

## Marché mondial des plantes : analyse des échanges et de la position de l'Albanie et de l'Algérie [ Première partie ]

Ilbert H., 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 17-44

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

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=00007154>

To cite this article / Pour citer cet article

Ilbert H., Hoxha V. **Marché mondial des plantes : analyse des échanges et de la position de l'Albanie et de l'Algérie [ Première partie ]** . 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. 17-44 (Options Méditerranéennes : Série B. Etudes et Recherches; n. 73)



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

## **Première partie.**

# **Marché mondial des plantes : Analyse des échanges et de la position de l'Albanie et de l'Algérie**

Hélène Ilbert et Valter Hoxha





## I – Les plantes : une multiplicité de possibles

Il n'existe pas de liste mondiale exhaustive des espèces de plantes car nombre d'espèces restent à déterminer. Ainsi, les membres du groupe d'experts des plantes médicinales de l'UICN tentent d'établir une liste d'après les pharmacopées publiées et les sources qui décrivent les plantes utilisées dans différents systèmes médicaux à travers l'histoire. Cette liste compte actuellement près de 16 000 espèces de plantes supérieures, mousses, fougères et lichens (Leaman, 2009). Un inventaire réalisé par l'OMS, vers la fin des années 1970 a estimé que le nombre des espèces ayant des propriétés médicinales était de l'ordre de 21 000 espèces dans le monde (Penso, 1980 cité par Schippmann *et al.*, 2002).

La recherche ethnobotanique et les organismes internationaux comme le WWF, TRAFFIC, IUCN, qui s'occupent de la préservation et de la gestion durable des ressources naturelles estiment qu'il y a environ 50 000 à 70 000 espèces végétales utilisées par la phytothérapie traditionnelle et moderne à travers le monde (Schippmann *et al.*, 2006 ; SSC/IUCN/TRAFFIC/WWF, 2007 ; Leaman, 2009 ; TRAFFIC, 2011).

Au niveau européen, le nombre estimé à partir d'une analyse du marché des plantes serait d'environ 2 500 espèces (Schippmann *et al.*, 2002). Une étude faite par TRAFFIC (1998) les estime à 2 000 espèces. Selon d'autres sources, issues du commerce international, les estimations vont de 3 000 (SSC/IUCN/TRAFFIC/WWF, 2007 ; Leaman, 2009), à 4 000 voire 6 000 espèces (Schippmann *et al.*, 2006).

La quantité totale de plantes aromatiques et médicinales utilisées par les industries pharmaceutiques, cosmétiques, chimiques et agroalimentaires est très difficile à estimer (Schippmann *et al.*, 2002 ; Leaman, 2009). Au niveau mondial, plus de 35 000 seraient utilisées par les industries pharmaceutiques, chimiques ou cosmétiques selon les professionnels (CPPARM, 2012). Selon certaines sources, depuis l'année 2000, la demande mondiale pour les produits issus de ces filières, connaîtrait une expansion rapide avec un taux de croissance annuel de 10 à 20% (Helle, Carsten, 2007).

Ces estimations sont difficiles à corroborer, car il n'existe pas d'organisme interprofessionnel pour structurer les différentes filières des plantes aromatiques et médicinales à l'échelle internationale. Certains secteurs, notamment celui des huiles essentielles et des plantes à parfum, s'organisent à l'échelle internationale ou régionale, créant des organismes comme l'IFEAT ou Europam : guides de bonnes pratiques, forum interprofessionnels sont mis en place,

mais les observatoires économiques ou les systèmes de veille globaux restent du domaine du privé ou d'organismes nationaux spécialisés.

Une étude réalisée par la FAO sur le commerce des plantes médicinales souligne la croissance des marchés de plantes à l'échelle internationale et le manque d'informations détaillées, fiables et précises dans le domaine (FAO, 2004).

## **II – Les catégories statistiques et les marchés de plantes aromatiques, médicinales et à parfum à l'échelle internationale**

Au niveau macro-économique, sont considérées comme plantes aromatiques, médicinales et à parfum toutes les matières organiques brutes (arbres, arbustes et herbacées) dont les éléments actifs de leurs organes respectifs (fruits, fleurs, feuilles etc.) sont susceptibles d'être utilisés. La gamme d'applications est vaste, puisqu'elle touche le secteur médical (l'industrie pharmaceutique, allopathie, phytothérapie, homéopathie, aromathérapie), celui de la cosmétique et des parfums, la chimie (détergents, colorants, vernis, feux d'artifice, etc.) et le secteur agroalimentaire (produits peu transformés tels que plantes à infusion, épices et aromates secs etc.) (Schippmann *et al.*, 2006; SSC/IUCN/TRAFFIC/WWF, 2007 ; Lubbe et Verpoorte, 2011).

Le marché mondial est difficile à estimer, les marchés sont multiples. L'analyse détaillée d'une seule source de données internationales des Nations Unies (Comtrade) pour limitée et partielle qu'elle soit, a le mérite de permettre la mise en perspective de manière comparative des structures des importations et des exportations de tous les pays du monde, y compris l'Algérie et l'Albanie. La nomenclature de la base de données Comtrade porte sur les « plantes et les parties de plantes quels que soient leurs usages » et les séries constituées sont systématiques et régulières depuis les années 1994 à nos jours pour les importations comme pour les exportations en volume et en valeur.

*La classification HS1211* donne l'accès à des séries de données relatives aux matières premières de plantes aromatiques et médicinales. Elle est conforme au Standard International de la Classification Commerciale qui figure sous le code SITC 292.4.

*L'intitulé* est : « Plantes, parties de plantes pour la parfumerie, la pharmacie etc.. ».

*La description* est : « Plantes et parties de plantes (incluant semences et fruits) utilisées en parfumerie, en pharmacie ou comme insecticides, fongicides ou usages similaires, fraîches ou sèches, entières, coupées, concassées ou en poudre ».

D'autres sources d'informations plus spécialisées, parfois centrées sur un seul produit comme le Ginseng, les racines destinées aux liqueurs existent, mais elles ne couvrent qu'un sous-secteur particulier des plantes médicinales. Les données d'Euromonitor International renseignent sur le marché des plantes sèches mais ne couvrent pas les usages cosmétiques ou pharmaceutiques. Il est donc impossible de connaître les types de plantes qui sont commercialisées à l'échelle globale avec précisions en se basant sur les données internationales. Certains travaux ont été réalisés sur les huiles essentielles par exemple, estimant notamment le volume et la valeur des principales huiles essentielles commercialisées (B.M. Lawrence, 1993). Mais l'actualisation de ces données ne fait pas l'objet de suivis institutionnels systématiques.

### **III – Les choix des sources et de la méthode**

Pour cette étude, l'estimation du marché mondial des plantes aromatiques médicinales et à parfum a été réalisée à partir d'extractions effectuées sur la base de données des Nations Unies Comtrade en choisissant la classification intitulée « Plantes, parties de plantes pour la parfumerie, la pharmacie etc.. ». (HS1211) dont la description a été fournie dans la partie précédente. L'extraction porte donc sur les plantes conformément aux catégories disponibles sur la période 1994 à 2014. Les données ont été extraites en septembre et octobre 2015 (annexe 1.1).

Ce choix a été effectué, car cette base est systématique et permet de connaître les échanges année par année et d'identifier les pays importateurs et exportateurs. Même si les données sont agrégées et ne révèlent ni les espèces, ni les variétés échangées, les statistiques fournissent

une image des matériaux bruts qui participent aux différents usages industriels, ce qui permet d'apprécier les tendances du marché.

En termes de méthode afin de pouvoir construire une vision d'ensemble des tendances de marché, des séries d'années ont été systématiquement extraites et ce pour l'ensemble des pays du monde. La période d'analyse retenue est relativement longue puisqu'elle porte sur vingt ans (1994-2014). Disposant de séries d'années, il a été possible de construire deux périodes de dix ans afin d'estimer les écarts (1994-2003 puis 2004 et 2013). L'estimation des écarts se fonde sur des séries d'années de référence plutôt que sur une seule année : ceci permet d'apprécier les changements sans être soumis aux variations annuelles. Afin d'analyser les principaux pays importateurs et exportateurs sur le marché mondial, des tris ont été effectués en volume et en valeur. La hiérarchisation des pays et des taux de variation ont été effectués pour rendre compte des évolutions globales du marché en volume et valeur et des taux de croissance du marché mondial.

En tout état de cause, les données doivent être considérées de manière indicative uniquement, puisque les sources sont agrégées et peu fiables. Elles tendent à mélanger les usages puisqu'elles couvrent aussi bien les usages cosmétiques, que médicaux, ou chimiques.

## **IV – Les tendances du marché mondial de matières premières de plantes aromatiques, médicinales et à parfum**

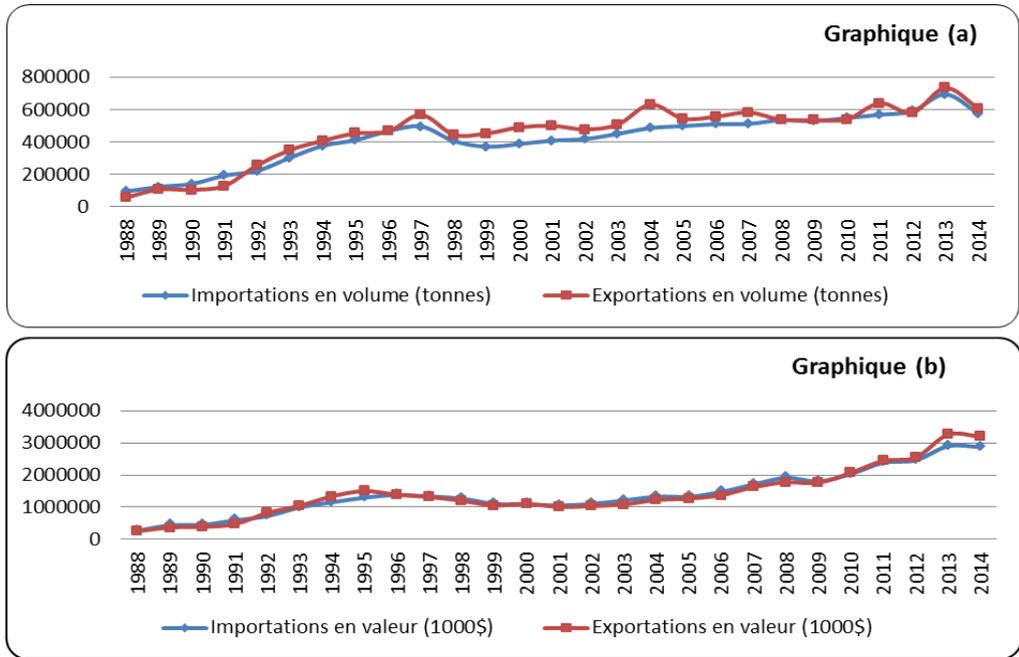
L'étude se propose d'analyser les tendances du marché mondial jusqu'en 2014, à partir des données ciblées sur les plantes et parties de plantes telles que définies et organisées par les Nations Unis dans la base de données Comtrade. Même si ces données sont limitées, leur analyse systématique cherche à mettre en perspective l'évolution des importations et des exportations en volume et en valeur, afin de situer les deux pays faisant l'objet d'études de cas approfondis, l'Algérie et l'Albanie.

### **1. Evolution des échanges, en volume et en valeur (1988-2014)**

Sur la période considérée, les importations et les exportations de plantes aromatiques, médicinales et à parfum augmentent régulièrement tout au long de la période. En volume, elles passent de 200 000 t à plus de 600 000 tonnes et en valeur le taux de croissance est constant passant de moins d'un milliard en 1988 à plus de trois milliards de dollars courants en 2014 (figure 1.1). Rappelons que ce montant ne porte que sur les plantes et parties de plantes

utilisées par l'industrie. Si l'on y ajoute la valeur des huiles essentielles le marché est estimé en valeur à plus de quatre milliards de dollars courants en 2014 d'après la source Comtrade. On obtient alors un marché mondial d'une valeur de près de 8 milliards de dollars en 2014 pour ces deux catégories de produits.

**Figure 1.1. Croissance des importations et des exportations en volume (tonnes) - graphique (a) - et en valeur (1000\$) - graphique (b) - pour la période 1988-2014**



Source : *Elaboration par les auteurs, extraction Comtrade octobre 2015 (HS1211)*

Le taux de croissance annuel des importations, par rapport à l'année de base 1988<sup>1</sup> augmente de 8% en volume et de 11% en valeur pour la période 1988-2014. Pour les exportations, le taux de croissance annuel est respectivement de 9% en volume et de 10% en valeur. Même s'il existe des variations durant cette période, ce marché mondial connaît une croissance régulière et soutenue avec des taux de croissance de 9% ce qui est un taux élevé (annexe 1.1).

<sup>1</sup> Le taux de croissance annuel consolidé est calculé selon la formule suivante :  $TCAC = \left[ \frac{\text{valeur fin}}{\text{valeur début}} \right]^{1/\text{années}} - 1$

## 2. Les 15 premiers pays importateurs en volume et en valeur (1994-2013)

*En volume*, le premier pays importateur est la Chine si on la considère comme un ensemble unique incluant Hong Kong, puisque depuis 1997 Hong Kong est devenue une région administrative de la Chine. Ainsi, pour la période 2004-2013, la Chine avec Hong Kong constitue un ensemble de 92 milliers de tonnes contre 63 milliers de tonnes pour les Etats-Unis.

Les autres pays importateurs qu'ils soient développés ou appartenant à l'ensemble des pays émergents, les BRIC, ont des volumes inférieurs à 50 milliers de tonnes par an sur la moyenne annuelle de la période 2004 et 2013. Au total, l'ensemble des quinze principaux pays importateurs pèsent pour 71,30% du volume échangé durant la période 2004-2013<sup>2</sup>.

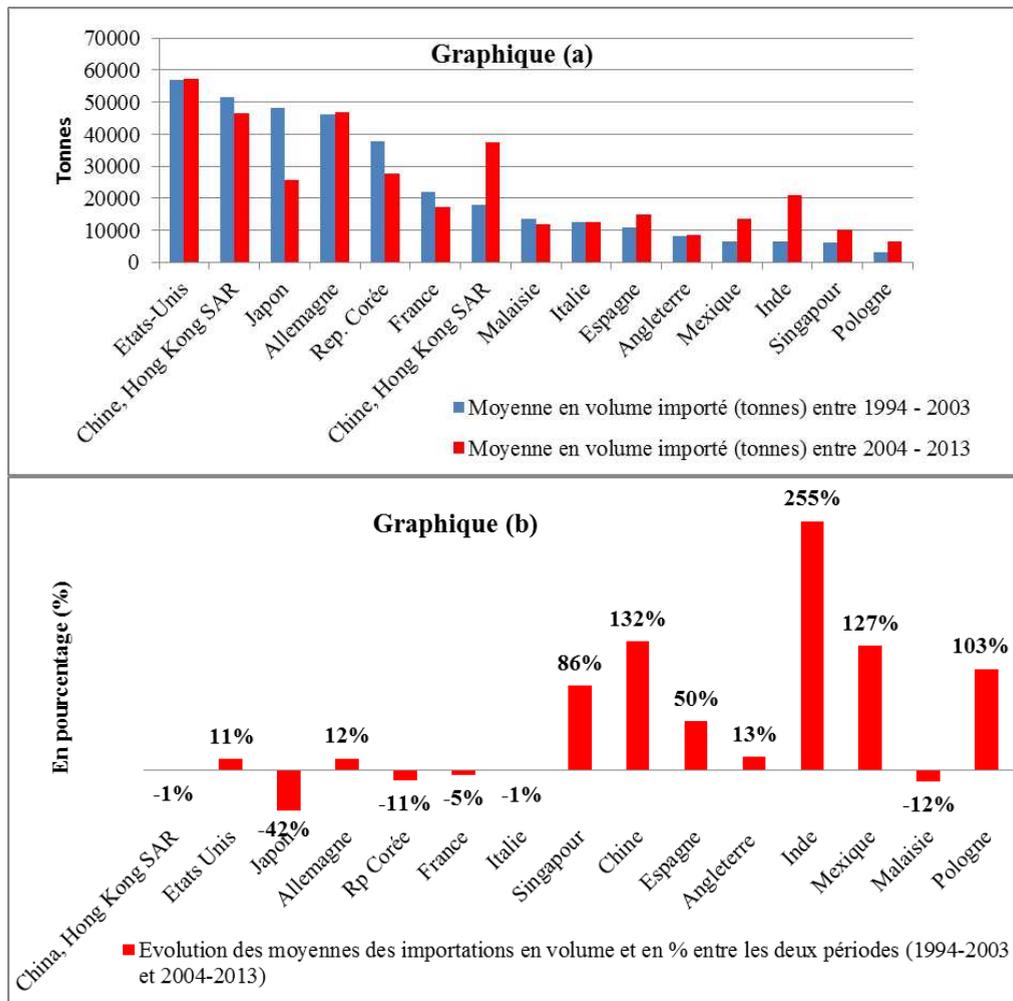
Sur la longue durée, le pays qui connaît l'expansion la plus rapide est l'Inde. L'Inde voit les importations augmenter en volume de plus du triple mais cette augmentation est relative, puisque l'Inde pèse pour 4,18% des volumes mondiaux importés entre 2004 et 2013 (annexe 1.2).

La Chine et le Mexique connaissent également des augmentations du volume importé respectivement de 132% et 127%, entre les moyennes des deux périodes 1994-2003 et 2004-2014. Cette augmentation est significative pour le poids dans les importations en volume de la Chine, puisqu'elle passe ainsi de 4,24 à 7,53% du volume importé total. Le Japon, la Corée, la France et la Malaisie, connaissent seuls une baisse de volume importé et ce dans une fourchette variant entre - 42 et -12% pour ces deux mêmes périodes (figure 1.2).

---

<sup>2</sup> La hiérarchie des 15 principaux pays importateurs au niveau mondial a été construite selon une classification en volume moyen importé (tonnes) au cours de deux périodes : 1994-2003 et 2004-2013. Ces deux périodes servent ainsi de références pour construire des indices qui servent à évaluer les changements dans la hiérarchie des pays importateurs. Les données par séries annuelles et par moyenne figurent dans l'annexe 2.

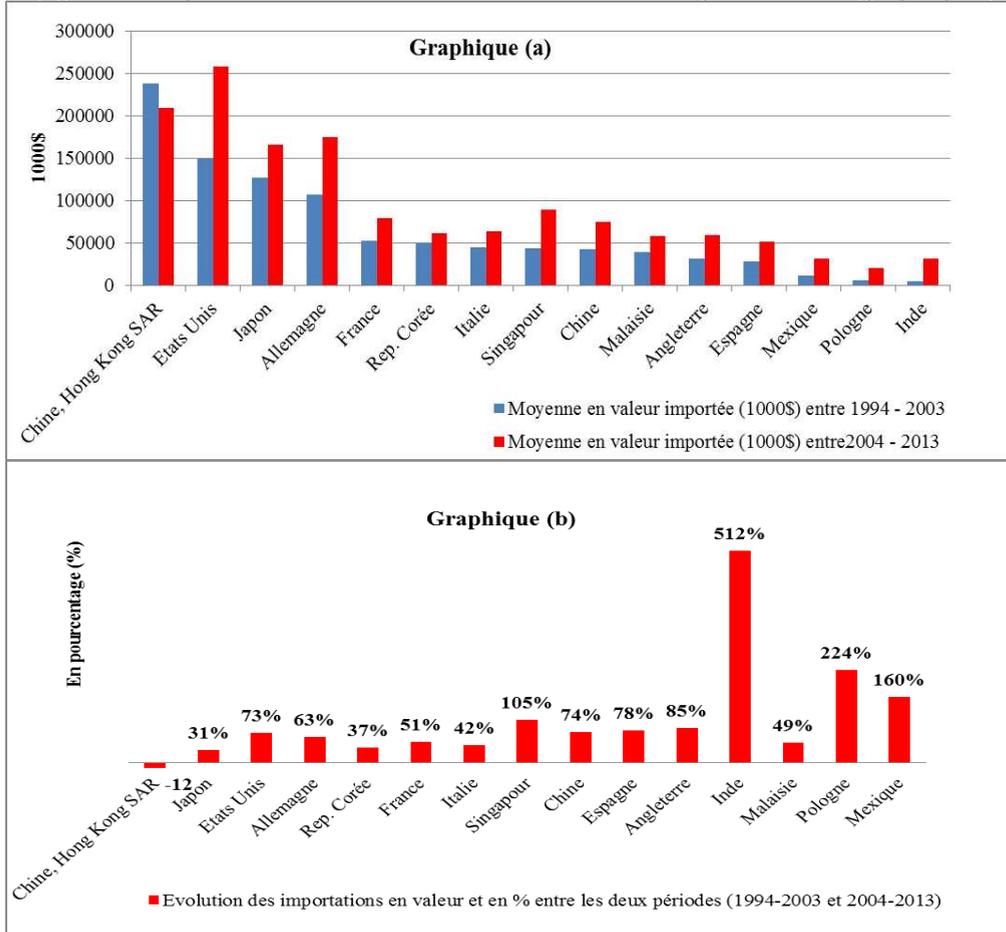
**Figure 1.2. Classification des 15 principaux pays importateurs en volume (graphiques (a) et (b)) entre les périodes 1994-2003 et 2004-2013 et leur changement en % (graphique (b))**



**Source : élaboration par les auteurs, extraction Comtrade octobre 2015 (HS1211)**

En valeur, la Chine est le principal pays importateur, si l'on additionne Hong Kong et la Chine, avec une moyenne annuelle de plus de 284 millions de dollars contre 258 millions de dollars pour les Etats-Unis pour la période 2004 à 2013. Si l'on garde les séries séparées entre la Chine et la Chine Hong Kong, le premier pays importateur est les États Unis avec 12,43% puis 13,5% des valeurs des importations mondiales pour les deux périodes de référence (figure 1.3).

**Figure 1.3. Classification des 15 principaux pays importateurs en valeur (graphiques (a) et (b)) entre les périodes 1994-2003 et 2004-2013 et leur changement en % (graphique (b))**



**Source : Elaboration par les auteurs, extraction Comtrade octobre 2015 (HS1211)**

Sur les quinze principaux pays importateurs, la dynamique est principalement conduite par les Etats-Unis, la Chine, Hong- Kong, le Japon et l'Allemagne et la République de Corée qui détiennent plus de 40% du marché mondial des importations sur la période 2004 et 2013. La part du marché des importations oscille dans une fourchette de 5 à 1% pour les onze autres pays importateurs. Les États-Unis, l'Allemagne, le Japon, Singapour, et la France voient leurs importations augmenter respectivement 73%, 63%, 31%, 105% et 51%.

Les quinze premiers pays importateurs qui occupaient près de 82% du marché mondial entre 1994 et 2003 en occupent 74% entre 2004 et 2013. De nouveaux pays émergent sur les

marchés d'importation comme l'Inde, la Malaisie ou le Mexique. L'Inde quintuple la valeur des parts importées, avec 5 270 puis 32 252 millions de dollars pour les deux périodes de référence, ce qui la fait passer de 0,44% à 1,67% de parts du marché mondial. La Malaisie triple sa part de marché passant de 5 857 à 21 116 millions de dollars, passant ainsi de 0,49% de parts du marché mondial à 1,09% entre les deux périodes de référence.

### **3. Les 15 premiers pays exportateurs, en volume et en valeur (1994-2013)**

En volume, la Chine est le premier pays exportateur avec Hong Kong, suivie par l'Inde, le Mexique, l'Egypte et l'Allemagne. Sur la durée, en termes de pourcentage sur le marché mondial du volume exporté, la Chine confirme sa position dominante en passant de 33% dans la période 1994-2003 à 37% pour la période 2004 - 2013. En additionnant sur la moyenne de la période de référence (2004-2013) le volume de la Chine et de Hong Kong (région administrative de la Chine depuis 1997), on obtient plus de 215 millions de tonnes annuelles soit près de 40% de la part des exportations mondiales<sup>3</sup>. Il en va de même pour l'Inde. En augmentant ses exportations à 57 millions tonnes soit près de 38% dans la deuxième décennie (tableau 3), au niveau mondial, elle arrive en deuxième place passant de 8,55% dans la première décennie (1994-2003) à 10,42% pour la deuxième (2004-2013) (annexe 1.2).

La figure 1.4 exprime de façon visuelle les changements en volume exporté entre les deux décennies ou périodes.

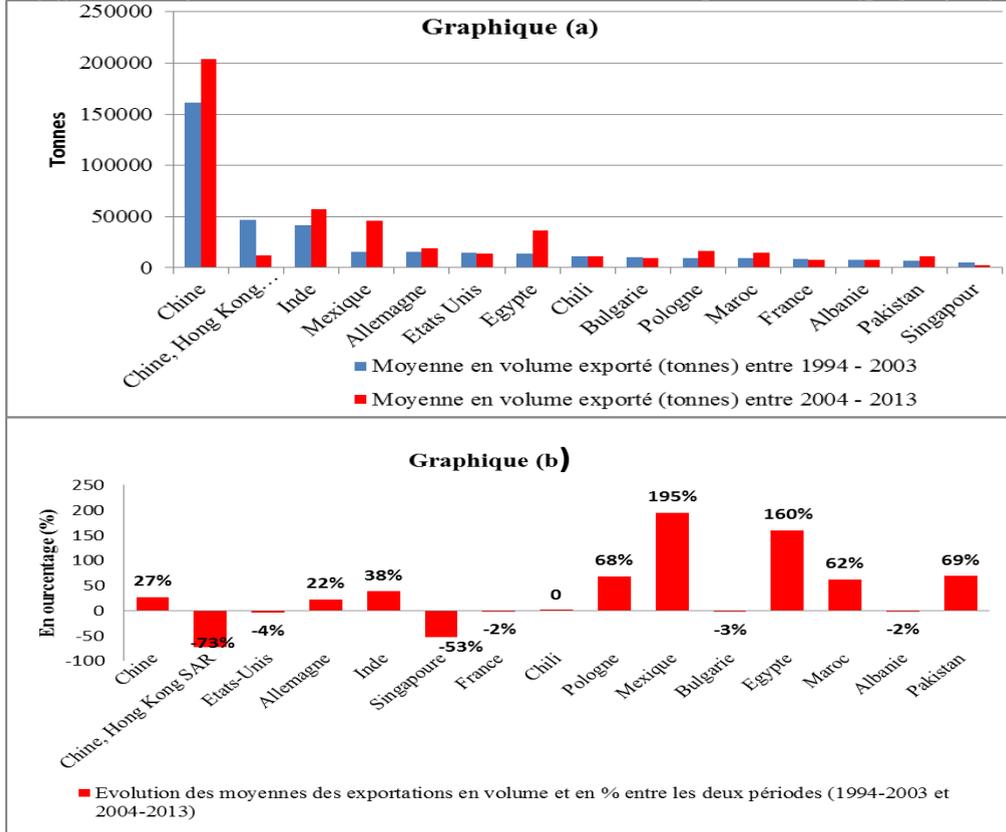
Les pays qui connaissent une expansion rapide du volume exporté sur la moyenne des deux périodes sont l'Egypte et le Mexique. Le premier augmente sa quantité avec 134% et le second avec 109%. Au niveau mondial, le premier passe de 2% à 6% et le second de 3% à plus de 6% (annexe 1.2).

Les autres pays sont loin derrière et suivent des courbes variables. La courbe d'évolution de l'Inde augmente régulièrement de 4% jusqu'en 2014, de même pour l'Allemagne, le Mexique et l'Egypte qui suivent le même trend. Hong Kong a un taux décroissant de 11% jusqu'en 2014. L'Egypte quant à elle connaît un taux croissant annuel est de 8% jusqu'en 2014.

---

<sup>3</sup> La hiérarchisation en volume moyen exporté au cours de deux périodes de référence (1994-2003 et 2004-2013), a permis de classer les pays pour les volumes et les valeurs exportées. L'ensemble des données triées par année et par moyenne d'années figure dans l'annexe 2

**Figure 1.4. Classification des 15 principaux pays exportateurs en volume (graphiques (a) et (b)) entre les périodes 1994-2003 et 2004-2013 et leur changement en % (graphique (b))**



**Source : élaboration par les auteurs, extraction Comtrade octobre 2015 (HS1211)**

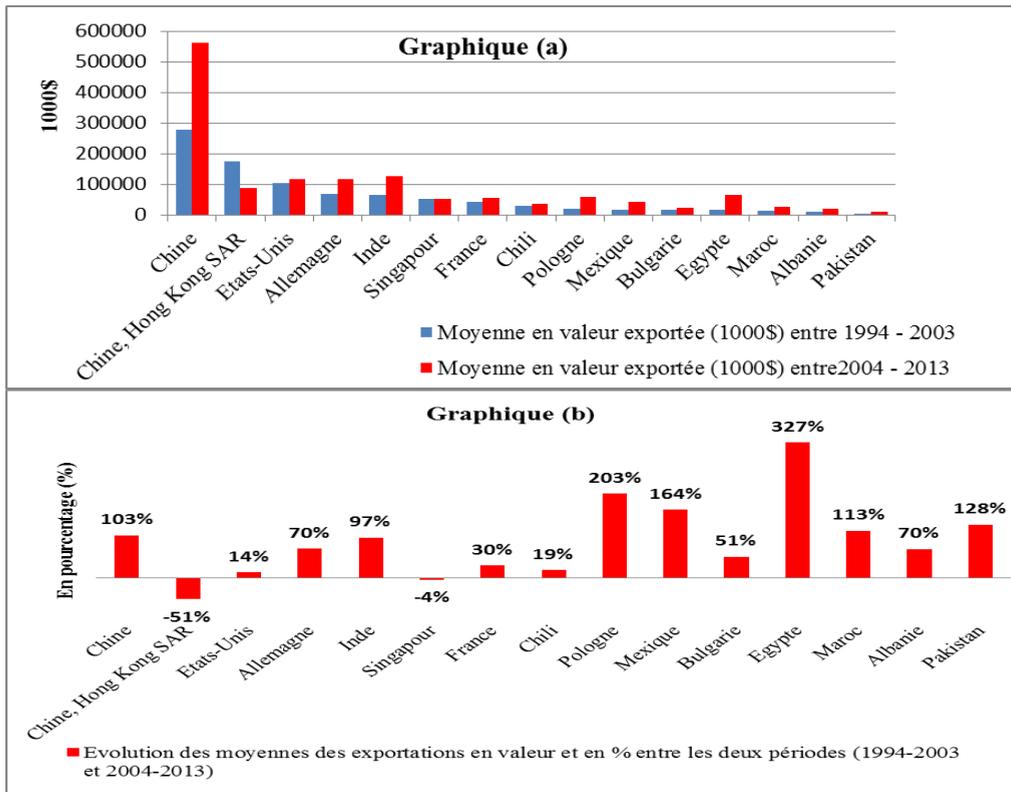
Les autres pays du monde sont tous au-dessous du seuil de 50 milliers de tonnes exportées à l'exception de l'Inde qui atteint plus de 57 milliers de tonnes exportées dans la période 2004-2013.

Il faut souligner au niveau des exportations la présence des pays tiers méditerranéens comme l'Egypte, le Maroc et l'Albanie. Seule l'Albanie perd du poids sur le volume exporté avec -2% en passant de 1,56% à 1,35% des exportations mondiales.

**En valeur**, dans la première décennie (1994-2003) les principaux exportateurs en valeur sont la Chine, Hong Kong, les États-Unis, l'Allemagne et l'Inde. Dans la deuxième décennie (2004-2013) la Chine conforte sa position dominante (annexe 1.2). Elle augmente la valeur des exportations de 103%. Avec Hong Kong, elle exporte pour une valeur supérieure à 648 millions

de dollars pour la dernière période, occupant ainsi plus de 30% du marché mondial des exportations. Loin derrière viennent l'Inde avec 6.5%, les Etats-Unis 6% et l'Allemagne 5.9%. La figure 5, montre les changements en valeur (1 000\$) des exportations entre les deux périodes : 1994-2003 et 2004-2013.

**Figure 1.5. Classification des 15 principaux pays exportateurs en valeur (graphiques (a) et (b)) entre les périodes 1994-2003 et 2004-2013 et leur changement en % (graphique (b))**



**Source : Elaboration par les auteurs, extraction (HS1211) Comtrade octobre 2015**

Pour les pays tiers méditerranéens, l’Egypte, le Maroc et l’Albanie gagnent des parts de marché à l’exportation. L’Egypte est relativement faible sur le marché mondial, mais sa part relative passe de 1,30% à 3,30% entre les deux périodes considérées. Elle occupe ainsi, la sixième position sur le marché mondial des exportations dans la dernière période de référence. Elle quadruple avec 327% le marché des exportations en atteignant près de 65 millions de dollars annuels sur la période 2004 et 2013 contre 15 millions sur la période précédente. Ce taux de variation signale un potentiel de croissance rapide sur le marché des exportations. Pendant

toute la période 1994-2014, l'Égypte a un taux croissant annuel de 13%. Le Maroc et l'Albanie augmentent relativement moins vite (pas tout à fait le double), mais ils tendent à augmenter leur part sur le marché mondial (annexe 1.2).

#### **4. Principales conclusions sur le marché mondial**

L'analyse statistique des données internationales de Comtrade ne permet pas de comprendre les changements stratégiques ou de détailler les variétés de plantes les plus échangées. Les données fournissent des informations globales relatives à une série de plantes aux usages multiples. Le caractère systématique de la base de données facilite les comparaisons et donne une première indication des tendances lourdes du marché.

Le marché mondial des plantes est en constante progression. Il atteint 700 millions de tonnes et près de 3 milliards de dollars courants en 2013 et 2014. La progression de la valeur des exportations signale un marché à la hausse durant les deux périodes considérées (1994-2003 et 2004-2013). Le taux de croissance annuel de 9 % est un taux élevé.

Les États-Unis, Hong Kong et la Chine sont les principaux importateurs. Ils dominent le marché en volume et en valeur. Le poids des autres pays importateurs est faible puisqu'ils occupent moins de 5% des importations totales mondiales que ce soit en volume ou en valeur. Même si leur part de marché est faible, il est important de signaler l'émergence de nouveaux importateurs sur le marché mondial. Ainsi, l'Inde quintuple la valeur des parts importées, suivie par la Malaisie.

La Chine avec Hong Kong occupe une position dominante dans les exportations suivie par les États-Unis. Elle totalise près de 40% de la part du volume des exportations et plus de 30% de la valeur des exportations. Certains pays connaissent une expansion rapide. L'Égypte en particulier, quadruple sa valeur des exportations entre les deux périodes de référence et passe ainsi de 2% à 6% des parts de marché mondial avec un taux croissant annuel de 8% en volume et de 13% en valeur entre 2013 et 2014.

L'Albanie figure au rang des principaux pays exportateurs sur l'ensemble des deux périodes considérées, même si sa part dans le marché mondial des exportations en valeur est inférieure à 1%.

L'Algérie quant à elle est absente de la scène internationale des échanges de plantes aromatiques et médicinales.

## V – Place de l'Albanie et de l'Algérie sur le marché mondial

### 1. Deux pays contrastés

L'Albanie figure au quatorzième rang des pays exportateurs en volume et en valeur dans le monde. Par contre, l'Algérie est absente des quinze premiers pays importateurs ou exportateurs et sa part du marché mondial est presque inexistante. Si l'on considère les moyennes analysées pour les principaux pays exportateurs et importateurs, seule l'Albanie exporte un volume équivalent à 1,56 % du marché mondial. L'Algérie quant à elle reste à des taux insignifiants sur le marché mondial de 0,0007% (tableau 1.1).



**Tableau 1.1. Les moyennes d'importations et d'exportations des PAM en volume (tonnes) et valeur (1000\$) pour l'Albanie et l'Algérie pendant les deux périodes : 1994-2003 et 2004-2013**

<b>Pays</b>	<b>Imports Exports (tonnes - 1000\$)</b>	<b>Moyenne 1994-2003</b>	<b>Moyenne 2004-2013</b>	<b>Moyenne 1994-2003 (%)</b>	<b>Moyenne 2004-2013 (%)</b>
<b>Albanie</b>	Imports volume (tonnes)	123	316	0,03	0,06
	Imports valeur (1000\$)	32	558	0,00	0,03
	Exports volume (tonnes)	7 609	7 433	1,56	1,35
	Exports valeur (1000\$)	10 631	18 063	0,91	0,92
<b>Algérie</b>	Imports volume (tonnes)	187	314	0,04	0,06
	Imports valeur (1000\$)	182	431	0,02	0,02
	Exports volume (tonnes)	4	2	0,0008	0,0003
	Exports valeur (1000\$)	17	4	0,001	0,0007

**Source : Elaboration par les auteurs, extraction Comtrade octobre 2015 (HS1211)**

Ces variations sont cependant portées par une tendance de long terme à la hausse. En valeur, sur la globalité de la période considérée, le taux de croissance croît en moyenne de 2%.

Les deux pays ont une structure commerciale opposée, avec une balance excédentaire pour l'un et déficitaire pour l'autre (tableau 1.2).

**Tableau 1. 2. Balance des importations et des exportations en valeur (1000\$).**

<b>Pays</b>	<b>Structure import-export</b>	<b>1994-2003</b>	<b>2003-2013</b>
<b>Albanie</b>	Importations	32	558
	Exportations	10 631	18 063
	Balance	10 599	17 505
	Taux de couverture	33 221	3 237
<b>Algérie</b>	Importations	182	314
	Exportations	17	4
	Balance	-165	-312
	Taux de couverture	9	0,5

*Source : Elaboration par les auteurs, extraction Comtrade, octobre 2015 ( HS1211)*

Le choix d'analyser un pays exportateur et un autre pays importateur permet d'interroger les modes de positionnement sur les marchés.

## **2. Deux pays aux origines et destinations divergentes (en valeur).**

### ***A. Les exportations et importations d'Albanie***

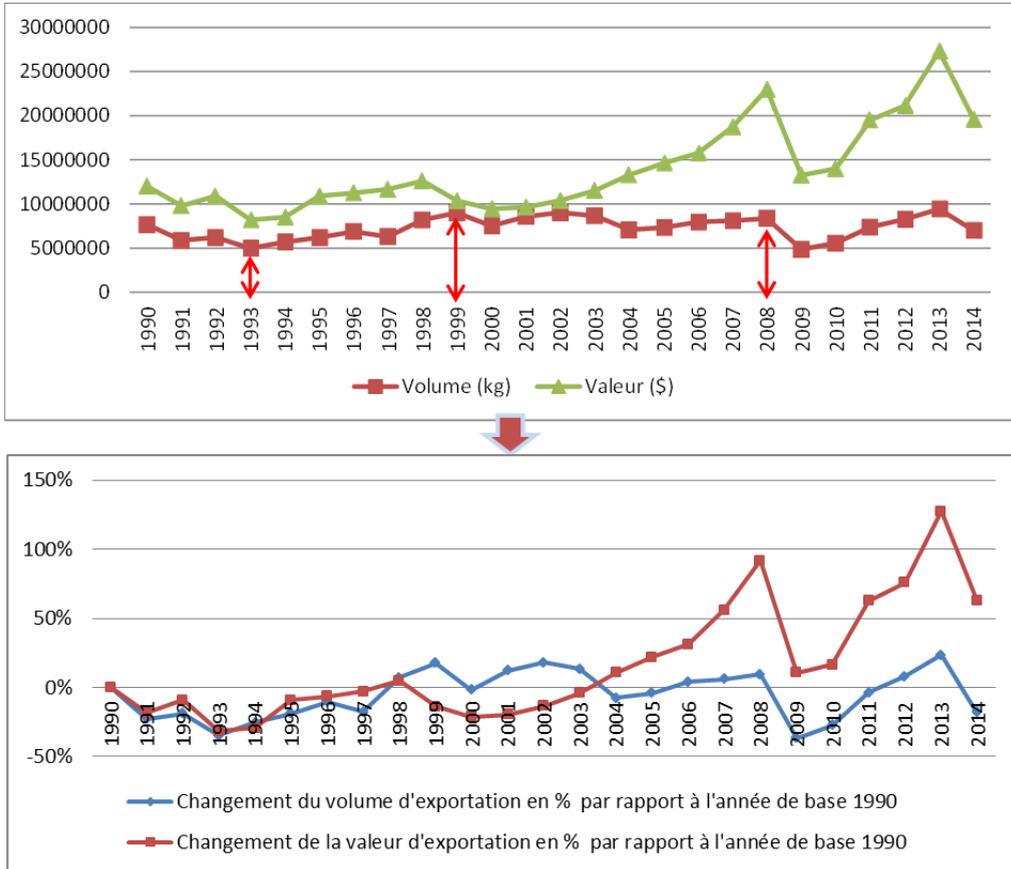
#### **a] Les exportations en volume et valeur**

Au cours de la période retenue (1990-2014) les variations des exportations sont fortes mais la croissance des exportations est à souligner (figure 1.6).

**En volume**, le taux annuel décroît de 13, 42% et 26% durant les périodes 1990-1993, 2008-2009 et 2013-2014. Par contre entre 1993-1999 et 2009-2013, le taux croît respectivement de 10% et 18%. Le taux annuel de croissance en moyenne, sur la globalité de la période considérée, est inférieur à 1%.

**En valeur**, jusqu'à 1993, le taux décroît pour les périodes 1990-1993, 1998-2000, 2008-2009 et 2013-2014 respectivement de 12%, de 13%, de 42 % et de 28%. Par contre pour les périodes 1993-1998, 2000-2008 et 2009-2013 le taux croît respectivement de 9, 12% et 20% (figure 1.6).

**Figure 1.6. Croissance en % en valeur et en volume des exportations d'Albanie, période 1990-2014.**

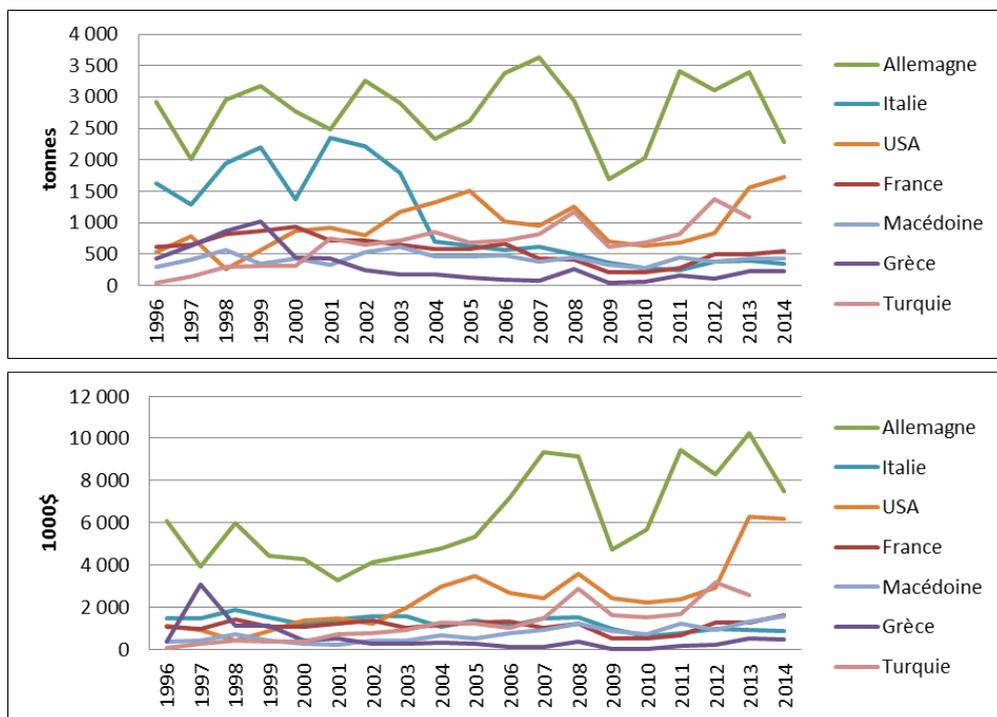


**Source : Elaboration par les auteurs, extraction (HS1211) Comtrade, octobre 2015**

L'Albanie, pays exportateur, est un pays tourné principalement vers les marchés des pays développés (figure 1.7). Les principaux pays de destination, sont les Etats-Unis et l'Union Européenne (Allemagne, France, Italie, Grèce).

Pendant la période 1996-2014, en volume, on peut noter que l'Allemagne reste toujours le premier pays de destination des exportations albanaises malgré un taux annuel qui baisse de 1% (figure 1.6). Les exportations vers les Etats-Unis augmentent à un taux annuel de 7%. L'Italie, la France et la Grèce ont presque le même trend d'évolution des importations. Leur taux annuel d'importation baisse respectivement pour le premier de 8%, pour le second de 1% et le troisième de 3%.

**Figure 1.7. Principales destinations des exportations albanaises en volume et en valeur, 1994-2014**



**Source : Elaboration par les auteurs, extraction Comtrade octobre 2015 (HS1211)**

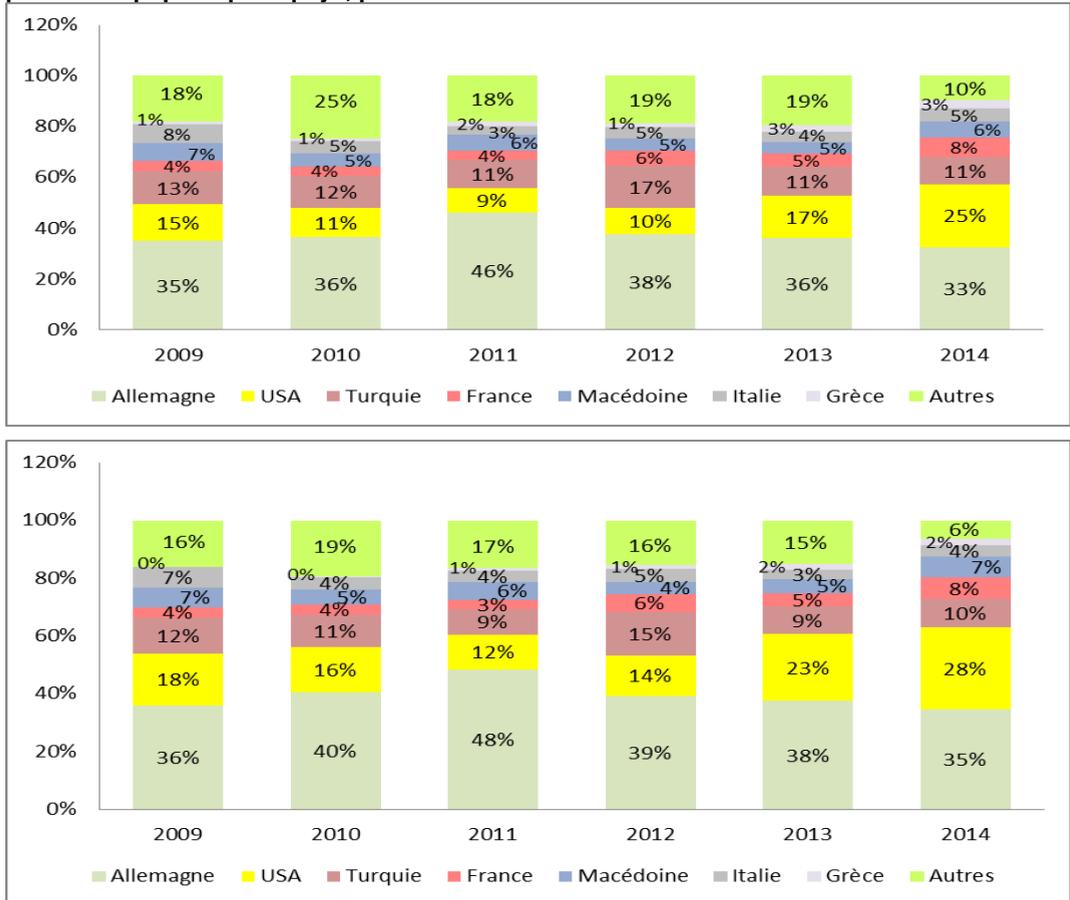
Depuis 1996, les exportations vers la Turquie croissent à un taux annuel de 16%. En 2004, la Turquie devient le troisième pays cible des exportations en provenance d’Albanie. La Turquie se positionne ainsi en nouveau débouché économique pour l’Albanie, après l’Allemagne et les Etats-Unis qui sont des clients de longue date. Enfin, la Macédoine prend aussi une place importante dans les exportations avec un taux de croissance annuel de 2%.

**En valeur**, la part de l’Allemagne augmente à un taux de croissance annuel de 2% jusqu’en 2014. La part des États Unis augmente avec un taux de croissance de 10%. Par contre, l’Italie, deuxième pays jusqu’à 2002 passe en sixième position avec un taux décroissant de 3%. La France et la Grèce restent sur les taux de croissance très bas, respectivement 2% pour le premier et 1% pour le second.

Aujourd’hui, la structure **en volume**, entre les pays principaux de destination, se présente ainsi : l’Allemagne est le pays qui absorbe la plupart du volume exporté, restant toujours en tête

avec une moyenne de 37%. En deuxième position, viennent les États-Unis avec une moyenne de 14%, suivi par la Turquie qui passe en troisième place, avec une moyenne de 13%. La Macédoine passe en quatrième position avec une moyenne de 6%, dépassant l'Italie et la France avec 5% chacune et enfin, la Grèce avec 2% (figure 1.8).

**Figure 1.8. La structure de répartition en % du volume et de la valeur des exportations pour les sept principaux pays, période 2009-2014**



Source : *Elaboration par les auteurs, extraction (HS1211) Comtrade, octobre 2015*

**En valeur**, l'Allemagne occupe également la position dominante (40%), suivie par les États-Unis (19%), la Turquie (11%), la Macédoine (6%), la France (5%), l'Italie (4%) et enfin, la Grèce (1%).

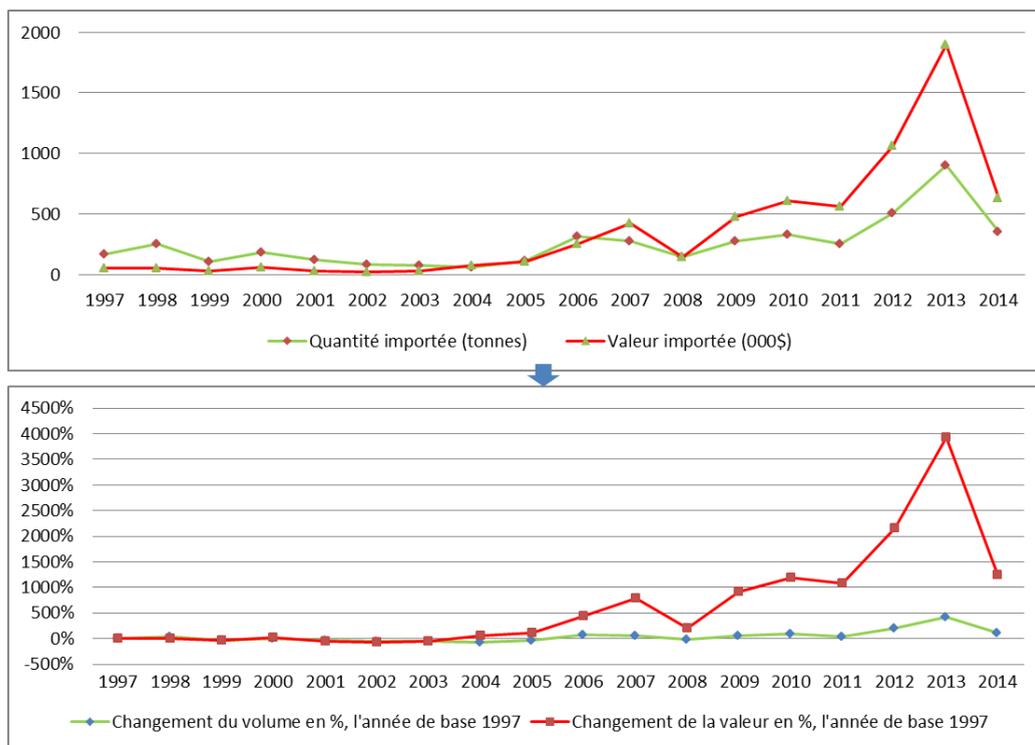
## b) Les importations en volume et valeur

La figure 1.9 montre pour la période 1990-2014, l'évolution des importations. Nous avons écarté l'année 1996, pour des raisons d'analyse statistique car les données de cette année sont insignifiantes et peuvent conduire à des erreurs statistiques.

**En volume**, le taux annuel croît de 5% durant la période 1997-2013. En 2014, ce volume baisse de 61% par rapport à l'année précédente. Le taux annuel de croissance en moyenne, sur la globalité de la période considérée, est donc de 4%.

**En valeur**, le taux annuel croît de 24% dans la période 1997-2007 et de 68% dans la période 2008-2013. Par contre dans les périodes 2007-2008 et 2013-2014, le taux décroît respectivement de 66% et 66 % (figure 1.9). Le taux annuel de croissance en moyenne, sur la globalité de la période considérée, est de 16%.

**Figure 1.9. Croissance en % en valeur et en volume des importations, période 1990-2014**

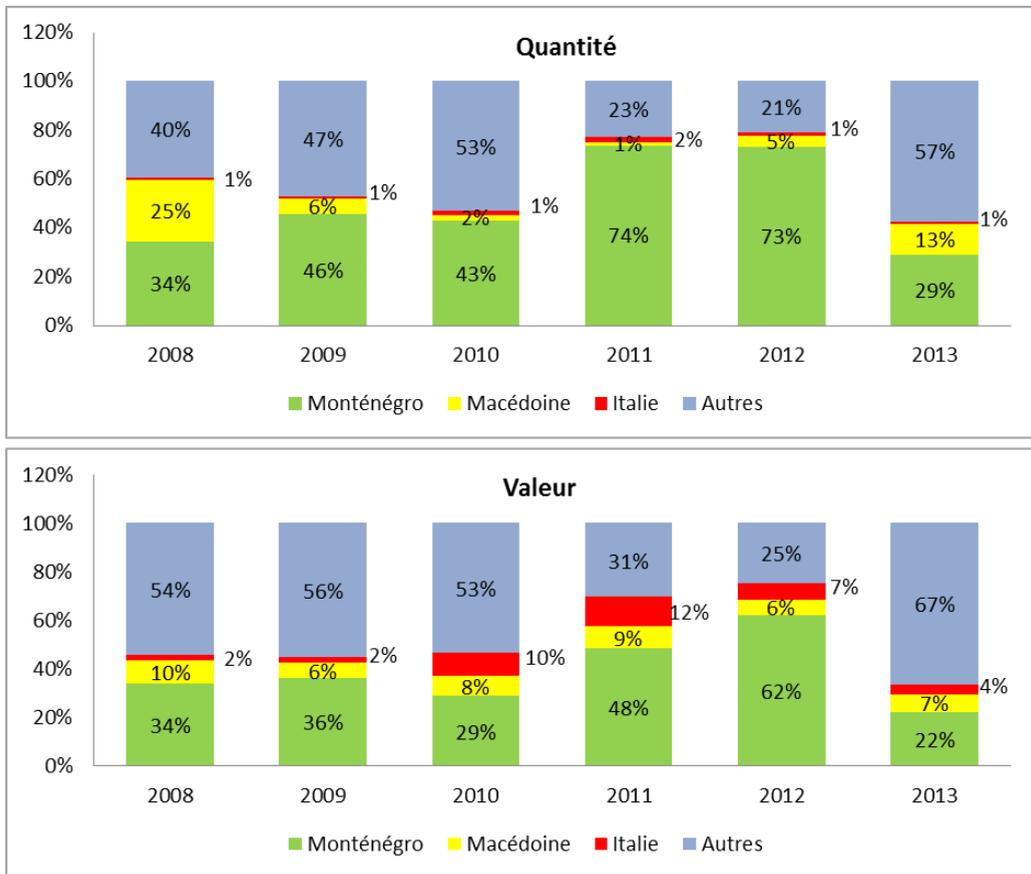


**Source : Elaboration par les auteurs, extraction (HS1211) Comtrade, octobre 2015**

A partir de 2008, les importations d'Albanie sont en moyenne de 470 tonnes par an. La structure **en volume** des pays principaux exportateurs à destination de l'Albanie, se présente ainsi : le Monténégro est le principal exportateur avec une moyenne de 50 %. En deuxième position, vient la Macédoine avec une moyenne de 9%, suivie par l'Italie en troisième place, avec une moyenne de 1% (figure 1.10).

**En valeur**, les importations sont estimées à 950 000 dollars américains par an. Le Monténégro est en position dominante (39%), suivi par la Macédoine (8%), et enfin, l'Italie (6%).

**Figure 1.10. La structure en % en volume et en valeur des importations des sept principaux pays approvisionnant le marché albanais, période 2009-2014**



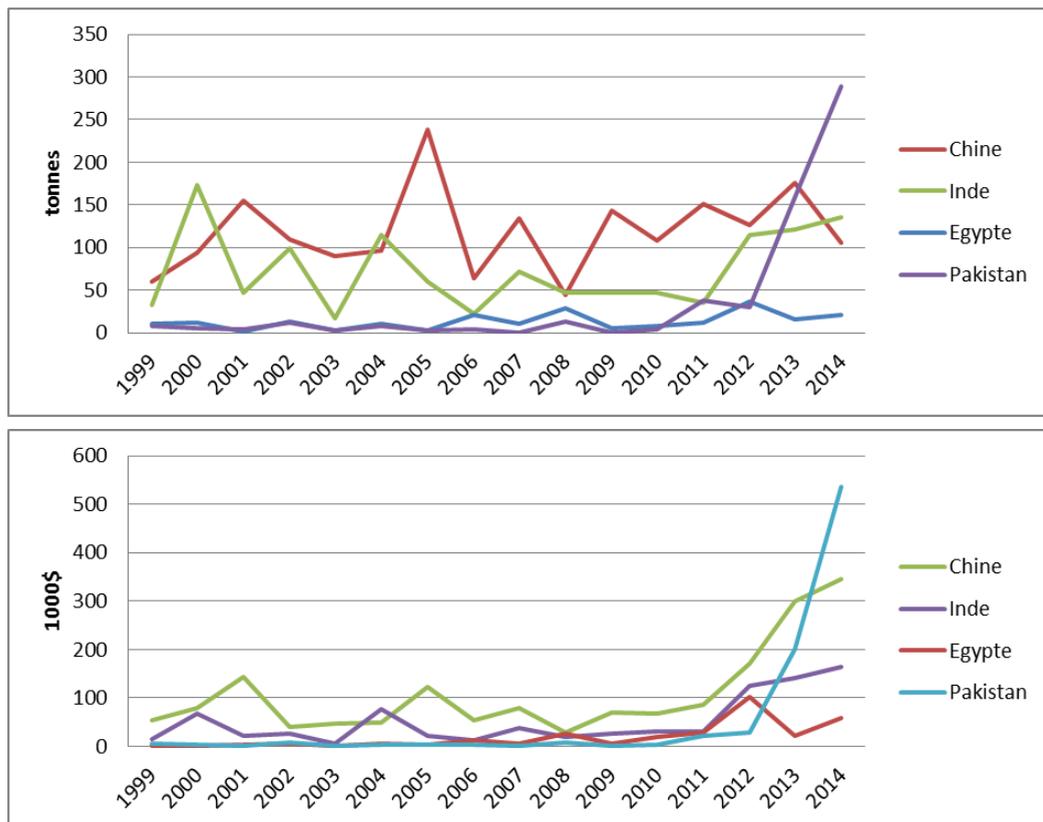
**Source : Elaboration par les auteurs, extraction (HS1211) Comtrade, octobre 2015**

Ces dernières années, la Serbie, la Turquie et l'Égypte exportent également vers l'Albanie mais les montants sont insignifiants (annexe 1). En 2014, la France fournit environ 13 tonnes pour une valeur de 13 600 euros (Douane Française, 2015, annexe 2.1).

## B. Les exportations et importations d'Algérie

Pour l'Algérie, pays importateur, les principaux fournisseurs sont des pays en développement (figure 1.11). Si la Chine et l'Inde pourvoient l'Algérie depuis longtemps, le Pakistan est devenu le premier fournisseur depuis 2013.

Figure 1.11. Principales origines des importations algériennes en volume et en valeur, période 1994-2014



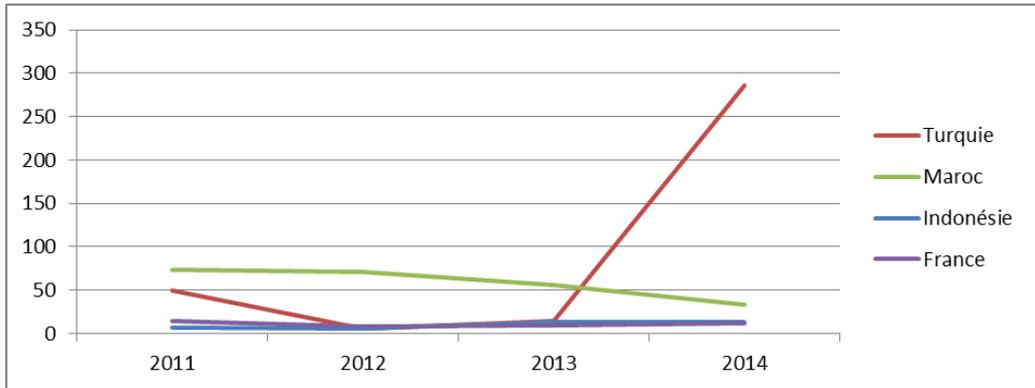
Source : *Elaboration par les auteurs, extraction (HS1211) Comtrade octobre 2015*

L'émergence de nouveaux pays fournisseurs est manifeste au cours des quatre dernières années ; ainsi, la Turquie devient un exportateur non négligeable depuis le tournant des années 2010. L'émergence de la Turquie ne ressort pas sur le graphe de longue durée (période 1994-2014) car les données d'importation n'apparaissent qu'au tournant des années 2010. Depuis lors et en peu de temps, la Turquie a su conquérir de nouvelles parts de marché d'exportation.

D'autres pays, comme le Maroc, l'Indonésie ou la France émergent également sur le marché des exportations à destination de l'Algérie dans les quatre dernières années, mais leur part reste relativement faible, comme le montre le graphe ci-après (figure 1.12).

Ces analyses demanderaient à être affinées en prenant notamment en compte le problème des réexportations et des préférences commerciales. Elles situent l'Albanie et l'Algérie avec leurs pays partenaires et leur structure de commercialisation.

**Figure 1. 12. Autres origines des importations algériennes en valeur entre 2011 et 2014**



*Source : Elaboration par les auteurs, extraction Comtrade octobre 2015 (HS1211)*

## VI – Limites et résultats des données statistiques ; enquêtes complémentaires sur les stratégies d'entreprises

### 1. Limites des analyses statistiques

Comme souligné dans la partie méthodologique, les données disponibles sont partielles et passent par le filtre des déclarations douanières internationales et des catégories de produits agrégés. Notre étude s'est bornée à analyser une catégorie de produits, celle des plantes et des parties de plantes. Cette catégorie de produits ne permet pas de différencier les marchés par rapport aux différents usages industriels (cosmétique, pharmaceutique, agro-alimentaire). Certaines études estiment la valeur du marché mondial des plantes aromatiques et médicinales à environ 64 milliards de dollars (FranceAgrimer, 2012). Ces études incluent les produits transformés et tous les secteurs d'utilisation. L'état des données internationales disponibles ne permet pas de conforter ce chiffre.

L'analyse conduite à partir des données Comtrade aboutit à estimer le marché mondial des plantes en vrac (catégorie HS1211) aux alentours de 3 milliards de dollars en 2014. Il serait

sans doute possible d'agréger différents marchés internationaux comme ceux des épices ou des eaux distillées ou de l'huile essentielle afin d'obtenir une vision globale des tendances des marchés, mais cette analyse dépasse le cadre de cette étude. Un sondage sur le marché des huiles essentielles a permis d'estimer le marché mondial des huiles essentielles à un montant de plus de quatre milliards de dollars en 2014 (Comtrade, 2015).

Par ailleurs, l'analyse des données statistiques internationales agrège les produits. Elles ne permettent de voir ni les types de plantes, ni les types d'huile essentielle, ni les valeurs pour chacun des produits échangés. Les origines destinations ne permettent pas de voir non plus le problème des réexportations ou des réimportations.

## **2. Principaux résultats des analyses de données Comtrade**

Le marché des plantes en vrac est de taille relativement faible par rapport aux grands marchés agricoles (3 milliards de dollars en 2014).

Le taux annuel de croissance en valeur est très élevé (9%). Les principaux importateurs et exportateurs en volume et en valeur sont la Chine, Hong Kong et les Etats-Unis. La Chine et Hong Kong dominant le marché des exportations avec plus de 30% du marché mondial.

Pour les pays tiers méditerranéens, la croissance du marché des exportations en valeur de l'Egypte est à souligner. Dans une moindre mesure, le Maroc connaît lui aussi une croissance des exportations en valeur.

Les deux pays qui font l'objet de l'étude lorsqu'ils sont vus sous le prisme de Comtrade sont diamétralement opposés, puisque l'un est exportateur et l'autre importateur. L'Albanie est tournée vers les marchés des pays développés et émergents. L'Algérie est tournée vers les fournisseurs en matières premières qui sont l'Inde et la Chine. Si les données statistiques mondiales participent à la structuration d'une vision systématique des échanges, le prisme particulier de ces données élimine de nombreuses variables et en particulier les questions de différentiels de prix entre les produits mis en marché, de même que les problèmes de normes ou de stratégies économiques des acteurs privés.

## **3. Principaux résultats d'enquêtes conduites auprès d'entreprises importatrices en France**

Des enquêtes complémentaires ont été conduites afin de mieux situer l'Algérie et l'Albanie. Dans un premier temps et sous forme de tests, des requêtes ont été réalisées sur les bases de

données d'entreprises Amadeus et Orbis afin d'identifier les principales entreprises contribuant à la dynamique de certaines filières. Ces requêtes sont restées vaines car l'information fournie est pratiquement inexistante et ne permet pas d'accéder à des niveaux d'information satisfaisant. Par ailleurs, nous nous sommes adressés aux douanes françaises pour obtenir le détail des plantes importés et exportés. Le fichier qui nous a été transmis reprend exactement les mêmes catégories que celles fournies par Comtrade ce qui a conforté nos sources d'information.

A partir d'un listing national d'importateurs français, il a été possible d'identifier une vingtaine d'entreprises opérant en France ayant des liens commerciaux avec les deux pays de l'étude. Nombreuses ont été les réponses négatives. Les questionnaires détaillés qui comportaient des questions précises quant au volume, au prix ou aux certifications n'ont jamais été renseignés par les opérateurs et ce malgré les relances téléphoniques. En effet, les réactions des entreprises aux questionnaires ont été défensives. Cependant, leurs réponses orales ont permis de confirmer le caractère confidentiel des informations car tous revendiquent le secret professionnel.

L'enquête conduite auprès de ces entreprises est donc un premier relevé des impressions qu'ont bien voulu nous confier les responsables des entreprises lorsqu'ils ont accepté d'échanger leurs points de vue avec nous au téléphone. Parmi les réponses obtenues, quelques remarques sont intéressantes à signaler :

- Toutes les entreprises sont unanimes pour souligner que les marchés des plantes et aromatiques sont des marchés spécifiques. Ils échappent aux régulations et aux modes d'observation en vigueur dans les autres filières agricoles classiques.
- Souvent informels et à forte valeur ajoutée, les marchés s'organisent en fonction des relations directes entre opérateurs.<sup>4</sup> Les professionnels que nous avons interrogés confirment l'importance du secteur informel. Leur travail est fondé sur des relations de confiance et sur une connaissance fine des changements à partir des informations de terrain.
- Les huiles essentielles sont particulièrement sensibles, car leur valeur ajoutée est très élevée une fois transformée. Ainsi, l'huile essentielle de Rose de Damas se vend sur les marchés de gros entre 6 000 ou 7 000 euros le kilo et atteint 15 000 euros le litre sur les marchés de détail.

---

<sup>4</sup> Seuls certains marchés soumis aux lois des stupéfiants sont réglementés de la production à la commercialisation, comme le marché du pavot dont le coût d'un gramme de morphine pharmaceutique est estimé à 700 euros le gramme. En France, par exemple, l'entreprise Francopia produit 120 tonnes de produits actifs par an qu'elle distribue sur 80 pays (Ratel, 2015).

Les prix élevés de ces produits s'expliquent pour partie pour des raisons de rendement, car il faut plus de six tonnes de pétales de rose de Damas pour obtenir un kilo d'huile essentielle. Mais d'autres facteurs liés aux modes d'organisation de ces circuits jouent également dans la fixation des prix aux consommateurs que ce soit aux étapes de la transformation ou de la commercialisation.

- Les sociétés privées d'exportation où qu'elles se situent sont les interlocuteurs pour les achats, car elles sont seules à connaître les normes qualités et les normes des douanes. Les entreprises françaises ne travaillent donc pas directement avec les coopératives, car cela prendrait trop de temps et pourrait induire des problèmes quant à la responsabilité de la mise en marché.
- Les questions d'organisation et de contrôle de la qualité semblent émerger comme une préoccupation commune.
- L'organisation d'une interprofession du secteur à l'échelle internationale pourrait être une des solutions à envisager pour mieux connaître les tendances du marché. Actuellement seuls existent des congrès et des forums internationaux organisés par le secteur privé. Ils sont motivés par la recherche de contacts afin de connaître les tendances du marché et afin de renforcer les réseaux. Les entreprises qui ont répondu positivement à l'enquête souhaitent être invitées à la restitution du rapport pour en prendre connaissance et pour envisager la faisabilité d'un système d'information ou d'une meilleure organisation de l'offre en cohérence avec les standards d'importation.

D'autres informations plus précises ont été données quant à l'Albanie et l'Algérie. Elles confirment le fait que l'Albanie est traditionnellement un pays exportateur avec qui les échanges sont réguliers depuis de nombreuses années. Les détails de certaines remarques relatives aux habitudes commerciales figurent dans la partie spécifique traitant de l'Albanie.

A l'inverse, l'Algérie est considéré par tous les importateurs comme un pays fermé. Il n'existe actuellement aucun échange avec l'Algérie. Certaines entreprises ont tenté dans le passé de construire des marchés avec l'Algérie, mais tous les projets ont échoué. Alors que l'Algérie détient un capital floristique important, les blocages sont systématiques au niveau des douanes. Toutes les entreprises expriment le besoin de structurer une offre en Algérie, car actuellement elles déplorent l'absence d'interlocuteur.

Vu l'importance des opérateurs privés et du secteur informel, l'identification des entreprises et l'analyse de leurs stratégies de commercialisation sont des étapes nécessaires pour

appréhender les tendances du marché et en comprendre les enjeux économiques ou politiques. Ces enquêtes complémentaires conduites auprès des opérateurs privés ont permis de souligner d'autres dimensions de ce marché. En particulier, la place occupée par le secteur informel et les relations personnelles de confiance semblent déterminantes. Les questions de responsabilité de mise en marché, de contrôle de la qualité et de structuration de la profession professionnels supposent le renforcement d'entreprises de certification et une meilleure organisation à l'échelle internationale de la profession.

Le cas de l'Algérie par exemple a été cité à maintes reprises par les professionnels (importateurs) comme un des pays avec qui les relations commerciales sont devenues presque impossibles, alors que ce pays est doté d'un potentiel de production de plantes.

Mais ce type de travail nécessite de nombreuses enquêtes qui dépassent le cadre de cette étude. En particulier, l'analyse des différentiels de prix qui se créent entre les échanges des produits en vrac et les informations relatives aux échanges de catégories de produits transformés tels que les huiles essentielles méritent des analyses particulières. Il en va de même des normes et des standards de qualité.