs. En 2018 l'Italie vient en tête avec la Grèce et l'Espagne (COI, 2017). L'algérien, consomme en général 1.5 Kg d'huile d'olive par an (Chikhi & Bendi Djelloul, 2017). Alors qu'une étude

qui a été réalisé par PASA (2021) en Algérie dans quatre wilayas savoir (Alger, Bouira, Tizi Ouzou, Bejaia), nous montre que la consommation annuelle par habitant se situe vers les 6 litres/Habitant/an. On considère que cette quantité est toujours faible par rapport aux autres pays méditerranéens. Et pourtant l'Algérien de culture fondamentalement paysanne ne traite pas l'huile d'olive comme un produit ordinaire acheté au marché du coin. Il lui accorde une valeur sentimentale voir esthétique, comme celle que l'on réserve aux bijoux. Mieux encore, il lui attache un pouvoir de guérison miraculeux (Oulebsir, 2016). Dans une étude réalisée sur la consommation responsable dans la wilaya de Tlemcen, 82% des personnes interrogées disent qu'ils consomment responsable et achètent des produits locaux (Chikhi, 2020)

La qualité d'huile d'olive est influencée par une combinaison de facteurs : variété des olives, méthode de récolte, processus d'extraction, stockage, conditionnement, conservation et enfin la commercialisation de l'huile d'olive (Benrachou, 2013). Le terme « qualité » englobe de nombreuses caractéristiques, chimiques, physiques et organoleptiques qui peuvent être mesurés par des analyses tout à fait objectives (Ollivier, 2004). La réputation de l'huile d'olive ainsi que sa qualité spécifique dépendent des liens de confiance et des relations personnelles entre producteurs locaux et consommateurs. (Lamani & Ilbert, 2016).

Les rayons du commerce en huile d'olive, se sont diversifiés, et le consommateur est souvent perdu face à cette variété pour ses achats. Alors comment le consommateur va il faire son choix pour acheter une huile d'olive de bonne qualité et quelle sont les critères pris en considération ?

Pour cela, il faut rester vigilant, et apprendre à lire à travers les lignes de l'étiquette sur les bouteilles ou l'emballage d'une manière générale (Fouin & Sarfati, 2002). Les entreprises ont adopté ces dernières années une large politique d'étiquetage pour répondre aux revendications environnementales et sociales des consommateurs (Erraach & Sayadi, 2020). L'étiquetage ne doit pas induire en erreur le consommateur. Il doit être clair et compréhensible afin d'aider le consommateur dans ses choix. L'étiquetage

doit être présent directement sur l'emballage, ou attaché à celui-ci. Il doit comporter l'ensemble des mentions obligatoires.

Bien que les règles d'étiquetage soient fixées par des normes de commercialisation informant le consommateur sur le type d'huile d'olive offert, il peut y avoir des tromperies, des arnaques et des fraudes.

Alors quelles sont les critères de qualité et de conformité d'une huile d'olive commercialisée ? Dans notre article l'objectif consiste à contrôler la qualité et la conformité d'étiquetage de quelques huiles d'olive commercialisés dans la wilaya de Tlemcen.

2. Matériels et méthodes

2.1. Echantillonnage

Les échantillons d'huile d'olive sont au nombre de dix. Huit d'entre eux ont été achetés à partir des rayons du commerce de Tlemcen. Les deux autres, à partir d'une unité de trituration (Maâsra) à Tlemcen. Ils ont tous été achetés le début du mois de (mars 2018). Ils ont été ensuite conservés à l'abri de l'air (oxygène), la lumière et la température afin d'éviter leurs auto-oxydation. Les échantillons choisis, sont conditionnés dans des bouteilles en verre et plastique (sombres et transparents) (tableau 1).

Tableau 1: Caractéristiques des échantillons d’huiles d’olive

Echantillons	dénomination	Date de conditionnement	A consommer/ de préférence avant	origine	Emballage	Contenance	Lieu d’achat
E1	HOVE	05/07/2017	24mois	Bejaïa	Verre teinté	50 cl	RC
E2	HOVE	11 /2017	24mois		Plastique	25 cl	UT
E3	HOVE	17 /12/2017	24mois	Bouira	Verre teinté	50 cl	RC
E4	HOVE	14/04/2017	18mois	France	Verre transparent	50 cl	RC
E5	HOVE	06/05/2017	24mois	Syrie	Verre transparent	25 cl	RC
E6	HOVE	12/11/2017	24mois	Blida	Verre teinté	25cl	RC
E7	HOV	1017(lisible difficilement)	24mois	Bejaïa	Verre transparent	37 cl	RC
E8	HOV	2018(lisible difficilement)	24mois	Chlef	Verre teinté	25cl	RC
E9	HOV	11/2017	24mois	Tlemcen	Plastique	25 cl	UT
E10	HO	01 /2018	18mois	Tlemcen	Plastique	1 L	RC

RC : rayons du commerce ; UT : unité de trituration. HOVE : Huile d’olive vierge extra ; HOV : Huile d’olive vierge ; HO : Huile d’olive

Source : Etabli par les auteurs, 2018

Des analyses physicochimiques ont été effectuées. L’acidité libre, l’indice de peroxyde, et l’indice de réfraction ont été déterminés en deux essais au niveau du laboratoire du contrôle de qualité et la répression des fraudes de Tlemcen, selon le journal officiel de la république algérienne.

2.2. Analyses physicochimiques

Suivant les protocoles U.I.C.P.A (1979), l’acidité et l’indice de peroxyde sont déterminés. Les absorbances dans UV à 232 nm et 270 nm et l’indice de réfraction sont déterminées suivant la méthode du conseil oléicole international (COI, 2019a). Trois essais ont été effectués pour chaque paramètre.

Tableau 2. Les critères de qualité de l'huile d'olive vierge

Catégorie	Acidité (%)	Indice de peroxyde (mEq O ₂ /Kg)	Extinction spécifique dans l'UV		
			270nm	ΔK	232nm
1-Huile d'olive vierge extra	≤ 0,8	≤ 20	≤ 0,22	≤ 0,01	≤ 2,5
2-Huile d'olive vierge	≤ 2,0	≤ 20	≤ 0,25	≤ 0,01	≤ 2,6
3-Huile d'olive vierge courante	≤ 3,3	≤ 20	≤ 0,30	≤ 0,01	–
4-Huile olive vierge lampante	>3,3	Non limité	–	–	–

Source : (COI, 2019b)

2.3. L'étiquetage

L'étiquetage doit être présent directement sur l'emballage, ou attaché à celui-ci. Il doit comporter l'ensemble des mentions obligatoires à un endroit apparent, écrites de manière claire, lisible et visible dans une hauteur de police minimum 1,21 mm (hauteur du «x»), avec un contraste significatif entre les caractères imprimés et le fond, dans une langue facilement compréhensible par les consommateurs.

Les normes du Codex Alimentarius servent de référence dans le règlement de litiges du commerce international (COI, 2019b). Les normes de commercialisation fixent les règles d'étiquetage informant le consommateur sur le type d'huile d'olive offert.

L'étiquette d'une huile d'olive comporte des mentions obligatoires et des mentions facultatives.

Figure 1. Les mentions obligatoires dans une étiquette de l'huile d'olive



1/Origine de l'huile; 2/Dénomination commerciale; 3/Responsable de commercialisation; 4/Catégorie d'huile; Date de durabilité minimale et conditions de conservation; 6/Quantité nette; 7/Numéro d'agrément

Source : (www.olio-nuovo-day.com, 2019)

Figure 2. Les mentions Facultatives dans une étiquette de l'huile d'olive



1/La date de récolte; 2/la variété d'olive; 3/Les caractéristiques organoleptiques; 4/« extrait à froid » « première pression à froid »; 5/Mode de production /de récolte

Source : (www.olio-nuovo-day.com, 2019)

3. Résultats et discussion

3.1. Analyses physicochimiques

3.1.1. Acidité

Le taux d'acidité est un marqueur de la dégradation de l'huile. Il représente la proportion d'acides gras libres, qui apparaissent lorsque les triglycérides de l'huile d'olive sont dégradés. Ce taux est exprimé en « grammes d'acide oléique libre pour 100 g d'huile ».

Tableau 2 : Résultats de l'acidité libre exprimés en %

Echantillons	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10
Acidité libre exprimée en %d'acide oléique	0,58 ±0.21	0,77 ±0.03	0,15 ±0.04	0,39 ±0.04	0,75 ±0.01	0,84 ±0.00	0,87 ±0.04	1,14 ±0.02	0,89 ±0.07	3,78 ±0.02

Source : Etabli par les auteurs, 2018

Le tableau 2, représente les résultats des taux d'acidité libre exprimée en pourcentage d'acide oléique des échantillons analysés, ainsi qu'une comparaison qualitative entre eux.

Ces résultats montrent que les échantillons (E1, E2, E3, E4, E5), affichent des valeurs inférieures de 0.8%. Selon les normes du COI, Ils sont classés dans la catégorie des huiles « vierge extra ». Cette dénomination est considérée comme la meilleure du point de vue qualité sanitaire grâce à sa richesse en polyphénols. Ce résultat nous confirme que ces échantillons d'huiles d'olive n'ont subis aucune dégradation d'acide gras durant leurs processus d'extraction et de commercialisation et leurs qualité est conforme à la mention déclarée sur l'étiquetage.

Les échantillons (E6, E7, E8, E9), affichent des valeurs entre 0.8 et 2%, on les classe selon les normes du COI dans la catégorie « vierge ».

L'augmentation de la teneur en acide gras libre peut être due à plusieurs facteurs, depuis la culture de l'olivier jusqu'à l'extraction du jus de son fruit, ainsi que son conditionnement, sa conservation et commercialisation.

On peut citer quelques facteurs importants responsables de l'augmentation de l'acidité d'une huile vierge qui sont, la cueillette des d'olive dans le stade maturité complète, la cueillette non conformes (gaulage, transport, et stockage des olives en tat avant leurs trituration). Aussi le système d'extraction et les mauvaises des pratiques de fabrication et d'hygiène.

Concernant la conformité commerciale, nous déduisons que la qualité de l'échantillon (E10) ne respecte pas la dénomination mentionnée sur son étiquette avec une acidité libre légèrement supérieure la norme du COI 3.78 %, ce dernier est classé dans la catégorie des huiles d'olive lampantes.

On peut expliquer cette augmentation importante de l'acidité par une auto oxydation. Donc la qualité de (E10) ne respecte pas la mention déclarée qui est « huile d'olive ».

3.1.2. Indice de peroxyde :

Le rancissement d'une huile est dû à une oxydation des acides gras insaturés de l'huile d'olive. Cette oxydation se fait en plusieurs étapes. L'indice de peroxyde est un contrôle de l'état d'avancement de la première étape. Plus cet indice est élevé, plus l'huile est oxydée. Cette oxydation est inéluctable, mais des précautions prises lors de la récolte, de la trituration et du stockage permettent de la retarder. Il est exprimé en « milliéquivalents d'oxygène peroxydique lié par kilogramme » (Még O₂/kg).

Tableau 3 : Résultats de l'indice de peroxyde des échantillons étudiés

Echantillons	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10
IP exprimé en Még/Kg	15 ±1.7 5	20,48 ± 2.61	7,25 ±1.1 4	12,63 ± 2.26	16,52 ± 3.01	17,31 ± 1.87	7,81 ± 0.52	13,16 ± 1.87	23,08 ± 0.98	12,28 ± 0.46

Source : Etabli par les auteurs, 2018

Les teneurs en peroxyde des échantillons représentées dans le (tableau 3) est comprise entre 7,25 et 17,22 Még d'O₂ /Kg. Cela les classe dans la catégorie « extra vierges », conformément à la norme commerciale du COI. A l'exception des échantillons (E2) et (E9), qui affichent les valeurs 20,48 et

Contrôle de qualité et de conformité d'étiquetage de quelques huiles d'olive commercialisées à Tlemcen

23,08 Méq d'O₂/Kg. Elles sont donc classées dans la catégorie des huiles d'olive vierges lampantes. Ceci indique que ces huiles ont subi une oxydation primaire produite au cours du stockage et/ou l'élaboration de l'huile. La formation des peroxydes est peut-être due à la présence de l'oxygène dissout dans l'huile et de certains facteurs favorisant (UV, eau, enzymes, traces de métaux, etc).

Les huiles des échantillons (E2) et (E9), ont été collectées à partir d'une unité de trituration et conditionnées dans des bouteilles en plastique transparentes avec des bouchons non cachetés. Nous distinguons que cette méthode de conditionnement n'est pas conforme aux principes généraux d'hygiène alimentaire recommandés par la commission du Codex Alimentarius.

Nous déduisons que la formation de peroxydes dans les échantillons (E2) et (E9) est peut-être due à la méthode archaïque du conditionnement, puisque les bouteilles au moment de la récolte n'étaient pas remplies à 90%, selon la norme établie par Codex Alimentarius, ce qui permet à l'huile de rester au contact avec l'air et mène à une auto-oxydation, avec la formation d'hydroperoxydes.

L'emballage aussi peut en être une cause, car il permet le passage de la lumière. Ce phénomène appelé la photo-oxydation est expliqué par l'excitation de la molécule du pigment (la chlorophylle) par les radiations lumineuses, ce qui initie le processus de l'oxydation en présence de l'oxygène. Dans les deux cas : auto-oxydation ou photo-oxydation, un radical libre se forme à partir d'un acide gras insaturé qui réagit avec une molécule d'oxygène provoquant la formation d'un radical peroxydique.

Ces résultats montrent la conformité commerciale de tous les échantillons. Sauf pour les échantillons (E2) et (E9) qui ne possèdent pas d'étiquettes, puisqu'ils ont été achetés à partir d'une unité de trituration.

Ceci en se référant à la définition de la qualité selon AFNOR : « un produit au service de qualité est un produit dont les caractéristiques lui permettent de satisfaire les besoins exprimés ou implicites des consommateurs ». La qualité est donc une notion basée sur le besoin. Puisque le consommateur achète cette huile par choix, conviction, habitude et confiance.

3.1.3. Analyse spectrométrique : absorbance dans l’ultraviolet :

L’extinction spécifique à 232 nm et à 270 nm de l’huile d’olive est considérée comme étant une image de son état d’oxydation : primaire (formation d’hydroperoxydes linoléiques qui absorbent la lumière à 232 nm), et secondaires (dicétones et les cétones insaturés qui absorbent la lumière vers 270 nm).

Tableau 4 : Résultats des coefficients d’absorbance

Echantillons	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10
K 232nm	0.041	0.044	0.022	0.041	0.064	0.072	0.066	0.056	0.046	0.028
K270nm	0.037	0.024	0.011	0.027	0.044	0.012	0.051	0.025	0.013	0.028

Source : Etabli par les auteurs, 2018

D’après le (tableau 4), nous distinguons que les valeurs du coefficient de l’absorbance de tous les échantillons sont inférieures aux limites maximales fixées par la norme commerciale du COI. Nous déduisons qu’il n’y pas de présence d’oxydation des acides gras par des produits primaires (hydroperoxydes linoléique), ni la présence de produits secondaires d’oxydation des acides gras (alcool, cétones,...).

3.1.4. Indice de réfraction :

Ce paramètre nous renseigne sur la pureté de l’huile d’olive et si elle a été mélangée avec des huiles de graines ou autres.

Tableau 5 : Résultats des indices de réfraction des échantillons étudiés

Echantillons	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10
IR	1.4682	1.468	1.468	1.4679	1.468	1.468	1.471	1.468	1.468	1.4679

Source : Etabli par les auteurs, 2018

Les résultats obtenus dans le (tableau 5), sont tous conforme avec la norme du Codex Alimentarius, à l’exception de l’échantillon (E7). Dans ce cas on peut dire que l’échantillon (E7), présente une fraude de commercialisation ainsi qu’une tricherie.

Tableau 6 : Résultats de la qualité et de la conformité d'étiquetage

Echantillons	Analyses physicochimiques	Dénomination sur l'étiquette	Conformité
E ₁	HOEV	HOEV	Conforme
E ₂	HOL	Sans	Conforme
E ₃	HOEV	HOEV	Conforme
E ₄	HOEV	HOEV	Conforme
E ₅	HOEV	HOEV	Conforme
E ₆	HOV	HOEV	Conforme
E ₇	HOV	HOV	Conforme
E ₈	HOV	HOV	Conforme
E ₉	HOL	Sans	Conforme
E ₁₀	HOL	HO	Non conforme

HOVE : Huile d'olive extra vierge ; HOV : Huile d'olive vierge ; HO : Huile d'olive ; HOL : Huile d'olive lampante

Source : Etabli par les auteurs, 2018

Le (tableau 6), est un récapitulatif de la discussion des résultats obtenus de la qualité des huiles, ainsi que la conformité et le respect de la mention déclarée sur l'étiquette.

Toutes huiles ne présentent, ni fraudes ni arnaques puisqu'elles respectent la dénomination affichée sur l'étiquette de leurs bouteilles, à l'exception de l'échantillon (E10), qui à été déclasser par l'analyse physicochimique dans la catégorie des huiles d'olive lampantes.

Par ailleurs, puisque l'huile d'olive peut s'altérer après son conditionnement et sa mise en vente par le producteur (c'est-à-dire le propriétaire de l'unité de trituration), il peut ne pas être responsable de le fraude ou de la tricherie. Car, l'oxydation de l'huile peut être causée par la forte lumière et la chaleur d'été, auxquelles l'huile est exposée sur les étagères du commerce. Il faut donc que

le vendeur au niveau du magasin soit informé des règles de conservation de l'huile d'olive et souvent contrôlé et averti pour l'entreposage des huiles d'olive conditionnées, dans un endroit frais (15°C -18°C) et sombre.

L'huile d'olive est l'un des produits dont il faut le plus se méfier. En effet, le consommateur à longterm a été roulé dans la farine, faute de transparence.

Apprendre à décrypter une étiquette est donc indispensable pour nos achats ; Il faut rechercher des huiles d'olive jeunes avec une date de péremption qui ne dépasse pas les (24 mois). Il faut privilégier les huiles qui proviennent directement du producteur avec le nom du producteur sur l'étiquette ;

Ne pas acheter des huiles stockées sous la lumière, rangées près des fenêtres, sous des lampes. Car une exposition prolongée à la lumière accentue le rancissement et l'oxydation de l'huile ; Préférez les emballages opaques ; Privilégier les petits contenants (0.5 L), des bouteilles de l'année (récolte de fin octobre à fin février) ;

Une fois la bouteille d'huile d'olive ouverte, il faut la consommer assez vite et reboucher bien après chaque usage. Toujours s'assurer que la bouteille est bien bouchée car l'huile a tendance à absorber les odeurs environnantes.

4. Conclusion

Après avoir assisté au « salon international de l'huile d'olive » du 7 au 10 mars 2018, au palais des expositions (Alger), sous le slogan « pour une amélioration quantitative et qualitative de la production oléicole », nous avons été agréablement surpris par le nombre d'exposants producteurs présentant leurs produits finis, conditionnés dans différents emballages.

Il y avait environ une vingtaine de marques d'huiles d'olives locales différentes, ce qui n'est pas du tout négligeable. Cependant, cela ne reflète pas le nombre exact de producteurs d'huiles d'olive au niveau national, d'autant plus qu'ils ne procèdent pas tous au conditionnement. L'huile d'olive algérienne par sa qualité et son lien fort aux terroirs et à la culture des populations montagnardes, peut s'imposer sur le marché international (Hadjou et al, 2013). La preuve l'huile, dénommée « Dahbia » (« La dorée »), a obtenu des prix à Dubaï et à Londres. À la dernière édition du célèbre concours Japan Olive Oil Price (JOOP), en mai 2021, cette huile a décroché la médaille d'argent. C'est « Baghlia » qui a remporté l'or (Arezki, 2021)

Contrôle de qualité et de conformité d'étiquetage de quelques huiles d'olive commercialisées à Tlemcen

Le marché de l'huile d'olive en Algérie dispose d'un atout, sa tradition oléicole de consommation de l'huile à goût fort issu des pratiques ancestrales (Cheriet et al, 2013). La plupart de ces producteurs nous ont enrichis par leur expérience et savoir-faire et par leur capacité à résoudre différents problèmes rencontrés.

Une grande majorité des consommateurs ne savent pas comment choisir une huile d'olive de qualité et ne connaissent pas la notion de catégories et achètent des huiles, soit en se basant sur la région de provenance, soit de bouche à oreille ou en achetant chez l'huilerie habituelle. D'après les différentes enquêtes réalisées, la majorité des consommateurs algériens préfèrent les huiles d'olive de goût chômées ou d'ancienne compagne (généralement acides) et se détournent des huiles de qualité tel l'« *extra-vierge* » qui est très peu consommée et ce, en raison du manque d'information de ces consommateurs en matière de qualité de l'huile d'olive. Lorsqu'on évoque les techniques marketings des produits locaux notamment l'huile d'olive, l'Algérie est très en retard par rapport aux pays voisins et européens, si on prend le cas de la création de labels ou de marques collectives pour la valorisation du produit local ou de terroir.

L'étiquetage de l'huile d'olive pose actuellement un véritable problème de conformité surtout par rapport aux normes européennes et demeure insuffisant à l'exception de quelques marques qui exportent leurs produits. L'étiquetage doit faire figurer diverses informations qui renseignent objectivement le consommateur. Il doit être loyal et précis : et donc ne pas induire le consommateur en erreur (composition du produit, origine, etc.) (MEFR, 2022) L'étiquetage des produits est une exigence légale, mais aussi un moyen de marketing. Il est donc d'une importance capitale dans la vie d'une fabrication (Admin, 2021).

Pour une amélioration de la qualité de nos huiles d'olive algérienne, il faut en premier temps améliorer les conditions de fabrication en matière de respect de normes et d'emballage puis, en deuxième temps jouer sur les atouts de marketing ; que se soit un emballage ou un étiquetage de qualité conforme aux normes internationales.

En l'absence de réglementations spécifiques algériennes relatives aux normes de conditionnement, d'étiquetage et de commercialisation des huiles d'olive d'une part, et ceux relatives à la fiscalité et des procédures de contrôles rigoureuses d'autres part, l'organisation marketing de cette filière demeure faite de façon amateur, et ce malgré les progrès observés ces dernières années pour certaines huiles d'olive locales destinées à l'exportation, mais cela reste toujours insuffisant par rapport au fort potentiel et au savoir-faire existants (Chikhi & Bendi Djelloul, 2022).

Dans ce cadre les services des directions du commerce chargées du contrôle de qualité alimentaire doivent déployer beaucoup d'effort concernant la vulgarisation, le contrôle la conservation et la commercialisation de se produit.

5. Références

1. Admin, (2021). L'importance de l'étiquetage dans le secteur agroalimentaire. Journal Europa. Publier le 06/07/2021. En ligne sur le site www.journaleuropa.info. Consulté le 31/03/2022.
2. Arezki S, (2021). Huile d'olive : Hakim Alilèche porte haut les couleurs de l'Algérie. Publier le 5 décembre 2021. En ligne sur le site Jeuneafrique.com. Consulté le 31/03/2022.
3. Azzouni M., & Benariba K. (2017). Comparaison physico-chimique et organoleptique de quelques huiles d'olives de la région de Tlemcen, Mém.Mast, fac. SNV-STU, Tlemcen, p. 73.
4. Barjol J. L. (2014). L'économie mondiale de l'huile d'olive. *OCL*, 21(5), 1-5. <https://doi.org/10.1051/ocl/2014010>
5. Benrachou N. (2013). Etude des caractéristiques physicochimiques et de la composition biochimique d'huiles d'olive issues de trois cultivars de l'Est algérien, Mémoire de doctorat, Université d'Annaba, p. 112.
6. Cheriet F., Chehat F., & Boudi M. (2013). Compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia. *Les cahiers du CREAD*, 105/106, 89-112
7. Chikhi K., & Bendi Djelloul M. C. E. (2017). La tendance de consommation de l'huile d'olive en Méditerranée : Quelles stratégies Marketing pour

l'Algérie? Séminaire International : « Le secteur Oléicole : Contraintes, enjeux et défis », Med Mag Oliva Algérie /INRAA. Alger.

8. Chikhi K. (2020). Marketing et consommation responsable : Une analyse exploratoire dans la wilaya de Tlemcen. *Revue de l'innovation et marketing*, 7(1), 173-184
9. Chikhi K., & Bendi Djelloul M. C. E. (2022). The olive oil market in the mediterranean: What marketing strategies for Alegria? *Contemporary Agriculture*, 71(1-2), 28-37. DOI: 10.2478/contagri-2022-0005
10. COI, (2019a). Method of analysis spectrophotometric investigation in the ultraviolet. COI/T.20/Doc. N° 19/Rév. 5 Conseil oléicole international. En ligne <https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2019/11/Method-COI-T.20-Doc.-No-19-Rev.-5-2019-2.pdf>
11. COI, (2019b). Normes commerciales applicables aux huiles d'olive et aux huiles de grignons d'olive. COI/T.15/NC N° 3/Rév. 14 Conseil Oléicole International. En ligne <https://www.internationaloliveoil.org/wpcontent/uploads/2019/12/trade-standard-REV-14-FR.pdf>
12. COI, (2017). Les données du COI pour la campagne oléicole 2017/18 montrent une augmentation interannuelle de la production d'huile d'olive.

Contrôle de qualité et de conformité d'étiquetage de quelques huiles d'olive commercialisées à Tlemcen

Conseil oléicole international. Publier le 27.03.2018. En ligne sur le site <https://www.internationaloliveoil.org/>, Consulté le 03/05/2018.

13. Erraach Y., & Sayadi S. (2020). L'étiquetage environnemental et social : Quel intérêt pour valoriser l'huile d'olive espagnole en France ? *New Medit*, 2, 38-52. <https://doi.org/10.30682/nm2002c>
14. Fouin, J., & Sarfati, C. (2002). *Les guides des huiles d'olive*, Ed. Rouergue, Paris, p. 235.
15. Hadjou L., Lamani O., & Cheriet F. (2013). Labellisation des huiles d'olive algériennes: contraintes et opportunités du processus? *New Medit*, 2, 35-46. En ligne <https://newmedit.iamb.it/2013/04/09/labellisation-des-huiles-dolive-algeriennes-contraintes-et-opportunités-du-processus/>
16. Lamani O., Ilbert H., & Khadari B. (2015). Stratégies de différenciation par l'origine des huiles d'olive en Méditerranée. *Cahier Agric*, 24(3), 145-150. <http://dx.doi.org/10.1684/agr.2015.0749>
17. Lamani O., & Ilbert H. (2016). La segmentation du marché oléicole. Quelles politiques de régulation du marché d'huile d'olive en Algérie? *New Medit*, 3, 19-28. En ligne <https://newmedit.iamb.it/2016/09/08/la-segmentation-du-marche-oleicole-quelles-politiques-de-regulation-du-marche-dhuile-dolive-en-algerie/>

- 18.** MEFR, (2022). Denrées alimentaires : quelles sont les règles d'étiquetage ?
Ministère de l'économie des finances et de la relance. Publiée le 23/02/2022.
En ligne sur le site economie.gouv.fr, Consulté le 31/03/2022.
- 19.** Olio Nuovo, (2019). Conseils pratiques pour choisir son huile d'olive.
Publiée le 24 January 2019. En ligne sur le site www.olio-nuovo-day.com,
Consulté le 30/03/2022.
- 20.** Ollivier, D. (2007). Caractérisation sensorielle et chimique d'huile d'olive vierge de six AOC française. *OCL*, 14(2), 141-149.
<https://doi.org/10.1051/oc1.2007.0110>
- 21.** ONFAA, (2016). Observatoire national des filières agricoles et agroalimentaire Note de conjoncture n°4 : *Le suivi de compagnie de l'huile d'olive*, p 7.
- 22.** Oulebssir, R. (2016). L'olivier en Kabylie entre mythe et réalités, Ed. L'Harmattan, Paris.
- 23.** Palma G., & Padilla M. (2012). Un produit emblématique la dérivées des continents et des consommateurs : l'huile d'olive. *OCL*, 19(5), 283-289.
<https://doi.org/10.1051/oc1.2012.0467>
- 24.** PASA, (2021). Consommation et production de l'huile d'olive en Algérie, Programme d'appui au secteur de l'agriculture en Algérie, p 1-39. En ligne
https://pasa-algerie.org/wp-content/uploads/2021/08/Brochure_%C3%A9tude_2.pdf

Contrôle de qualité et de conformité d'étiquetage de quelques huiles d'olive commercialisées à Tlemcen

U.I.C.P.A, (1979). *Méthode d'analyses des matières grasses et dérivés.*

Union international de la chimie pure et appliqué. Ed. ETIG, Paris