

La vulgarisation de la culture de la tomate industrielle dans la région d'Annaba. Une réussite ?

Baci L.

in

Bedrani S. (comp.), Elloumi M. (comp.), Zagdouni L. (comp.), Bedrani S. (collab.), Elloumi M. (collab.), Zagdouni L. (collab.).

La vulgarisation agricole au Maghreb : théorie et pratique

Paris : CIHEAM

Cahiers Options Méditerranéennes; n. 2(1)

1993

pages 129-132

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

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=9340081>

To cite this article / Pour citer cet article

Baci L. La vulgarisation de la culture de la tomate industrielle dans la région d'Annaba. Une réussite ?. In : Bedrani S. (comp.), Elloumi M. (comp.), Zagdouni L. (comp.), Bedrani S. (collab.), Elloumi M. (collab.), Zagdouni L. (collab.). *La vulgarisation agricole au Maghreb : théorie et pratique*. Paris : CIHEAM, 1993. p. 129-132 (Cahiers Options Méditerranéennes; n. 2(1))



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

La vulgarisation de la culture de la tomate industrielle dans la région d'Annaba. Une réussite?

Lazhar Baci

Département d'Economie Rurale

Résumé. L'intensification de la culture de la tomate industrielle, qui concerne 10% de la SAU dans la région d'Annaba, permettrait de réduire les importations algériennes de concentré de tomates, qui ont considérablement augmenté de 1973 à 1990, et le degré de dépendance du pays qui a cependant développé la filière au niveau de la production et de la transformation. La vulgarisation a été menée par la Direction des services agricoles et par l'ITCMI, qui a créé une « cellule de la tomate industrielle » et s'est fixée trois actions : maîtrise de l'itinéraire technique, lancement de nouvelles variétés et utilisation de nouveaux produits de traitement de fertilisation. Malgré les visites chez les producteurs, les regroupements dans cinq subdivisions de la DSA, et une semaine d'information en mars 1991, la participation des fellahs à ces programmes de vulgarisation reste, pour diverses raisons, assez faible.

Mots clés. Algérie. Annaba – Vulgarisation – Recherche action – Innovation – Tomate – Transfert de technologie.

I. – Pourquoi la culture de la tomate industrielle?

Divers facteurs militent en faveur de cette culture :

La consommation de concentré de tomate (ingrédient indispensable dans la cuisine algérienne) est passée de 0,38 kg/tête/an dans les années 60 à près de 4 kg/tête/an dans les années 90, ce qui a engendré une forte augmentation des superficies réservées à la tomate industrielle passant de 2 850 ha à près de 2 200 ha. De plus :

- la production de tomates est passée de 13 500 tonnes à près de 350 000 tonnes ;
- le nombre d'unités de transformation est passé de 13 en 1967 à 25 en 1990 ;
- le niveau des importations de concentré de tomate ne cesse de croître passant de 100 tonnes en 1973 à près de 52 000 tonnes en 1990.

Ces importations incite donc à chercher les moyens permettant de limiter autant que possible le degré de dépendance malgré le développement qu'a connu la filière de la tomate tant au niveau de la production que de la transformation. La part de la vulgarisation reste considérable.

II. – Pourquoi le choix de la région d'Annaba?

La principale raison essentielle est que cette région (qui concerne en fait les wilayate de Annaba, El Tarf, Guelma et Skikda) a pour vocation principale les cultures industrielles, notamment la tomate industrielle qui occupe 10% de la SAU. Par ailleurs, 70% des capacités de production et de transformation s'y trouvent concentrées.

Il ne s'agit pas ici de faire une analyse critique de la filière industrielle, notamment du segment de la vulgarisation mené par la Direction des services agricoles (DSA) et de l'Institut technique des cultures maraîchères et industrielles (ITCMI) qui ont mis en place « une cellule de la tomate industrielle chargée de suivre cette culture du semis jusqu'à la récolte avec des actions de vulgarisation à plusieurs niveaux. Cette cellule est composée de :

- la direction des Services agricoles,
- l'Institut technique des cultures maraîchères et industrielles,
- l'Institut national de la protection des végétaux (INPV),
- l'Association des producteurs de tomates industrielles,
- la CAPCS Lalamia Lakhdar.

La vulgarisation se fixe en fait un certain nombre d'actions dont :

- la maîtrise de l'itinéraire technique,
- le lancement de nouvelles variétés,
- l'utilisation de nouveaux produits de traitement et de fertilisation.

Deux autres actions sont menées lorsque les nouvelles variétés et les nouveaux produits sont inconnus des producteurs :

1. Maîtrise de l'itinéraire technique

Elle est menée essentiellement par les services agricoles qui arrêtent avant chaque campagne un programme de vulgarisation portant sur des thèmes à vulgariser :

- repiquage des plants et densité par hectare à respecter,
- désherbage chimique des pépinières,
- désherbage chimique des parcelles, etc.

Le thème et le programme étant fixés, la DSA invite les producteurs sur la ferme pilote et parfois même chez un ou plusieurs producteurs pour les démonstrations. Ces visites sont suivies par d'autres pour observer les résultats des démonstrations.

Ces actions n'ont pas été concluantes d'après les services de l'agriculture car les producteurs viennent surtout dans l'espoir de bénéficier gracieusement des intrants vulgarisés. Si le produit présenté a fait l'objet d'un don, celui-ci est effectivement offert, sinon les producteurs sont invités à l'acheter auprès des CASAP et d'autres organismes de distribution. A ce niveau, se pose un double problème : soit le produit n'est pas disponible (et cela discrédite l'action de vulgarisation, d'ailleurs les services concernés ont décidé de ne plus vulgariser tout produit non disponible sur le marché), soit que le coût est très élevé et donc non accessible pour la majorité des producteurs. Dans les deux cas l'action de vulgarisation n'aura pas l'effet escompté.

Pour la campagne écoulée (1991), les services de l'agriculture ont organisé une semaine d'information consacrée à la culture de la tomate industrielle du 16 au 20 mars 1991. Cinq regroupements ont eu lieu à travers les cinq subdivisions que compte la DSA (Annaba, El-Hadjar, Aïn-Berda, El-Eulma, Berrahal), avec la participation de la « la cellule tomate industrielle » et de plus de 200 producteurs (sur les 2 500 que compte la région).

- l'ITCMI a développé un thème sur la situation actuelle et l'itinéraire technique de la culture de la tomate. Cet exposé a été appuyé par la diffusion d'une fiche technique comportant les principales actions nécessaires à l'augmentation des rendements.
- l'INPV s'est penché dans un exposé assez détaillé, sur le côté phytosanitaire de la culture, notamment :
 - la désinfection des couches de semis,
 - la protection des plants en pépinière,
 - le désherbage chimique,
 - la lutte contre les parasites animaux et végétaux de plein champ.

Des fiches techniques ont été distribuées, des posters et des photos ont été utilisés durant ces journées afin de sensibiliser les producteurs.

2. Lancement de nouvelles variétés et utilisation de nouveaux produits de traitement et de fertilisation

Ces opérations de vulgarisation sont menées par l'ITCMI d'Annaba et comportent plusieurs phases.

1ère phase : Opération test

L'ITCMI reçoit chaque année une vingtaine de variétés qu'il teste à la station expérimentale d'El-Karma; il procède ensuite à une sélection au bout de 3 ans. Les variétés homologuées sont avalisées pour les importations. C'est le cas notamment des tomates *Zenith-Maader* et *Nemastar* (variétés américaines).

2e phase : passage en macro-parcelles pour le suivi et vulgarisation

Si le test est concluant, on choisit un site qui peut être : la ferme pilote, une EAC ou EAI ou chez un agriculteur privé. Si la ferme pilote ne pose aucun problème, le choix des autres sites est plus difficile en raison de la réticence et de la méfiance des agriculteurs d'une part et parce qu'il ne s'agit pas de prendre n'importe quel agriculteur d'autre part. D'après les responsables de l'ITCMI, pour que cette opération de vulgarisation soit réussie, il faudrait qu'ils arrivent à convaincre un agriculteur ayant une grande influence dans la région.

Après le choix du site, des journées de démonstration et de vulgarisation sont organisées auxquelles sont invitées le plus grand nombre possible de producteurs. Trois sorties sont organisées par campagne et se déroulent généralement entre le 25 février et le 15 avril.

- la 1ère sortie a pour objet la visite des pépinières pour les variétés hybrides et la visite des parcelles destinées aux essais. Les opérations à suivre portent sur :
 - le stade végétatif des plants,
 - l'état sanitaire des plants (traitement par le DAZOMET),
 - la préparation des parcelles pour le repiquage.
- la 2e sortie a pour objet le suivi du repiquage des nouvelles variétés hybrides. Les opérations à suivre portent sur le choix des plants (soins, système racinaire...) et le respect de la distance de plantation, de telle façon à obtenir les 30 000 plants/ha souhaités.
- la 3e sortie a pour objet le suivi de l'opération désherbage chimique ou mécanique, selon le cas.
 - pour le désherbage chimique, cette action porte sur la présentation du produit (le SENCOR pour la campagne précédente), sa préparation avec le respect des doses, puis le traitement (période et nombre de traitements nécessaires).
 - pour le désherbage mécanique, cette action n'est préconisée que dans le cas d'indisponibilité du produit au niveau de l'exploitation (en raison de son prix élevé, de dates périmées, d'indisponibilité sur le marché...). Les agents chargés de cette opération recommandent ce type d'opération nécessaire dans la conduite culturale qui peut être réalisée avec des instruments très simples (charrues, scarificateurs, buttoirs...).

Comme pour la première action, le taux de participation est assez faible pour les mêmes raisons ; les fellahs ne viennent ou ne participent que s'ils sont intéressés matériellement, c'est-à-dire que si chaque visite se termine par une distribution de produits.

La vulgarisation de nouvelles variétés de semences n'a pas eu l'écho escompté et les producteurs restent attachés aux anciennes variétés. 80% de la superficie en tomates industrielles est occupé par la Saint Ruff (60%) et la Heinz (20%) en raison de leur maturité étalée, la possibilité d'écoulement d'une partie sur le marché du frais..., alors que ces variétés ne sont pas très intéressantes pour la transformation car donnant un faible taux d'extraction de concentré.

La vulgarisation de la culture de la tomate industrielle n'est pas une réussite totale, mais pas un échec non plus. Ce serait plutôt une semi-réussite car la vulgarisation dans cette région reste confrontée tout de même à un problème de mentalité... mais les mentalités évoluent ; il s'agit tout simplement de trouver la formule.

