

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

ET DE LA RECHERCHES CIENTIFIQUE

UNIVERSITE SAAD DAHLAB DE BLIDA

FACULTE DES SCIENCE AGRONOMIQUES ET VETERINNAIRES

DEPARTEMENT SCIENCES AGRONOMIQUES

**La place de l'eau embouteillée dans la ration
alimentaire de la population algérienne le cas de la
wilaya de chlef**

Mémoire de l'obtention du diplôme MASTER

En Science De La Nature et de La Vie

Filière : Sciences Alimentaires

Option ; Nutrition et Contrôle des Aliments

ABDELLAH Imène

Devant les jurys composé de

- Bousbia N.	MCB	USDB	Président
- Ramdane S.	MAA	USDB	Promoteur
- Outalab T.	MAB	USDB	Examineur
- Bendali A.	MAA	USDB	Examineur
- Brahim M.	MAA	U Djelfa	Examineur

ANNEE UNIVERSITAIRE 2012/2013 REMERCIEMENT

Tout d'abord Dieu Tout Puissant

Nos remerciements sont présentés à **Mr RAMDANE S.** le promoteur de notre travail, de nous avoir témoigné sa confiance et de nous avoir permis d'améliorer la qualité de notre document.

A Mr Bousbia N. pour l'honneur qu'il m'a fait de présider le jury.

A Mme **Outalab**, **Mr T. Bendali A.** et **Mr Brahim M.** qui ont accepté d'examiner et juger ce travail.

À mon père et mon mari pour leur soutien et les encouragements ainsi que l'aide précieuse pendant toutes les étapes de ce projet.

Je remercie toutes les personnes qui ont participé de près ou de loin à l'aboutissement de ce travail.

DEDICACES

Je dédie ce travail :

- Les plus chères personnes de ma vie qui sont **mon père et ma mère**
- Mon mari **Rabah** et mes enfants **Islem & Loaiie**
- Mr. **Karim Lamari** mon chef de service
- Mes chers frères, **Abir, Redouane, Fadia** et **Boualem**
- Mes **tentes** paternelles et maternelles
- Mon **oncle** Abdellah
- Mes **cousines et cousins**
- Mes chères amies (Imene, Rabia, Hind, Amina et Manel)

Et toute la promotion de **nutrition et contrôle des aliments.**

SOMMAIRE

Introduction.....01

Problématique et méthodologie.....03

PARIE 1 : SYNTHESE BIBLIOGRAPHIQUE

CHAPITRE 1 : LE SECTEUR DES EAUX EMBOUTEILLEES DANS LE MONDE...07

CHAPITRE 2 : LE SECTEUR DES EAUX EMBOUTEILLEES EN ALGERIE.....17

PARTIE 2 : ENQUETE ET RESULTATS.

CHAPITRE 1 : RESULTATS ET DISSCUTION

S/CH1 : ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS D'ENQUETE DANS UN MILIEU URBAIN (LA COMMUNE DE CHETTIA).....29

S/CH2 : ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS D'ENQUETE DANS UN MILIEU RURAL (LA COMMUNE DE BOUZGHAIA).....52

CHAPITRE 2 : ETUDE COMPARATIVE DE LA CONSOMMATION DE L'EAU MINERALE ENTRE LES DEUX COMMUNE.....72

CONCLUSION GENERALE.....78

LISTE DES ABREVIATIONS

%= Pourcentage

A.E.P= Alimentation en eau potable

ANRH= Agence Nationale des Ressources Hydrauliques

CHR= Cafés, Hôtels, Restaurants

CNT= Centre National de Toxicologie

DA= Dinars Algérien

CSP=Catégorie Socioprofessionnelle

GMS =Grandes moyennes surfaces alimentaires

Hab=Habitant

IPA=Institut pasteur Algérie

ISO=International Standard Organisation

Km=Kilomètre

L=Litre

L/J=Litre par jour

MDD =Marque de distributeur

MF =Mille franc

ONS = office national des statistiques

PET = Polyéthylène

PME = Petites et Moyennes Entreprises

PVC = Vinyle polychlorure

RHF = Restauration Hors Foyer

SNMA = Société nationale de eaux minérales

UE = Union européenne

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n 1 : la différence entre les débits réels et les débits utilisés.....	20
Tableau n 2 : Production par région (Centre et Est).....	20
Tableau n 3 : les qualités importées en litre	21
Tableau n 4 : la production par wilaya	23
Tableau n 5 : l'évolution de l'importation	23
Tableau n 6 : consommation litre/hab/an.....	26
Tableau 7 : Type des ménages enquêtés.....	33
Tableau 8 : Structure des ménages enquêtés en fonction de l'âge du chef de ménage.....	34
Tableau 9 : Structure des ménages en fonction d'âge et type des ménages	35
Tableau 10 : Structure des ménages en fonction de taille des ménages	36
Tableau 11 : Structure des ménages en fonction de l'origine géographique des chefs des ménages.....	37
Tableau 12 : Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef de ménage.....	37
Tableau 13 : Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef et type des ménages	38
Tableau 14 : Structure des ménages en fonction de la catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage.....	39
Tableau 15 : Structure des ménages en fonction de revenu du chef de ménages..	40
Tableau 16 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés...	40
Tableau 17 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du type des ménages enquêtés.....	41
Tableau 18 : place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de la taille des ménages.....	42

Tableau 19 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de niveau d'instruction du chef de ménages.....	43
Tableau 20 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du revenu des ménages enquêtés	44
Tableau 21 : Consommation quantitative de l'eau minérale.....	45
Tableau 22 : Situation d'achat de l'eau minérale.....	45
Tableau 23 : Programme de consommation de l'eau minérale.....	46
Tableau 24 : les causes de l'irrégularité du programme de consommation de l'eau minérale.....	47
Tableau 25 : Appréciation de la qualité de l'eau minérale	47
Tableau 26 : type de l'eau minérale souhaitée et préférée à consommé.....	48
Tableau 27 : Appréciation de l'emballage de l'eau minérale.....	48
Tableau 28 : Valeur attribuée à l'eau minérale	49
Tableau 29 : Base de choix de l'eau minérale.....	49
Tableau 30 : Exploitation des informations de l'étiquette.....	50
Tableau 31 : Type des ménages enquêtés.....	54
Tableau 32 : Structure des ménages enquêtés en fonction de l'âge du chef de ménage.....	55
Tableau 33 : Structure des ménages en fonction d'âge et type des ménages.....	56
Tableau 34 : Structure des ménages en fonction de taille des ménages.....	57
Tableau 35 : Structure des ménages en fonction de l'origine géographique des chefs des ménages.....	58
Tableau 36 : Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef de ménage	58
Tableau 37 : Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef et type des ménages	59
Tableau 38 : Structure des ménages en fonction de la catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage.....	60
Tableau 39 : Structure des ménages en fonction de revenu du chef de ménages...61	
Tableau 40 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés...59	

Tableau 41 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du type des ménages enquêtés.....	62
Tableau 42 : place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de la taille des ménages.....	63
Tableau 43 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de niveau d'instruction du chef de ménages.....	64
Tableau 44 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du revenu des ménages enquêtés	65
Tableau 45 :Consommation quantitative de l'eau minérale.....	66
Tableau 46 : Situation d'achat de l'eau minérale.....	66
Tableau 47 : Programme de consommation de l'eau minérale.....	67
Tableau 48 : Les causes de l'irrégularité du programme de consommation de l'eau minérale.....	67
Tableau 49 : Appréciation de la qualité de l'eau minérale	68
Tableau 50 : type de l'eau minérale souhaitée et préférée à consommé.....	68
Tableau 51 : Appréciation de l'emballage de l'eau minérale.....	68
Tableau 52 : Valeur attribuée à l'eau minérale.....	69
Tableau 53 : Base de choix de l'eau minérale.....	69
Tableau 54 : Exploitation des informations de l'étiquette.....	70
Tableau 55 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés...	73
Tableau 56 : consommation quantitative de l'eau minérale.....	73
Tableau 57 : Situation d'achat de l'eau minérale.....	74
Tableau 58 : programme de consommation de l'eau minérale.....	74
Tableau 59 : les causes de l'irrégularité du programme de consommation de l'eau minérale.....	74
Tableau 60 : Appréciation de la qualité de l'eau minérale consommée.....	75
Tableau 61 : Type de l'eau minérale souhaitée et préférée à consommer	75
Tableau 62 : Appréciation de l'emballage de l'eau	75
Tableau 63 : Valeur attribuée à l'eau minérale	76

Liste des figures

Figure 1 : Histogramme de type des ménages enquêtés.....	33
Figure 2 : Histogramme des ménages enquêtés par rapport à l'âge du chef de ménage.....	34
Figure 3 : Histogramme Structure des ménages en fonction de la taille des ménages.....	36
Figure 4 : Histogramme Structure des ménages par rapport au niveau d'instruction du chef de ménage	38
Figure 5 : Histogramme Structure des ménages en fonction de la catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage.....	39
Figure 6 : Histogramme Structure de la consommation de l'eau minérale des ménages enquêtés	41
Figure 7 : Histogramme de la Consommation quantitative de l'eau minérale.....	45
Figure 8 : Histogramme Situation d'achat de l'eau minérale	46
Figure 9 : Histogramme Programme de consommation de l'eau minérale.....	46
Figure 10 : Histogramme les causes de l'irrégularité du programme de consommation de l'eau minérale.....	47
Figure 11 : Histogramme d'Appréciation de la qualité de l'eau minérale.....	48
Figure 12 : Histogramme de Base de choix de l'eau minérale.....	49
Figure 13 : Histogramme d'exploitation des informations de l'étiquette.....	50
Figure 14 : Histogramme de Type des ménages enquêtés.....	54
Figure 15 : Histogramme de Structure des ménages enquêtés par rapport à l'âge du chef de ménage.....	55
Figure 16 : Histogramme de structure des ménages en fonction de taille des ménages.....	57
Figure 17 : Histogramme de structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef de ménage	59
Figure 18 : Histogramme de structure des ménages en fonction de la catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage.....	60

Figure 19 : Histogramme de la place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés.....	61
Figure 20 : Histogramme de la Consommation quantitative de l'eau minérale.....	66
Figure 21 : Histogramme de la situation d'achat de l'eau minérale.....	67
Figure 22 : Histogramme de la Base de choix de l'eau minérale.....	69
Figure 23 : Histogramme d'exploitation des informations de l'étiquette.....	70

La place de l'eau embouteillée dans la ration alimentaire de la population algérienne le cas de la wilaya de chlef

RESUME

L'Algérie s'est dotée d'une nouvelle réglementation, elle à assainir le secteur des eaux minérale qui à connu un développement spectaculaire ce dernier temps. Par ailleurs l'Algérie est liée aux marchés de l'union européenne et envisage d'adhérer à l'OMC ce qui expose ces productions nationales à la concurrence internationale dont les eaux minérale.

A partir de cette étude nous constatons que le mécanisme de consommation de l'eau embouteillée ne présente pas un aliment très important dans la ration alimentaire Des ménages algériens.

Et sous la lumière de cette étude nous avons constaté qu'il n'a pas une grande différence dans la consommation quantitative de l'eau embouteillée entre le milieu urbain (commune de CHETTIA) et le milieu rural 5commune de BOUZGHAIA) ; et parmi les facteurs qui ont une influence relative sur la consommation de l'eau minérale ; nous pouvons citer ;

- La taille des ménages
- Le revenu de chef de ménage
- Type de ménage
- Le niveau d'instruction du chef de ménage.

Mots Clés :

Eau minérale, Eau embouteillée, Consommation et ménage, contrôle ,Aliments, chettia, bouzghaia,nutrition

The place (square) of the water blocked in the daily food ration of the Algerian population the case of the wilaya of chlef

SUMMARY

The Algeria has a new regulation to clean up the sector of mineral waters which known spectacular development that last time. Moreover Algeria is related to the markets of the European Union and is considering accession to the WTO which exposes these national productions in international competition including mineral waters.

From this study we see that the mechanism of consumption of bottled water is not a very important in the diet food Algerian households.

And in the light of this study we found that it doesn't have a difference in quantitative consumption of bottled water between urban (municipality of CHETTIA) and the Middle rural (municipality of BOUZGHAIA); and among the factors that have an influence on the consumption of mineral water; we can quote;

- The size of the households
- Head of household income
- Type of household
- The level of education of the household head.

Keywords: Mineral water, bottled water, Consumption and households, food, control, chettia, bouzghaia

مكانة المياه المعبأة في النظام الغذائي عند الاسر الجزائرية مثال ولاية الشلف

ملخص

لقد اعتمدت الجزائر على لائحة جديدة لتنظيم قطاع المياه المعدنية الذي شهد تطور مذهل في المرة الأخيرة علاوة على ذلك الجزائر مرتبطة بأسواق الاتحاد الأوروبي وتتنظر حاليا في الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية الذي يعرض هذه الإنتاجات الوطنية في المنافسة الدولية بما فيها المياه المعدنية.

من هذه الدراسة نرى أن استهلاك المياه المعبأة في زجاجات ليس له أهمية في النظام الغذائي للأسر الجزائرية وفي ضوء هذه الدراسة وجدنا أن هناك فرقا كبيرا في كمية استهلاك المياه المعبأة في زجاجات بين المناطق الحضرية (بلدية شنتية) والمناطق الريفية (بلدية بوزغاية)؛ ومن بين العوامل التي لها تأثير على استهلاك المياه المعدنية

حجم الأسر المعيشية
رئيس لدخل الأسر المعيشية
نوع الأسرة المعيشية
المستوى التعليمي لرب الأسرة المعيشية.

الكلمات الجوهرية

المياه المعدنية
المياه المعبأة
الاستهلاك
الأسر
التغذية
الشطية
بوزغاية
التغذية
ضبط

INTRODUCTION

L'eau (en latin *aqua*, qui a donné aquatique et en grec **hydros**, qui a donné hydrique, hydrologie) est un élément sous forme liquide en conditions standards (température et pression ambiante), composé sous sa forme pure de molécules qui associent deux atomes d'hydrogène et un atome d'oxygène sous la forme H₂O. L'eau, sous sa forme liquide, est essentielle aux organismes vivants à la fois pour ses caractéristiques mécaniques et ses propriétés chimiques. Ces êtres vivants peuvent par conséquent être composés jusqu'à 97% d'eau.

L'eau est quelque fois désignée sous le nom de solvant universel. Pour cette raison, l'eau qu'on trouve sur Terre n'est qu'exceptionnellement un composé chimique *pur*. La formule chimique de l'eau pure, constituant principal de l'eau, est H₂O. L'eau « commune » peut avoir des propriétés différentes de l'eau distillée utilisée en laboratoire, de sorte que les chimistes préfèrent parler de solution aqueuse pour définir une eau non pure. Cependant, beaucoup de composants sont pratiquement, sinon complètement, insolubles dans l'eau.

Source : ANONYME1

Les eaux de boisson destinées à la consommation humaine reudent à diverses appellations : eaux de table, eaux de source, eaux minérales.

- L'eau distribuée au robinet répond aux critères réglementaires strictes de l'eau potable
- Les eaux de table sont de même nature que l'eau du robinet, mais elles sont commercialisées en bouteilles, elles ont éventuellement subies un traitement spécifique.
- Une eau de source est une eau d'origine souterraine, ayant bénéficié d'une protection contre la pollution, et n'ayant subi ni traitement chimique, ni adjonction. Elle doit donc être naturellement conforme. Elle doit satisfaire les critères de stabilité (ce qui n'est pas forcément le cas d'une minérale naturelle)

Source : ANONYME1

Eau minérale naturelle est une appellation qui désigne une catégorie d'eau vendue en bouteille. Elle est définie par un certain nombre de caractéristiques selon les réglementations. De manière générale une eau minérale naturelle doit avoir une origine souterraine ou géologique et une composition chimique stable, et ne doit subir aucun traitement chimique. En France, l'exploitation et le conditionnement d'une source d'eau minérale nécessitent des autorisations administratives spécifiques.

En France ou en Tunisie, elle se caractérise en plus d'une origine souterraine, par des qualités thérapeutiques, qui doivent être reconnues par l'Académie de médecine. En Suisse cette qualité n'est pas obligatoire. La teneur en minéraux, à elle seule, ne définit pas une eau minérale.

Les eaux minérales naturelles font l'objet d'une exploitation sous forme de cures thermales mais surtout sous forme d'eaux vendues en bouteille.

L'appellation *eau minérale* recouvre des eaux dont les caractéristiques sont également réglementées, dans certains pays. On peut remarquer que certaines eaux minérales naturelles françaises ne pourraient pas avoir l'appellation eau minérale dans d'autres pays. C'est le cas de l'eau de Volvic qui n'est pas assez riche en minéraux pour recevoir l'appellation *eau minérale* en Amérique du Nord

**PROBLEMATIQUE
ET
METHODOLOGIE**

Pour traiter et développer notre thème, nous essayons de répondre aux questions de la problématique qui sont pour le cas précis au nombre de deux, à savoir :

- Quel est la place des eaux embouteillées pour la population Algérienne, le cas de la wilaya de Chlef ?

-Existe-t-il des différences de la consommation des eaux embouteillées entre le milieu urbain et rural ?

La consommation des eaux embouteillées en Algérie présente une problématique pertinente, à cause de plusieurs facteurs économiques, sociaux,..., qui influencent la consommation de ce produit.

A partir des questions précédentes, nous proposons pour notre travail comme hypothèses : les facteurs déterminants qui sont les revenus du ménage, type de ménages, la taille de ménage, catégorie socioprofessionnelle,..., ont une influence sur la consommation de l'eau embouteillée.

Pour cette situation, nous avons proposé pour ce qui porte sur la consommation de l'eau embouteillée à partir d'une enquête réalisée par nous même au niveau des deux milieux : un milieu urbain (commune de CHETTIA) l'autre rural (commune de BOUZGHAIA), et de faire une étude comparative entre les résultats obtenus pour les deux zones.

Pour répondre aux questions proposées et vérifier la pertinence des hypothèses avancées. Ce travail se propose comme méthodologie d'approche de recourir à une contribution à l'analyse des facteurs influençant la consommation de l'eau embouteillée dans ces milieux urbain et rural. Pour cette raison, il nous semble très important de présenter une recherche bibliographe dans la première partie de ce travail, en donnant une présentation du secteur de l'eau embouteillée dans le monde et en Algérie.

La deuxième partie de notre étude est consacrée à l'analyse d'une enquête réalisé par nous même dans un milieu urbain et rural, à partir d'un échantillonnage aléatoire de 280 ménages (140 ménages urbains et 140 ménages rurales) de différents niveaux, dont le but est d'étudier le phénomène de la consommation de ce produit, cette dernière partie est constituée de deux chapitres, dans le premier et le deuxième nous présentons la régions d'enquête de la commune de CHETTIA et celle de BOUZGHAIA, puis l'analyse des résultats de notre enquête pour chaque zone.

Nous utilisons des aspects différents pour expliquer les facteurs qui influent sur la consommation de l'eau embouteillée dans les deux milieux en question, et de faire une comparaison entre ces deux environnements, et parmi les aspects à étudier, la structure socioprofessionnelle, les revenus, la consommation quantitative et qualitative de l'eau embouteillée.

Les résultats obtenus à partir de questionnaire sont classés sous forme de tableaux, chacun contient les résultats d'une ou plusieurs questions suivies par une interprétation. Ce modeste travail sera terminé par une conclusion générale contenant une synthèse des principaux résultats obtenus dans ce travail.

PARTIE 1
BIBLIOGRAPHIE

CHAPITRE 1

LE SECTEUR DES EAUX
EMBOUTEILLEES DANS
LE MONDE

Les eaux embouteillées dans le monde ont une classification spécifique qui diffère d'un pays à l'autre ou d'une organisation à l'autre.

Trois types principaux d'eaux embouteillées peuvent être identifiés : l'eau minérale, eau de source et l'eau épurée.

1. Législation et classification :

Dans le monde, différentes législations sont appliquées de la situation de chaque pays, ces législations sont basées sur la classification des différentes catégories d'eaux utilisées dans l'alimentation humaines.

1.1. L'eau minérale naturelle :

Est une appellation qui désigne une catégorie d'eau vendue en bouteille. Elle est définie par un certain nombre de caractéristiques selon les réglementations. De manière générale une eau minérale naturelle doit avoir une origine souterraine ou géologique et une composition chimique stable, et ne doit subir aucun traitement chimique. En France, l'exploitation et le conditionnement d'une source d'eau minérale nécessitent des autorisations administratives spécifiques.

En France ou en Tunisie, elle se caractérise en plus d'une origine souterraine, par des qualités thérapeutiques, qui doivent être reconnues par l'Académie de médecine. En Suisse cette qualité n'est pas obligatoire. La teneur en minéraux, à elle seule, ne définit pas une eau minérale.

Les eaux minérales naturelles font l'objet d'une exploitation sous forme de cures thermales mais surtout sous forme d'eaux vendues en bouteille.

L'appellation *eau minérale* recouvre des eaux dont les caractéristiques sont également réglementées, dans certains pays. On peut remarquer que certaines eaux minérales naturelles françaises ne pourraient pas avoir l'appellation eau minérale dans d'autres pays. C'est le cas de l'eau de Volvic qui n'est pas assez riche en minéraux pour recevoir l'appellation *eau minérale* en Amérique du Nord.

Source : ANONYME 1

1.2. L'eau de source :

Une **eau de source** est une catégorie d'eau embouteillée dont les caractéristiques doivent respecter une réglementation qui varie selon les pays. En général, elle doit être d'origine souterraine, ayant bénéficié d'une protection contre la pollution, et n'ayant subi ni traitement chimique, ni adjonction. Elle doit donc être naturellement conforme aux critères de potabilité (ce qui n'est pas forcément le cas d'une eau minérale naturelle). Il n'y a pas de teneur minimale en minéraux à respecter (contrairement aux eaux minérales en Amérique du nord).

Contrairement à une *eau minérale naturelle*, une eau de source ne possède pas de qualité thérapeutique.

Source : ANONYME 2

1.3. L'eau épurée :

Il s'agit de l'eau potable de surface ou les sources souterraines qui ont subi une certaine forme de traitement pour être rendue potable.

Elle peut être produite par « distillation, désionisation, osmose inverse ou d'autres processus appropriés » (IBWA, 2000).

Elle peut être chimiquement traitée dans un ordre pour faire disparaître quelques composants. Ces eaux peuvent être mélangées avec différentes composantes

ANONYME1

2. la consommation d'eau en bouteille en Europe :

Consommation annuelle moyenne d'eau en bouteille en litre et par personne en 2003

Pays	Année 2003 en litre/hab
 Italie	208
 France	200
 Belgique	145
 Espagne	126
 Allemagne	129,1
 Suisse	110
 Portugal	92
 Grèce	57
 Hongrie	55
 Pologne	41
 Royaume-Uni	34
 Russie	10

Source : ANONYME 2

2.1 Le secteur de l'eau minérale en France

Au niveau européen, les français seraient les seconds buveurs d'eaux embouteillées avec, en moyenne, **145 à 150 litres par habitant** et par an assez loin derrière les italiens dont la consommation s'élève à 184 litres par habitant et par an. **7 milliards de litres d'eau minérale et 1 milliard de litres d'eau de source** conditionnées sont produits chaque année.

2.2 Les producteurs :

Trois grands opérateurs, propriétaires des marques phares, détiennent environ **70 à 80%** du marché français :

- Danone avec Evian, Badoit, Volvic, etc...
- Nestlé Waters avec Contrex, Vittel, Perrier, Aquarelle, etc...
- Neptune Castel avec Cristalline, Saint-Yorre, Thonon, etc...,

Seul groupe français à s'être positionné sur tous les segments : eau de source, eaux minérales naturelles, eaux plates, eaux gazeuses, eaux aromatisées, 1er prix, MDD et haut de gamme.

Derrière ces majors, quelques indépendants à l'instar des Eaux de Saint-Amant s'affirment. Leader sur le segment des eaux de montagne, cette exploitation familiale fondée en 1927 est devenue **le quatrième intervenant en France** du secteur des eaux embouteillées avec sept sites de production.

L'eau vendue sous les marques distributeurs représente actuellement **60%** de l'activité du groupe qui a été le premier à lancer la bonbonne de 5 litres dans l'hexagone.

Source : ANONYME 3

2-3 Baisse du marché français

Jusqu'en 2004, le marché français des eaux embouteillées se portait très bien, surfant sur la vague internationale.

Entre 1999 et 2004, « *la consommation mondiale d'eau en bouteille a cru de 54% pour atteindre 154 milliards de litres et générer un flux de consommation estimé à 100 milliards de dollars par an, au prix moyen du litre supérieur à celui de l'essence* ».

Depuis 2005, le repli s'est installé, de manière plus importante pour les eaux minérales naturelles. Cette année là, les eaux plates ont accusé une **baisse de 4%** en valeur et les eaux gazeuses, moins prisées, ont enregistré un **recul de 7,5%**.

En 2006, le marché des eaux embouteillées accusait un nouveau recul de **2,6%** en volume et en valeur. Principales victimes de cette baisse, les marques nationales de référence.

Face à une offre très diversifiée, les consommateurs privilégient désormais les eaux moins chères, notamment celles des « **tycoons** » de la distribution comme Intermarché ou Leclerc, qui ont acquis leurs propres sources couplées à des usines d'embouteillage. C'est également le prix qui a propulsé Cristalline, « l'eau à 1 franc » en haut du podium laissant les enseignes historiques revoir leur prix et se livrer à une très forte concurrence marketing.

2.4 Les distributeurs propriétaires

Les sociétés de la grande distribution alimentaire sont rarement directement propriétaires d'une source d'eau. La réglementation en vigueur leur interdisant la commercialisation sous leur propre nom d'eau embouteillée. Inter marché a cependant investi 140 MF dans la construction d'une usine d'embouteillage pour l'eau de source de Luchon. La source reste cependant la propriété de la ville de Luchon. Ce groupe possède de plus les eaux d'Aix les Bains, Ste Marguerite, et embouteille de l'eau de source sur ses deux sites de Prahecq et St Martin d'Abbat.

De même, le distributeur Casino a conclu un accord avec la Société des Eaux minérales Parot. Par cet accord l'eau minérale gazeuse "Puits Saint-Georges" est devenue concession exclusive de Casino pour une durée de 10 ans, Casino a pour objectif commercialiser 3 millions de cols dans ses magasins.

A moyen terme, on devrait observer de nouveaux mouvements de concentration. L'exacerbation de la concurrence entretenue par les grands groupes affaiblit les petits producteurs qui doivent multiplier leurs investissements pour rester dans la course (investissements de capacité, renouvellement des emballages sous la pression écologique, protection des sites contre la pollution, communication autour de la marque...). (ANONYME1 ,2000 2002)

Nombre d'entre eux ne pourront pas suivre longtemps cette évolution.

Les mouvements les plus récents concernent les entreprises suivantes :

- La Société des Eaux de Pioule qui avait déposé son bilan a été rachetée.
- La Société des Eaux minérales de Saint-Alban-les-Eaux (30 MF de CA en 1994) a été reprise par un consortium étranger constitué du belge Sunco et du néerlandais Winters.
- La CGES, filiale eaux du groupe Castel, s'est associée à deux partenaires pour reprendre la société d'eau de source "Eaux Vitale". La CGES intervient à hauteur de 20% dans le capital.
- Mise en liquidation judiciaire des Eaux de Saint-Antonin qui ont souffert par deux fois d'une pollution des eaux les obligeant à stopper la production.
- Rachat des eaux de Ste Marguerite par Intermarché.
- Prise de contrôle des Eaux de Montcalm par les Eaux de St Amand. (ANONYME 2000 2002)

En outre, les grands minéraliers se sont engagés dans la diversification de leurs sources et de leurs marques et s'intéressent de près au marché des eaux de source. Ils risquent en effet de buter sur les limites hydrologiques de certaines nappes et de ne pas pouvoir répondre totalement aux attentes des consommateurs, perdant alors des parts de marché.

2.5 Le segment des eaux gazeuses

Le segment des eaux gazeuses se caractérise par un extrême degré de concentration puisque 7 à 8 marques génèrent les 4/5 des volumes commercialisés dans les GMS. Les eaux de source gazéifiées et les MDD ne sont pas parvenues à remettre en cause la suprématie des eaux minérales gazeuses.

La stabilité relative des parts de marché des marques est liée à un taux de fidélité aux marques supérieur à celui enregistré sur le marché des eaux plates. (ANONYME1 2000 2002)

Ce taux de fidélité est dû à un positionnement - produit beaucoup plus fort.

Les ruptures de stocks ont donc un impact extrêmement négatif sur le comportement du consommateur qui ne revient pas toujours à sa marque de prédilection. Ainsi, chez Saint-Yorre, les pertes de parts de marché entre 1992 et 1994 sont essentiellement imputables aux ruptures de stocks.

Les perspectives de croissance du marché (mais aussi les limites hydrologiques de certaines nappes) ont incité les grands minéraliers à développer leur offre. Au cours des dernières années, 3 grandes marques ont ainsi été lancées : La Salvetat en 1992 (Danone). Arvie (Danone) et Quézac en 1995 (Nestlé). Au total, le linéaire des eaux embouteillées reste dominé par quelques grandes marques, malgré la pénétration des eaux régionales, des eaux premières prix et des MDD.

2.6 Segmentation du marché selon les marques

L'industrie française des eaux embouteillées est donc concentrée aux mains de quelques producteurs. Malgré la présence de nombreux petits exploitants de source.

Cette suprématie se retrouve évidemment au niveau du partage du marché entre les marques (seules les ventes réalisées dans le circuit alimentaire - soit 80% du marché des eaux embouteillées - sont considérées ici).

Source: ANONYME 4.

2.7 La distribution

Les ventes d'eaux embouteillées transitent par différents circuits de distribution avant d'aboutir chez le consommateur final. On distingue deux grands canaux de distribution qui drainent l'essentiel des volumes d'eaux embouteillées.

Les grandes et moyennes surfaces alimentaires (GMS) commercialisent environ 80% des volumes d'eaux embouteillées. Les volumes générés par les autres surfaces alimentaires sont marginaux

Les achats des GMS transitent par les centrales d'achat, elles même s'approvisionnant directement auprès des producteurs d'eau. Ceux-ci sont d'ailleurs très fortement contraints par le pouvoir de négociation des centrales d'achat.

La RHF (restauration collective et restauration commerciale) génère 20% des volumes vendus d'eaux embouteillées, dont grande partie par le biais de la restauration commerciale.

Les CHR s'approvisionnent dans leur grande majorité auprès des grossistes en boissons. Il en est de même pour les sociétés de restauration collective, mais les plus grosses s'adressent à des centrales d'achat spécialisées qui négocient directement auprès des producteurs. (ANONYME 1 2000 2002)

2.8 Les grossistes spécialisés en boissons

Les grossistes spécialisés en boissons sont les interlocuteurs incontournables des entreprises de restauration commerciale. Cela s'explique en partie par le fait que le verre consigné est prépondérant dans les CHR et que seuls les grossistes maîtrisent la filière du recyclage.

En revanche, les surfaces d'alimentation, notamment les plus grandes, recourent beaucoup moins systématiquement aux grossistes en boissons. L'intermédiation d'un grossiste ne se justifie plus entre un producteur et un distributeur traitant de gros volumes.

Les grandes surfaces alimentaires se fournissent donc généralement auprès de leurs centrales d'achat. Moins d'une quinzaine de centrales d'achat approvisionnent la totalité des hypermarchés, ce qui témoigne de leur fort pouvoir de négociation vis-à-vis des producteurs.

Les produits sont stockés sur des plates-formes de distribution qui desservent généralement 5 à 6 départements. Les grossistes spécialisés en boissons doivent de plus en plus faire face à la concurrence des Cash & Carry qui offrent de nombreux avantages.

La fonction de grossiste comprend essentiellement l'achat, le stockage et la revente. Le réseau des CHR et les petites surfaces d'alimentation générale ont largement recours aux grossistes spécialisés en boissons.

Ces derniers sont en effet incontournables sur le marché des CHR qui traitent de faibles volumes dans leur majorité. En outre, de nombreux CHR sont liés à un grossiste - entrepositaire par un contrat d'approvisionnement quasi-exclusif.

Enfin, le verre consigné reste prépondérant dans les CHR, contrairement au circuit de distribution alimentaire. Or, seuls les grossistes-entrepositaires savent gérer ce circuit de recyclage.

La plupart des grossistes-entrepôts misent sur la qualité pour fidéliser leurs clients.

Dans cette optique, la Fédération Nationale des Boissons a mis au point une charte qualité qui engage les grossistes sur la qualité des produits et des services, sur la rationalisation de la logistique et l'amélioration de la sécurité des procédures.

Les Petites surfaces d'alimentation générale ont également recours aux grossistes en boissons pour s'approvisionner en eaux embouteillées. Elles ne peuvent pas s'adresser directement aux producteurs en raison de leur faible capacité d'achat.

Par ailleurs, les grossistes leur assurent un service non-négligeable (livraison sur le lieu de vente même, fourniture d'autres boissons, crédit clients...). En revanche, les GMS développent très souvent des relations directes avec les producteurs d'eaux embouteillées, via leur centrale d'achat. (ANONYME1)

On observe en effet un raccourcissement des circuits d'approvisionnement dans de nombreuses grandes surfaces, ce qui leur permet de maîtriser au mieux leurs coûts et les prix des produits.

Notons que certaines GMS sous-traitent cependant les fonctions logistiques à des prestataires spécialisés.

En 1995, le nombre de grossistes en boissons s'est élevé à 6279, près de 85% d'entre eux emploient moins de 10 salariés. Cela témoigne de l'extrême atomisation des structures dans ce secteur, favorisé par le caractère régional, voire local, du marché. On observe cependant des regroupements de grossistes qui ont pour objectif de réaliser des synergies et donc de générer d'importants gains de Productivité. Ainsi, après avoir admis en son sein la Société Coopérative Distribel (qui regroupe des grossistes en boissons de 7 provinces belges), le groupe Omni-Boissons a signé un contrat de coopération avec le groupement italien San Geminiano.

Ce rapprochement aboutit à la constitution d'une ligne de force commerciale couvrant la distribution de l'eau embouteillée, mais aussi de la bière, des boissons rafraîchissantes, entre la France, la Belgique et l'Italie.

Les grossistes traditionnels sont de plus en plus concurrencés par les Cash & Carry (Métro, Promocash...) qui captent surtout la clientèle des CHR.

Les Cash & Carry offrent de nombreux avantages : larges plages horaires d'ouverture, diversité de l'offre pour même produit, possibilité pour un restaurateur par exemple de réaliser l'ensemble de achats... (ANONYME 1 2000 2002)

2.9 Les centrales d'achat

Ce sont des entreprises qui ont pour objectif de centraliser les achats pour un ensemble de magasins adhérents.

Cela comprend : l'étude des produits ou des gammes la recherche de fournisseurs, les négociations d'achat.

Et dans certains cas l'approvisionnement sur des entrepôts ou des plateformes communs.

La facturation et le paiement sont généralement effectués directement entre le producteur et la société de distribution ou le point de vente. Sans passer par la centrale d'achat.

Généralement, un producteur qui souhaite vendre à une société de distribution doit d'abord être référencé par la centrale d'achat et ensuite négocier avec le responsable des achats de chaque société de distribution.

Très souvent, un troisième niveau de négociation peut avoir lieu : entre le producteur et les différents points de vente.

Cette concentration des centrales d'achat leur confère un important pouvoir de négociation. Cela se traduit notamment par des négociations commerciales très difficiles, des droits de référencement, des promotions fréquentes... (Source : aquamania.net/reportage-etude06)

CHAPITRE 2
LE SECTEUR DES EAUX
EMBOUTEILLEES EN
ALGERIE

1-Le secteur des eaux de boisson en Algérie

La filière des jus et boissons du secteur agroalimentaire est, pour rappel, l'une des plus dynamiques en Algérie. Le segment des boissons gazeuses dans notre pays est considéré comme le plus important en Afrique du Nord. Sa taille est estimée à environ 3,1 milliards de bouteilles de 20 cl. C'est l'équivalent de 20% de plus que le Maroc et de 40% que la Tunisie. Le marché des jus et boissons passera, selon les prévisions des experts contenues dans une communication du ministère du Commerce, présentée lors d'une récente journée d'étude, de 12 millions d'hectolitres en 2003 à 19 millions d'hectolitres en 2008. Celui des boissons gazeuses est de l'ordre de 7 millions d'hectolitres en 2003.

Pour revenir à l'eau minérale, il faut savoir qu'il existe en tout 56 marques d'eaux minérales commercialisées en Algérie dont les plus connues Ifri, Saïda et Sidi El-Kébir. Un marché très important auquel d'ailleurs les firmes internationales accorde aujourd'hui un intérêt particulier à l'image de Nestlé Waters qui a racheté Sidi El-Kébir ou encore Danone qui a repris Tessala.

En effet, Nestlé Waters a conclu, en mai 2005, un partenariat avec les frères Zahaf, propriétaires du groupe BGFZ. La société baptisée source de Tabarkachent (cours d'eau appelée aujourd'hui Sidi El-Kébir).

À l'occasion, l'ensemble des activités des eaux embouteillées du groupe BGFZ. En juin 2006, c'est au tour de Danone d'annoncer l'acquisition de la société des eaux embouteillées de Tessala appartenant au groupe Algad. Par ailleurs, les privés algériens ont manifesté pour leur part leur volonté de reprendre les entités nationales proposées à la privatisation.

1.1 Réglementation et classification des eaux

La classification des eaux de consommation bien qu'elle soit similaire d'un pays à l'autre, donne lieu à une réglementation et a des dispositions différentes. Il s'agit pour les Etats de sauvegarder leurs intérêts commerciaux. Généralement, à la base, la classification de l'eau est chimique. On distingue 3 catégories d'eaux dites alimentaires, réservées à la consommation humaine :

Les eaux épurées (rendues potable) après traitement, notamment chimiques et mises en bouteille pour être commercialisées.

Les eaux de sources qui sont potable donc microbiologiquement saines, sans traitement parce qu'elles ont une origine souterraine qui les préservent de toute contamination.

Les eaux minérales qui proviennent d'un gisement ou d'une nappe. Ce sont des eaux fortement minéralisées qui ont des vertus thérapeutiques reconnues pour leur teneur en oligo-éléments et autres constituants qu'elles contiennent en quantités variables.

Il est à signaler que toutes ces catégories d'eaux sont soit plates (sans gaz) soit gazéifiées naturellement à l'émergence ou par incorporation de gaz carbonique.

L'extension du marché de l'eau en bouteille dans le monde a conduit à la nécessité d'établir des normes internationales unifiées.

2. Le secteur des eaux embouteillées en Algérie

La source Ben Haroun a été découverte en 1850 et exploitée en 1896. Elle a été primée dans plusieurs expositions (Bruxelles, 1896 et Paris, 1900). Historiquement, la création du secteur des eaux minérales en Algérie remonte à l'époque coloniale suite au développement en France.

La source Leblanc (Mouzaia) a été découverte en janvier 1925 et son exploitation a commencé en 1949. Cette source a très vite acquis une notoriété au niveau national et international. Pendant la période coloniale, il existait 03 unités de production d'eaux minérales très connues (Ben Haroun, Leblanc et Saida).

2.1 14 unités de production

Au lendemain de l'indépendance, les entreprises ont été nationalisées et exploitées par la société nationale des eaux minérales jusqu'à 1983, et avant sa restructuration, la société nationale des eaux minérales couvrait tout le secteur et avait pour mission la satisfaction des besoins de la population en ces produits sur l'ensemble du territoire national. Des investissements ont été réalisés dans le cadre de la politique d'équilibre régional et de développement des zones déshéritées avec la mise en service de nouvelles unités de production d'eaux en bouteilles.

La SNMA regroupait 14 unités de production d'eaux minérales et de boissons gazeuses dont la capacité de production était de 2372000 Hl/an d'eau minérale. Elles ont été regroupées en trois entreprises régionales en 1983.

Source : PME –Magazine n°58-Juillet et/Aout 2008

2.2 Une part importante de marché

Au début des années 1990, on assiste au démarrage et à la multiplication de nouvelles unités privées qui prennent rapidement une part importante de marché. Ces nouvelles unités ont été créées sur la base de concessions accordées au niveau local par la wilaya et ont permis d'augmenter considérablement la production.

Ces nouvelles entreprises ont profité de la régression du secteur public, qui a connu un désinvestissement important, et du développement de la demande pour occuper progressivement l'ensemble du marché national.

Le secteur privé a développé et diversifié la production avec la mise en place de nouvelles gammes de produits et de nouvelles chaînes d'emballage et de

conditionnement avec l'utilisation du PVC, puis du PET en remplacement de la bouteille en verre.

3. La sous-utilisations des capacités disponibles

On relève une différence importante entre les débits réels et les débits utilisés

Tableau 1 la différence entre les débits réels et les débits utilisés

Débit réel total L/s	Débit total utilisé L/s	Production total L/j
269,01	57,66	722 888

Source élaboré a partir des données MHER

Le secteur nécessite un investissement important pour augmenter ses capacités de production. Un programme est actuellement en cours avec la reprise de l'unité Saïda. Une importante unité avec une grande capacité de production qui est actuellement sous utilisée, et le lancement de nouvelles unités déjà identifiées.

La wilaya de Bejaïa, qui totalise la production la plus importante (63% de la production nationale). On relève un faible niveau de production pour l'Est et le sud de pays.

Tableau 2: Production par région (Centre et Est)

Régions	Production Litres /j	% du total
Centre	452 888	63%
Est	72 000	10%
Ouest	165 000	23%
Sud	33 000	4%
Total	722 888	100%

Source : Elaboré à partir des données MHER

Il faut relever qu'en ce qui concerne l'Est et le Sud, le problème ne concerne l'Est et le Sud, le problème ne concerne pas l'absence de sites mais plutôt les difficultés d'exploitation. En effet, il y a d'importants projets d'investissements prévus dans les régions Est et Sud du pays.

3.1. Qualité des eaux

La réglementation qui régit le secteur des eaux embouteillées en Algérie est quasiment identique à celle des pays de l'UE. La législation algérienne retient deux catégories identifiables : eaux de sources et eaux minérales tandis que les pays de l'UE en retiennent généralement trois (eaux épurées).

En Algérie, une eau a le statut d'eau minérale s'il y a un examen pharmacologique. La législation algérienne est formelle alors que les législations des autres pays cantonnent ces examens à des cas très spécifiques.

Les analyses à effectuer : ce sont les analyses physico-chimiques et les analyses bactériologique au niveau du réservoir de remplissage et à l'arrivée de l'unité de mise en bouteille

L'étiquetage des eaux minérales : il doit comporter les mentions suivantes : la dénomination de vente, le nom et la localisation de la source.

Les entreprises font actuellement un effort pour améliorer la qualité et se mettre aux normes internationales en adoptant les normes ISO grâce à l'appui d'institutions internationales. Quelques entreprises sont passées aux normes de seconde génération qui impliquent le respect de l'environnement dans le processus de fabrication.

3.2. Les perspectives

Le secteur des eaux en bouteilles en Algérie, connaît un rapide développement avec l'intervention de nouveaux opérateurs économiques qui possèdent déjà une certaine expérience dans le domaine de l'agroalimentaire.

Actuellement, l'extension des capacités de production signifie également le développement de la concurrence et la recherche de nouveaux marchés. La production est entièrement tournée vers le marché national, seul un petit volume est exporté vers les pays du golfe par deux entreprises.

Il faut signaler que les quantités importées sont réduites compte tenu des taxes actuelles qui protègent la production locale.

Tableau 3 : les qualités importées en litre

Année	2001	2002	2003
Quantité importée (en litre)	1 799 000	1 142 378	361 895

(N.M., PME-Magazine N°58-Juillet/Aout 2008)

3.3. Mise aux normes

La mise aux normes de la production suivant le standard international est actuellement en cours dans les différentes entreprises qui appréhendent une augmentation rapide de l'offre et une stagnation de la demande au niveau national. Cette mise aux normes va concerner non seulement les aspects qualité de l'eau mais également l'amélioration du processus de production et de la distribution.

3.4. Situation des entreprises d'eaux minérales en Algérie : Le cas de nouvelle marque mis sur le marché.

D'après la commission permanente des eaux minérales naturelles et des eaux de source installée au ministère de ressources en eaux a rendu (mois de janvier 2007) son verdict au sujet de la classification des différentes eaux embouteillées sur le marché national.

Alors d'après se verdict, treize eaux ont été classées en tant que dix marques ont bénéficié d'un délai supplémentaire de trois mois pour se conformer aux exigences de la législation.

Dans le détail, les eaux minérales naturelles sont Ben Haroun, Guedila, Saida, Youkous, Djemila, Mouzaia ; El Goléa, Batna, Toudja, Ifri, Messerghine, Sidi Driss, El Hammamet. Les eaux de sources ont pour nom de marque Sidi Khelifa Marhoum, Hayet, Alma, El Melez, Helouane, Oumalou, Togi, Ayris, Ovitale et en fin Thevest. Celle invitées à se normaliser dans moins d'un trimestre a les eaux de Mansourah, Sidi El Keebir. Le ministère somme par ailleurs les exploitants à signaler sur leurs étiquetages la composition physico-chimique de l'eau selon les résultats des analyses réalisées par les laboratoires CNT, ANRH et l'IPA, le numéro et la date de l'octroi de la concession d'exploitation ainsi que la classification portée dans l'arrêté de concession. (ZENTAR M., 2007).

Un autre registre, la consommation permanente des eaux de source et des eaux minérales, vient de régulariser six autres producteurs. Cinq autres appellations ont été classifiées dans la catégorie des eaux de sources, notamment Fontaine de la Gazelle (Biskra), star (Bejaïa), Idjar (Tiaret), Guerouane (Oum El Bouaghi) et Sid (Saida), et mise en conformité en tant qu'eau minérale de l'eau Mansourah (Tlemcen). Ceci compte au total 14 appellations qui bénéficient du label « eau minérale et naturelle » et présente donc des vertus thérapeutiques et 15 appellations classifiées comme eau de source.

Le ministre Sellah accord encore du temps à 9 autres exploitations qui sont en cours de consommation de leur dossiers. Le ministère précis que le seul retard qui se pose actuellement se situe au niveau des étiquettes dont le ministère du commerce veille sur leur aspect.

Depuis 2004, une nouvelle réglementation est entrée en vigueur pour cadrer cette activité vitale. Ce n'est que 22/01/2005 qu'un arrêté interministériel. Publié au journal officiel le 26 avril, a été publié. Il s'agit des ministères des ressources en eau, du commerce, de la santé et de l'industrie. Distinguer l'eau minérale naturelle de l'eau de source répond à des critères définis. La première doit avoir des vertus thérapeutiques, contrairement à celle de l'eau de table.

4. La production

Les entreprises ont acquis des emballages pour l'embouteillage d'environ 1,2 milliards de litres volume auquel, il y a lieu d'ajouter environ 20% d'emballages importés et les emballages en verre pour les eaux minérales gazeuses. Ce qui a conduit à estimer la production à environ 1,5 milliards de litres par an.

4.1. La production par région :

Cette production n'est pas également répartie sur le territoire algérien apprécions sur le tableau ci-contre.

Tableau 4 : la production par wilaya en millier de litres.

wilaya	Production (millier litre/an)	région	Total de la production	%
Bejaia Bouira Tizi-Ouzou Blida	125.125 000 3.314 000 31.500 000 47.500 000	Centre	207.889 5000	60
Tlemcen Oran Saida	7.875 000 21.000 000 57.750 000	Ouest	86.625 000	25
Tébessa Jijel	33.250 000 57.750 000	Est	39.550 000	11
Ghardaïa Biskra	8.400 000 5.950 000	Sud	14.350 000	04

(Source : enquête ONS, 1988).

Le déséquilibre régional est net, les régions de l'Ouest et le centre ont 85% de la production nationale. Alors que celles de l'Est et du Sud connaissent une faible production, il est encore plus prononcé au sud. Il peut être dû à la faiblesse de la demande en ces lieux.

L'environnement de la production se caractérise par les partenariats ainsi les frères Zahef (entreprise Sidi El Kebir) ont noués un partenariat avec le Nestlé waters.

5. L'importation

Mise a part ces productions une petite quantité d'eaux minérales est importé quoi qu'elles soient faibles environ 360.000 litres en 2003. Elles ont évoluées lors des dernières années de la manière suivante :

Tableau 5: l'évolution de l'importation :

produits	2001		2002		2003	
	Quantité en litres	Valeur DA	Quantité en litres	Valeur DA	Quantité en litres	Valeur DA
Eaux Minérales Naturelles	1637	391500	195774	3551243	256838	3718884
Eaux Minérales Gazeuses	162	115459	946604	23858679	106017	694635
Total	1 799	506 959	1 142 378	2 7 409 918	361 895	9 665 241

(Source : statistiques des douanes Algériennes).

Elle a connu une hausse importante en 2002 avec une quantité de 1 142 378 litres pour finalement venir à 361 .895 litres d'eaux minérales importées. Cela peut être dû à la prise en compte de la demande potentielle par les producteurs nationaux.

6 Le marché national

Le marché de l'eau minérale en Algérie est en constante progression avec une production annuelle de plus d'un milliard de litres par an.

Le marché de l'eau en bouteille s'est développé dans les années 1990, avec l'octroi de concurrencer le secteur étatique.

Pour revenir à l'eau minérale, il faut savoir qu'il existe en tout 21 marques d'eaux minérales commercialisées en Algérie dont les plus connues Ifri, Saida et Sidi El-Kebir. Un marché très important auquel d'ailleurs les firmes internationales accordent aujourd'hui un intérêt particulier à l'image de Nestlé Waters qui a racheté Sidi El-Kebir ou encore Danone qui a repris Tessala.

En effet, Nestlé Waters a conclu, en mai 2005, un partenariat avec les frères Zahefs, propriétaires du groupe BGFZ. La société baptisée source de Tabarkachent (cours d'eau appelé aujourd'hui Sidi El Kebir est détenue à hauteur de 51% par Nestlé Waters qui a repris, à l'occasion, l'ensemble des activités des eaux embouteillées du groupe BGFZ. En juin 2006, c'est au tour de Danone d'annoncer l'acquisition de la société des eaux embouteillées de Tessala appartenant au groupe Algad. Par ailleurs, les privés algériens ont manifesté pour leur part leur volonté de reprendre les entités nationales proposées à la privatisation. (Source : synthèse de Mourad, 2007).

7. Evolution de la demande et de la consommation de l'eau minérale :

7.1 Evolution de la demande :

L'augmentation importante de cette consommation peut être facilement expliquée par la croissance de la population et les problèmes de qualité et d'approvisionnements en eau. On constate également un changement des modes de vie, et de consommation avec la large utilisation des voitures, l'extension des travaux de bureau où la bouteille de l'eau est maintenant un élément commun au dessus d'un bureau, à côté de l'ordinateur et du téléphone.

Jusqu'en 1992, la demande de l'eau embouteillée en Algérie a été la plupart du temps, limitée aux touristes étrangers, réunions des sociétés, conférences, elle a également été limitée aux eaux minérales reconnues.

Les Algériens consomment d'avantage les eaux plates. Les eaux minérales gazeuses ne représentent que environ 5% de part de marché, plusieurs raisons

sont envisagées, le manque de valorisation des eaux gazeuses, exploitées par les entreprises du secteur public, et leur prix élevé.

Si on les compare le prix, ils sont de 15 DA pour une bouteille de 0,25 cl d'eau gazeuses, et elles sont plus vendues dans le secteur CHR, contre 25 Da pour une bouteille de 1,5 litre d'eau plate.

Les consommateurs croient que toutes les eaux embouteillées ont des vertus curatives (pour enfants, vieux, femme enceintes etc...).

Les eaux plates sont également utilisées pour des besoins curatifs et préventifs, mais le consommateur recherche dans ces eaux le rafraîchissement et le gout désirable.

Les raisons pouvant expliqué cette augmentation sont aussi multiples que variées :

- La croissance de la population et les problèmes d'approvisionnement en eau potable.
- Le changement des habitudes de consommation et de mode de vie de la population (large utilisation de la voiture, extension des travaux de bureau)
- La démocratisation de la consommation des eaux minérales (limite aux touristes à l'époque).
- L'introduction de l'emballage en PET qui d'étendre le réseau de distribution et par conséquent toucher d'autres consommateurs.

(Traoré F., 2006)

7.2-Evolution de la consommation :

Contrairement à des études déjà réalisés au début des années 1990, ou les prévisions ont estimé que la consommation en l'an 2000 sera de 21 litres par habitant par an (Lardjane, 1996), jusqu'en 2004 la consommation algérienne en eau embouteillée n'a pas dépassée le seuil de 14 litres/ habitant/ an. La consommation nationale était estimées en 1988 par 0,9 litre par habitant par an (enquête ONS 1988) elle est passée à 4,5 millions hectolitre consommés en 2004 (Hamza, 2005), ce qui représente une consommation moyenne de 14 litre par habitant par an, c'est une moyenne de consommation qui est toujours très bas si on considère l'Algérie comme un pays chaud, elle peut être due au faible pouvoir d'achat.

8. La consommation des eaux de boisson commercialisées en Algérie

La consommation d'eau embouteillée en Algérie a connu une rapide hausse depuis les années 1990. Cela coïncide très exactement avec la création d'entreprises privées, qui ont permis d'augmenter sensiblement le niveau de l'offre.

L'évolution rapide de la consommation montre l'existence d'une demande potentielle non satisfaite par l'industrie étatique des eaux minérales et que le secteur

a mis sur le marché un volume supplémentaire, il a diversifié la gamme d produits et a introduit l'emballage jetable plus pratique pour le consommateur.

Tableau 6: la consommation par litre/hab/an

Année	1988	2000	2004
Consommation Litre/hab/an.	0,9	12,2	14

Source ONS 1988, source : GBA 2004

8.1 L'enquête de consommation

La consommation nationale était estimée en 1988 à 0,9 litre par habitant et par an, elle est passée à 4,5 millions d'hectolitres en 2004, ce qui représente une consommation moyenne de 14 litre par habitant et par an.

C'est une faible moyenne de consommation si on considère que l'Algérie est un pays chaud. Cette faiblesse serait peut être due au pouvoir d'achat et au prix relativement élevé de l'eau embouteillée pour les ménages moyens en Algérie.

L'enquête consommation effectuée par l'ONS en 1988, (celle de 1988 n'est toujours pas disponible), permet de cerner les principales caractéristiques de la demande.

8.2 La consommation par région :

La consommation est plus importante dans les grands centres urbains, mais il existe des disparités :

- En zones éparses la consommation est très faible (0,31/hab./an), l'achat d'eau en bouteille se fait pour les besoins de populations fragiles (nourrissons, personnes malades). L'eau est consommée pour la sécurité offerte en matière d'hygiène. Au niveau des petites agglomérations (15 à 45 000 habitants), le niveau de consommation est également faible, l'usage de l'eau en bouteille est motivé par les mêmes raisons que pour les zones éparses.
- Au niveau des grandes et moyennes agglomérations, la consommation la plus forte est de 207 l/hab./an. La consommation est variable et dépend de spécificités locales, comme la disponibilité et la qualité de l'eau du robinet. C'est la ville d'Oran qui enregistre la plus forte consommation à cause de la salinité de l'eau du robinet dans cette métropole.
(Source PME-Magazine-juillet/Aout2008)

8.3 La consommation par niveau de revenus :

Le niveau de consommation dépend directement du niveau de revenus, la part de revenu destinée à l'achat des eaux embouteillées est très faible chez les familles modestes, elle est en dessous de la moyenne pour les familles à revenus faibles à moyens. La population qui a des revenus faibles à moyens consomme de l'eau en

bouteille un peu par obligation, pour des raisons diététiques (bébés, femmes enceintes, personnes âgées ou malades).

Les tranches de revenus qui dépassent le seuil moyen de consommation d'eaux embouteillée n'à pas seulement un but curatif et diététique mais représente également un mode de vie et des habitudes de consommation.

Ces données permettaient de caractériser la demande au moment de l'enquête, la situation a beaucoup évolué depuis et la demande a réellement augmenté. Elle a connu une hausse importante en 2002 et 2004 où a été pratiquement multipliée par 20.

L'augmentation importante de la consommation peut être facilement expliquée par la croissance de la population et les problèmes de qualité et d'approvisionnement en eau potable. Mais elle résulte également d'un changement de mode de vie et de consommation, la bouteille d'eau est de plus associée à une image de prestige, de santé et de dynamisme. Cela renvoie à la vie moderne

La demande en eau embouteillée en Algérie a été, la plupart du temps, limitée au secteur touristique. (Source PME-Magazine N°85-Juillet/Aout2008)

PARTIE 2
RESULTATS
ET
DISCUSSION

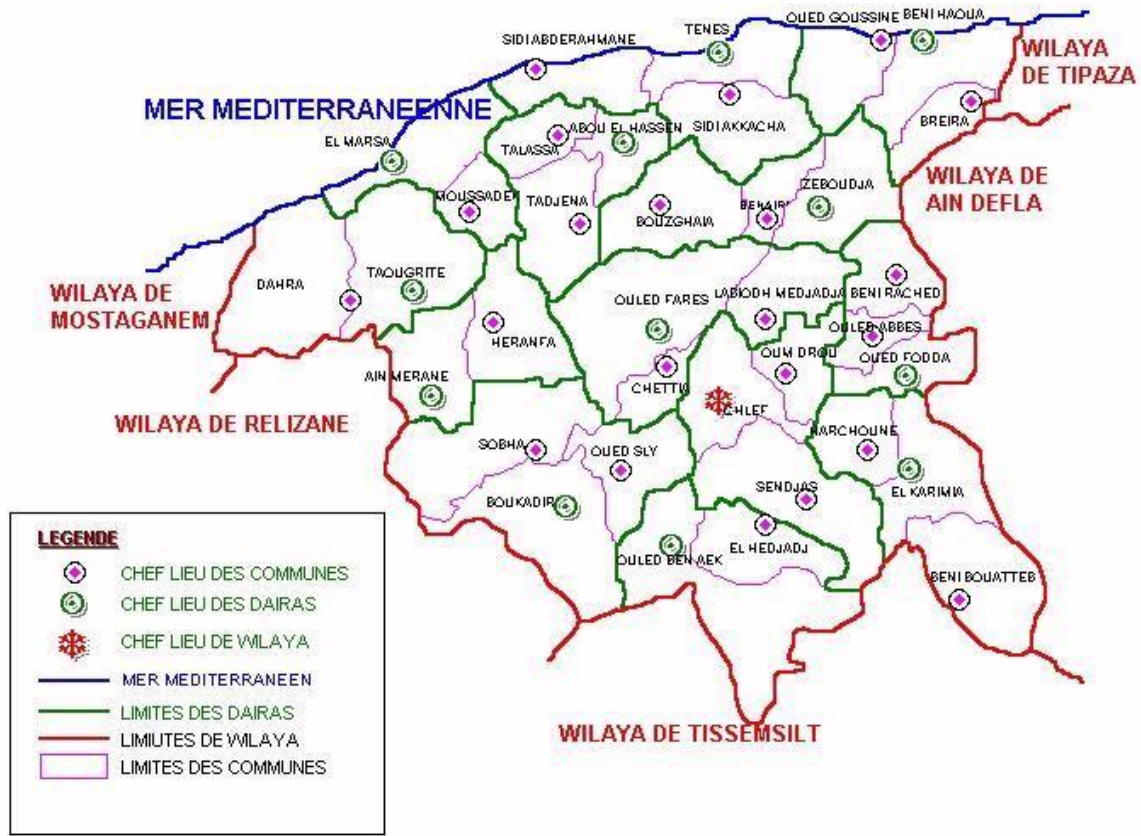
DE L'ENQUETE
DE
TERRAIN

CHAPITRE 1

**ANALYSE ET INTERPRETATION
DES RESULTATS D'ENQUETES
DANS UN MILIEU URBAIN
(LA COMMUNE DE CHETTIA)**

La Carte de la Wilaya de Chlef

LIMITES ADMINISTRATIVES DE LA WILAYA



Présentation de la commune

Aperçu Historique

Chettia, anciennement Ladjeraf, est une **commune** de la **wilaya de Chlef** en Algérie, située à 12 km au nord ouest de Chlef sur la route nationale N° 19 qui mène à Tenes.

Sa population s'est multipliée après le séisme de 1980 et durant la décennie noire, ce qui en fait une des communes les plus peuplées de la wilaya - 80 000 habitants - et en fait un pôle social et économique.

1- Situation géographique :

La commune de Chettia est limitée administrativement par :

- Au Nord : la commune de Wlad Fares
- Au Sud : la commune de Chlef
- A l'Ouest : la commune de Ouadi el-Sali et Wald Faress
- A L'Est : la commune de Madjadja

1) Population : 70746

2) Superficie de la commune : 42km²

3) Taux d'occupation par logement : 8,08

2- Géographie

Relief : montagneux

Climat : méditerranéen

Massif forestier : 00 Ha

Surface Agricole Utile : 5273 Ha.

Potentialités :- Argile à tuile et brique (argile manieuse de miocène supérieur)

- Gisement gypse réserve 8 millions tonnes
- Sable de vénerie
- Agriculture
- Concassage (Kef lazreg)

3- Ressources de la Commune

- Marche hebdomadaire
- Locaux commerciaux

4- Taux de Raccordement

- A.E.P : 45 %
- Assainissement : 35 %
- Electrification : 98 %
- GAZ NATUREL : 10 %

5- Réseau Routier

- Route Nationale : 16 Km
- Chemin de Wilaya : 15 Km
- Chemin de Commune : 43 Km

6- Emploi

Population Active :..... 44685

Taux d'Activité :..... 66%

Population occupée :20010

Nombre d'emploi créés durant l'année1100

Population au chômage 26061

Agriculture

Superficie Agricole utile : 5273

ANALYSE DES RESULTATS D'ENQUETE DANS UN MILIEU URBAINE (LA COMMUNE DE CHETTIA)

1-Classification des ménages

1.1) Structure des ménages enquêtés :

1.1.2) Structure des ménages enquêtés en fonction de type des ménages enquêtés :

Tableau 7 : Type des ménages enquêtés

Type des ménages	Ménages Simple sans enfants	Ménages simples Avec enfants	Ménages traditionnels	Total
Nombre des ménages	9	116	15	140
%	6,42	82,86	10,72	100

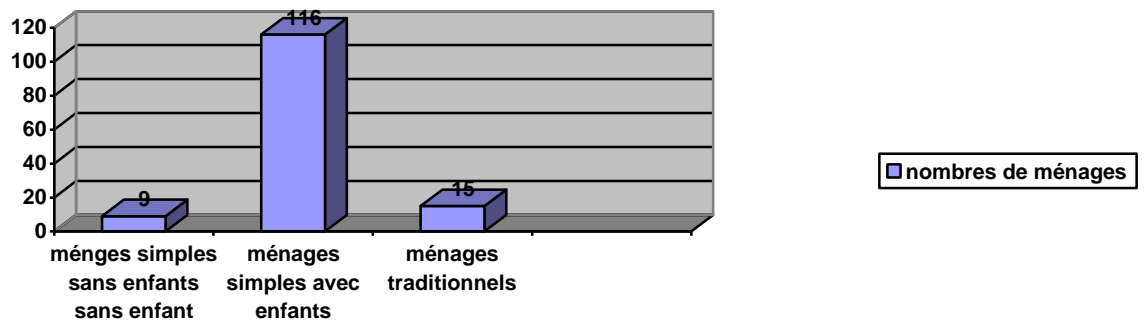


Figure 1 : Histogramme de type des ménages enquêtés.

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Notre échantillon est constitué principalement des ménages simples avec enfants, représentant plus de 4 ménages sur 5 (soit 116 ménages), en deuxième position viendront les ménages traditionnelles (1 ménages sur 10, soit 15 ménages); les ménages simples sans enfants enregistrent 9 ménages.

Donc on peut dire que notre échantillon est dominé par les ménages simples avec enfants.

1.1.2) Structure des ménages enquêtés en fonction de l'âge du chef de ménage:

Tableau 8 : Structure des ménages enquêtés en fonction de l'âge du chef de ménage

Tranche d'âge (ans)	21 à 30	31 à 40	41 à 50	51 à 60	61 à 70	71 et plus	Total
Nombre des ménages	06	50	37	21	17	09	140
%	4,29	35,71	26,43	15,00	12,14	6,43	100

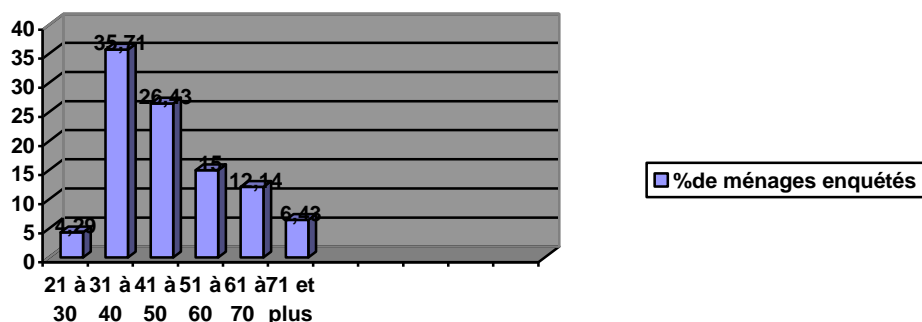


Figure 2 : Histogramme des ménages enquêtés par rapport à l'âge du chef de ménage

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La répartition par âge révèle une fréquence importante entre 31 et 50 ans, qui représente un peu moins des deux tiers de l'ensemble de la population enquêtés, suivi par la tranche (51 à 70 ans, soit 1 ménage sur 5), puis la tranche (61 à 70 ans, soit un peu plus de 1 sur 10), alors les tranches (21 à 30) et celle de (71 et plus) avec une part relative autour de 5% pour chacune.

L'âge moyen des chefs de ménages de notre échantillon est de 46 ans.

1.1.3 Structure des ménages en fonction d'âge et type des ménages:

Tableau 9: Structure des ménages en fonction d'âge et type des ménages

Tranche d'âge par (ans)		21 à 30	31 à 40	41 à 50	51 à 60	61 à 70	71 et plus	Total
Type de ménages								
Ménage Simple sans enfants	Nombre des ménages	00	05	00	02	01	01	09
	%	00	55,55	00	22,22	11,11	11,12	100
Ménage simple avec enfants	Nombre des ménages	06	45	36	15	12	02	116
	%	5,17	38,80	31,03	12,93	10,34	1,73	100
Ménage traditionnel	Nombre des ménages	00	00	01	04	04	06	15
	%	00	00	6,66	26,67	26,67	40	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Ce tableau, nous montre que pour les ménages nucléaires, la tranche d'âge de 31 à 40 ans est la dominante (soit un peu plus d'un ménage sur deux), pour les ménages simples avec enfants, la tranche d'âge la plus importante est de 31 à 40 ans (un peu plus de 2 ménages sur 5) et suivi par les tranches d'âges : 41 à 50 ans (3 ménages sur 10) et 51 à 60 ans (un peu plus de 1 ménage sur 10).

Pour les ménages traditionnels, les différentes tranches d'âge se concentrent essentiellement dans la tranche 71ans est plus (2 ménages sur 5).

1.1.4) Structure des ménages en fonction de la taille des ménages :

Tableau 10) Structure des ménages en fonction de taille des ménages

Taille des ménages	2	3 à 5	6 à 8	9 à 11	Plus de 11	Total
Nombre des ménages	09	82	36	10	03	140
%	6,43	58,57	25,71	7,15	2,14	100

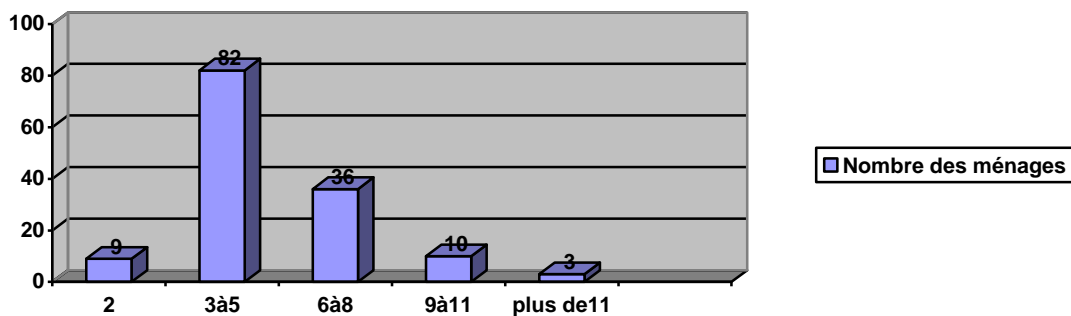


Figure 3 : Histogramme Structure des ménages en fonction de la taille des ménages

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La répartition par taille de ménages confirme que notre échantillon enquêté est caractérisé par une dominance de la taille (3 à 5) personnes par ménage avec une proportion de 58,57% (un peu moins de 3 ménages sur 5) de l'ensemble de la population enquêtés, suivi par la tranche de (6 à 8) personnes et (9 à 11) personnes respectivement à 25,71% et 7,15%.

La taille moyenne des ménages de notre échantillon est 6,35 personnes par ménages, et la taille moyenne nationale des ménages algériens est de 6,58 personnes par ménages «ONS–1998»; Donc la taille moyenne des ménages de notre échantillon se caractérise par les familles plus ou moins nombreuses.

1.1.5) Structure des ménages en fonction de l'origine géographique des chefs des ménages :

Tableau 11) Structure des ménages en fonction de l'origine géographique des chefs des ménages

Origine Type de ménage	Origine de Chettia	Autre origine			
		Rural		Urbain	
		+10 ans	-10 ans	+10 ans	-10 ans
Ménages simples sans enfants	03	01	00	05	00
Ménages simples avec enfants	59	06	00	48	02
Ménages traditionnels	10	04	00	02	00
Total	72	11	00	55	02
%	51,43	07,86	00,00	39,28	01,43

Source : Elaboré par moi-même à partir de notre enquête.

Nous distinguons 72 ménages (1 ménages sur 2) originaires de Chettia, 57 ménages (40,71%) d'origine un autre milieu urbain, et en fin 11 ménages d'origine rurale.

La durée de résidence de plus de dix ans est considérée suffisante comme temps d'adaptation au mode de vie des gens arrivant à Chettia d'un milieu rural (11 ménages), par conséquent, nous pouvons annoncer que la ca quasi-totalité de notre échantillon sont adaptés au lieu, et il possèdent donc la culture, les traditions et les habitudes de la consommations du milieu socio local.

1.1.6) Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef de ménage :

Tableau 12) Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef de ménage

Niveau D'instruction	Non instruit	Niveau primaire	Niveau moyen	Niveau secondaire	Niveau universitaire	Total
Nombre des Ménages	41	20	31	32	16	140
%	29,29	14,28	22,14	22,86	11,43	100

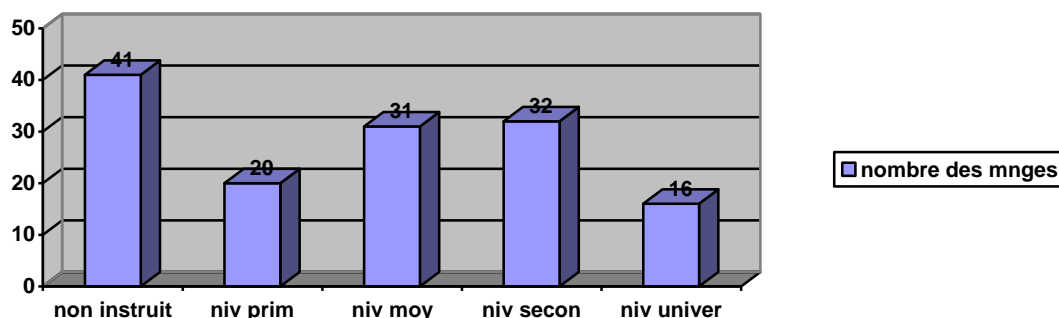


Figure 4 : Histogramme Structure des ménages par rapport au niveau d'instruction du chef de ménage

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le niveau d'instruction de notre échantillon est plus ou moins hétérogène, la grande proportion c'est pour les ménages non instruits suivi les deux niveaux moyen et secondaire avec un pourcentage de 22% pour chacun, après en a le niveau primaire avec un pourcentage de 14,28%, et en dernière position en a le niveau universitaire avec 11,43%.

1.1.7) Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef et type des ménages

Tableau 13) Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef et type des ménages

Niveau d'instruction / Type de ménage		Non instruit	Niveau primaire	Niveau moyen	Niveau Secondaire	Niveau universitaire	Total
Ménage simple sans enfants	Nombre Des ménages	03	00	04	01	01	09
	%	33,34	00,00	44,44	11,11	11,11	100
Ménage Simple avec	Nombre Des ménages	27	18	27	30	14	116
	%	23,28	15,51	23,28	25,86	12,07	100
Ménage traditionnelle	Nombre Des	11	02	00	01	01	15

I	ménages						
	%	73,33	13,33	00,00	06,67	06,67	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête

L'examen du tableau ci-dessus, nous permet de constater que la majorité des ménages simples sans enfants sont répartis essentiellement entre le niveau non instruit et moyen.

La répartition des niveaux d'instruction des chefs de ménages simples avec enfants montre que près d'un quart de cet échantillon est représenté respectivement pour les niveaux non instruit, moyen et secondaire, alors que le primaire et universitaire partagent le quart qui reste.

Le niveau d'instruction des chefs de ménages traditionnels dévoile que près de 3 ménages sur 4 sont non instruits.

2-Structure socioprofessionnelle de ménage :

2.1- catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage :

Tableau 14) Structure des ménages en fonction de la catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage

Désignation	Nombre des ménages	%
Sans emploi	33	23,57
Agriculteurs (chef D'exploitation, ouvriers)	01	00,71
Ouvriers	09	06,43
Employés	26	18,57
Cadres	02	01,43
Enseignements	05	03,57
Professions libres	04	02,86
Autres (pensionnaire, retraités)	60	42,86
Total	140	100

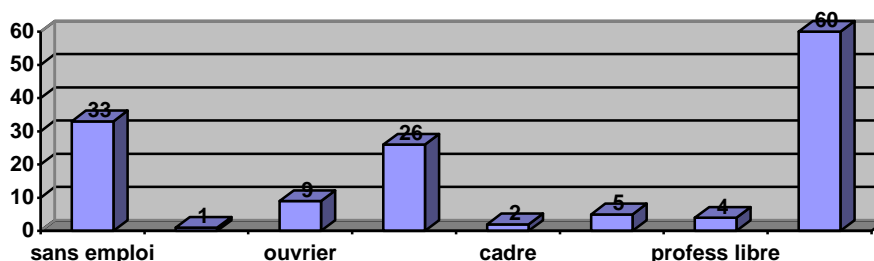


Figure 5 : Histogramme Structure des ménages en fonction de la catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La catégorie socioprofessionnelle dominante est celle des autres (pensionnaires, retraités,...) avec un pourcentage de 42,86% (un peu plus de 2 ménages sur 5), suivi par la classe des sans emploi qui représentent un peu plus de 2 ménages sur 10.

Le statut socioprofessionnel est un facteur important dans la mesure où il détermine le revenu, et donc le pouvoir d'achat des consommateurs.

2.2) Revenus des ménages enquêtés :

Tableau 15) Structure des ménages en fonction de revenu du chef de ménages

Tranche de revenus (DA)	Nombre des ménages	%
Sans revenus	32	22,85
-10000	00	00,00
De 10001 à 12000	09	06,42
De 12001 à 15000	29	20,71
De 15001 à 20000	34	24,28
De 20001 à 30000	19	13,60
+ De 30001	17	12,14
Total	140	100

Source: Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La grande proportion des ménages ont un revenu entre 15001 à 20000 DA (soit 24,28%, plus de 1 ménage sur 5), suivi par la tranche sans revenus (soit 22,85%, plus de 1 ménage sur 5).

3- Structure de la consommation de l'eau minérale des ménages enquêtés :

3.1- Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages :

Tableau 16) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés

	Très importante	Moyennement importante	Peu importante	Pas important	Total
Nombre des ménages	25	08	102	05	140
%	17,86	05,71	72,86	03,57	100

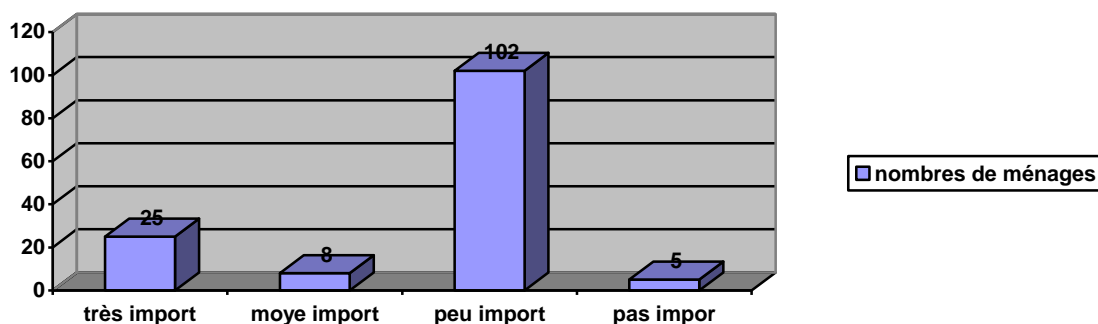


Figure 6 : Histogramme Structure de la consommation de l'eau minérale des ménages enquêtés

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La grande partie des ménages, soit 72,86% déclare que l'eau minérale est un produit peu important dans leur alimentation, suivi de ceux qui disent que ce produit est très important à 17,86%.

3.1.1) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du type des ménages enquêtés :

Tableau 17) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du type des ménages enquêtés

Importance / Type de ménage		Très importante	Moyennement importante	Peu importante	Pas important	Total
Ménage simple Sans enfants	Nombre des ménages	02	01	06	00	09
	%	22,22	11,11	66,67	00	100
Ménage simple avec enfants	Nombre des ménages	20	07	85	04	116
	%	17,24	06,03	73,28	03,45	100
Ménage traditionnel	Nombre des ménages	04	01	09	01	15
	%	26,66	06,67	60,00	06,67	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Pour les ménages nucléaires, la plus part des ménages (6 ménages sur 9, soit les 2/3) déclarent que l'eau minérale a une importance minime dans leur

alimentation, contre un ménage sur 5, dont l'appréciation est très bonne, alors qu'un ménage sur dix annonce que l'eau embouteillée a une importance moyenne.

La consommation de l'eau minérale chez les ménages simples avec enfants apparaît aussi importante (96,55%), il ya 17,24% qui trouvent que l'eau minérale est très importante.

Chez les ménages traditionnels le désire envers l'eau commercialisée à une place peu importante ou très importante.

3.1.2) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de la taille des ménages:

Tableau 18) place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de la taille des ménages

Importance		Très importante	Moyennement importante	Peu importante	Pas importante	Total
Nombre de ménage						
2 personnes	Nombre Des ménages	02	01	06	00	09
	%	22,22	11,11	66,67	00,00	100
3 à 5 personnes	Nombre Des ménages	16	05	56	04	81
	%	19,75	06,18	69,13	04,94	100
6 à 8 Personnes	Nombre Des ménages	06	02	30	00	38
	%	15,79	05,26	78,95	00	100
9 à 11 personnes	Nombre Des ménages	02	01	06	00	09
	%	22,22	11,11	66,67	00,00	100
Plus de 11 personnes	Nombre Des ménages	00	00	02	01	03
	%	00	00	66,67	33,33	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Selon le tableau ce dessus, nous constatons que l'eau commercialisée a une place peu importante quelque soit la taille des ménages.

3.1.3) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de niveau d'instruction du chef du ménage:

Tableau 19) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de niveau d'instruction du chef de ménages

Importance		Très importante	Moyennement importante	Peu importante	Pas importante	Total
Niveau d'instruction						
Non instruit	Nombre des ménages	05	05	28	02	41
	%	14,63	12,20	68,29	04,88	100
Niveau primaire	Nombre des ménages	03	01	16	00	20
	%	15,00	05,00	80,00	00	100
Niveau moyen	Nombre des ménages	01	02	27	01	31
	%	03,23	06,45	87,09	03,23	100
Niveau secondaires	Nombre des ménages	08	01	21	02	32
	%	25,00	03,12	65,63	06,25	100
Niveau universitaire	Nombre des ménages	08	00	08	00	16
	%	50,00	00	50	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le tableau ci-dessus, nous renseigne que l'eau minérale est considérée comme un aliment peu important à 68,29%, 80%, 87,09%, 65,63%, et 50%, en ordre croissant en fonction du niveau d'instruction du chef du ménage.

3.1.4) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du revenu des ménages enquêtés

Tableau 20) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du revenu des ménages enquêtés

Importance Revenus		Très important e	Moyennemen t importante	Peu important e	Pas important e	Tota l
Sans revenus	Nombre des ménages	05	01	22	04	41
	%	15,63	03,12	68,75	12,50	100
- 10000D A «SMIG »	Nombre Des ménages	00	00	00	00	00
	%	00	00	00	00	100
De 10001 à 12000 DA	Nombre des ménages	01	00	09	00	10
	%	10,00	00,00	90,00	00,00	100
De 12001 à 15000 DA	Nombre des ménages	03	03	22	01	29
	%	10,35	10,35	75,86	03,44	100
De 15001 à 20000 DA	Nombre des ménages	05	00	28	00	33
	%	15,15	00,00	84,85	00,00	100
De 20001 0 30000 DA	Nombre des ménages	06	03	10	00	19
	%	31,57	15,80	52,63	00,00	100
+ de 30001 DA	Nombre des ménages	06	02	09	00	17
	%	35,30	11,76	52,94	00,00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

D'après le tableau ci-dessus, nous constatons que la consommation de l'eau minérale est peu importante quelque soit le revenu.

3.2) Consommation quantitative de l'eau minérale :

A) Tableau 21) Consommation quantitative de l'eau minérale

	Par jour	Par semaine	Par mois	Par occasion	Total
Nombre des ménages	26	02	00	112	140
%	18,57	01,43	00,00	80,00	100

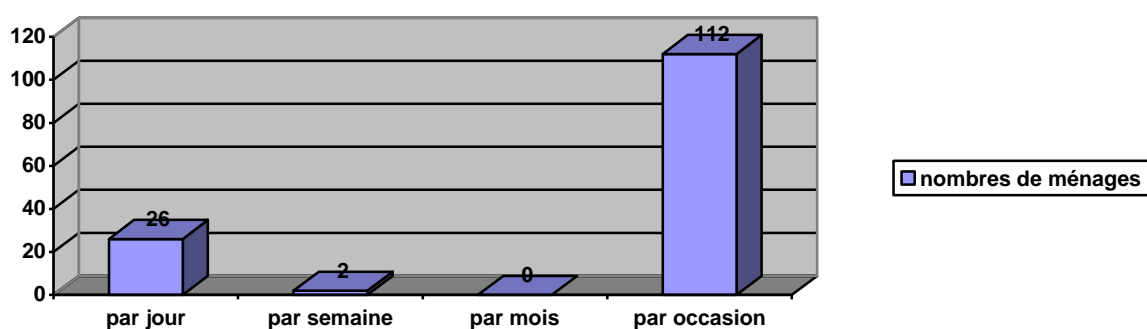


Figure 7 : Histogramme de la Consommation quantitative de l'eau minérale

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le tableau ci-dessus illustre que 80% de ménages enquêtés achètent l'eau minérale par occasion, comme exemples : problème de santé... etc.

B) Tableau 22) Situation d'achat de l'eau minérale

	Préparation du Lait de bébé	Problème de santé	Etat normale	Total
Nombre des ménages	18	96	26	140
%	12,86	68,57	18,57	100

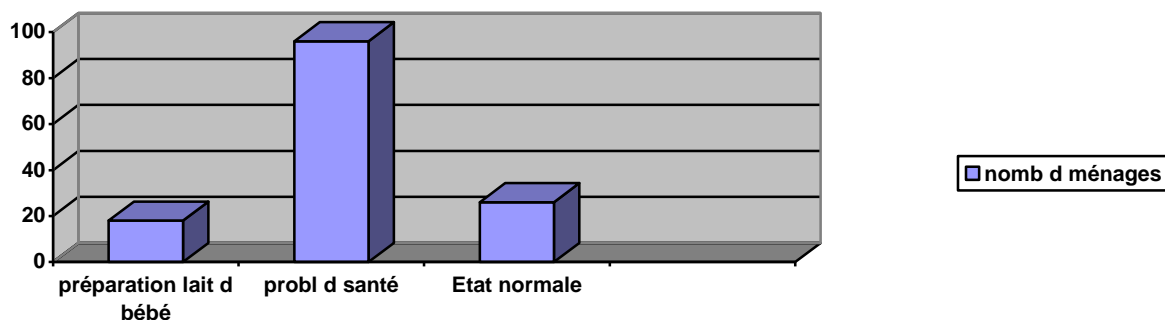


Figure 8 : Histogramme Situation d'achat de l'eau minérale

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Nous remarquerons à travers le tableau précédent que plus de 2 ménages sur 3 (68,57%) achètent l'eau minérale en cas de problème de santé, ce qui prouve que l'eau minérale ne présente pas une place très importante dans la ration alimentaire de nos ménages, donc une consommation occasionnelle de cette denrée.

C) Tableau 23) Programme de consommation de l'eau minérale

	Oui	Non	Total
Nombre des ménages	26	114	140
%	18,57	81,43	100

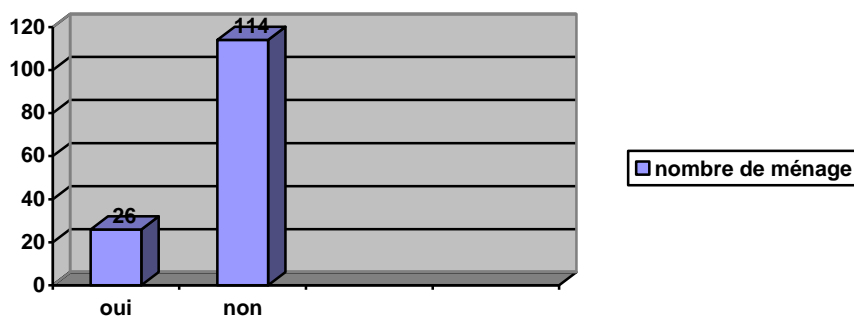


Figure 9 : Histogramme Programme de consommation de l'eau minérale

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Nous constatons d'après le tableau ci-dessus que 114 ménages, soit plus de 4 ménages sur 5, n'ont pas un programme régulier de consommation de l'eau minérale, à l'inverse des ménages restants (26 ménages), ceci est expliqué dans le tableau qui suit.

Tableau 24) les causes de l'irrégularité du programme de consommation de l'eau minérale

	Raison		Total
	Manque de revenu	Autre	
Nombre des Ménages	40	66	106
%	37,74	62,26	100

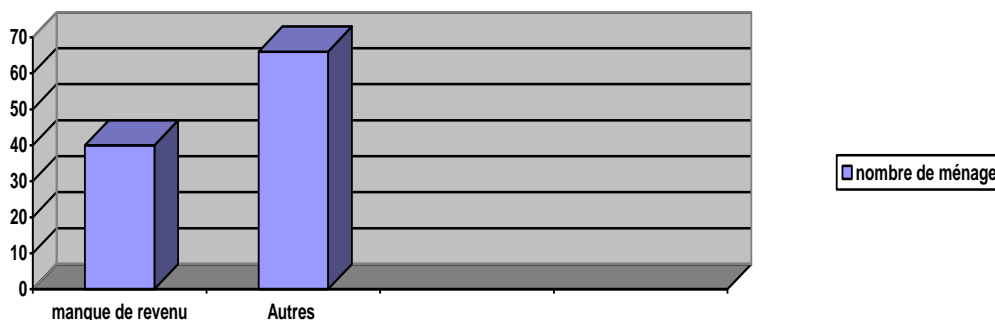


Figure 10 : Histogramme les causes de l'irrégularité du programme de consommation de l'eau minérale

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Nous observons d'après ce qui a précédé que parmi les 106 ménages n'ont pas un programme régulier d'acquisition de l'eau embouteillée, près de 62,26% déclarent que les raisons qui perturbent la consommation de ce produit sont multiples : l'approvisionnement irrégulier en eau, le mauvais goût ou qualité d'eau du robinet et les objectifs de santé....

Par contre le reste des ménages déclarent la perturbation d'achat d'eau embouteillée revient au manque revenus.

3.3) Consommation qualitative de l'eau :

1- Appréciation de la qualité de l'eau minérale :

Tableau 25) Appréciation de la qualité de l'eau minérale

Désignation	Bon	Mauvais	Total
Nombre des ménages	131	09	140
%	93,57	06,43	100

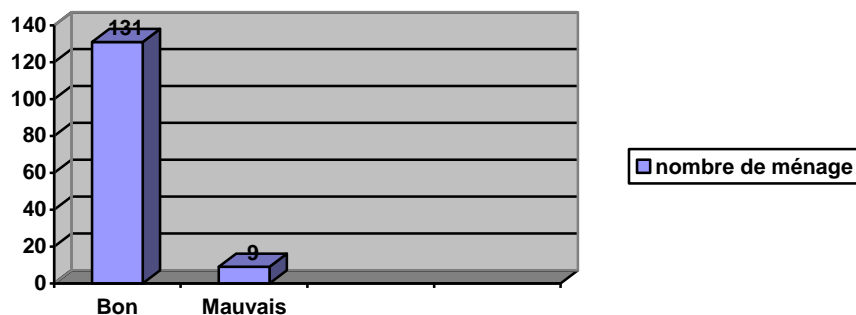


Figure 11 : Histogramme d'Appréciation de la qualité de l'eau minérale

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le tableau ci-dessus montre que, près de neufs ménages sur dix (93,57%) déclarent que la qualité de l'eau minérale qu'ils consomment est bonne, car, l'eau consommée est bien traitée et le considèrent comme un aliment et hygiénique, les 09 ménages qui restent constatent que l'eau minérale contient un taux de calcaire élevé.

2-Type de l'eau minérale souhaitée et préfère à consommer

Tableau 26) type de l'eau minérale souhaitée et préfère à consommé

Désignation	Eau minérale aromatisée	Eau minérale normale	Eau minérale gazeuse	Total
Nombre des ménages	00	140	00	140
%	00	100	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le tableau ci-dessus montre que, tous les ménages enquêtés consomment l'eau minérale normale et non l'eau minérale aromatisée.

3-Appréciation de l'emballage de l'eau minérale

Tableau 27) Appréciation de l'emballage de l'eau minérale

Désignation	Eau minérale en plastique	Eau minérale en verre	Autre	Total
Nombre des ménages	00	00	140	140
%	00	00	100	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Les ménages enquêtés n'ont pas précisé l'emballage qu'ils veulent, ils ne donnent pas l'importance à l'emballage.

4-Perception symbolique et culturelle de l'eau minérale :

Tableau 28) Valeur attribuée à l'eau minérale

Désignation	Valeur sacrée	Valeur nutritionnelle	Autre	Total
Nombre des ménages	00	43	97	140
%	00,00	30,71	69,29	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Nous remarquons que, 43 des ménages enquêtés (soit près de 3 ménages sur 10) donnent à l'eau une valeur nutritionnelle, puisque l'eau du robinet ne dispose pas assez de sels minéraux, et la majorité lui attribuent des valeurs autres (sanitaire, hygiène,...) à l'eau minérale (soit de sept ménages sur 10).

-Base de choix de l'eau minérale

Tableau 29) Base de choix de l'eau minérale

	Base de choix				Total
	Emballage	Origine	Composition chimique	Autre	
Nombre des ménages	02	15	21	102	140
%	01,43	10,71	15,00	72,86	100

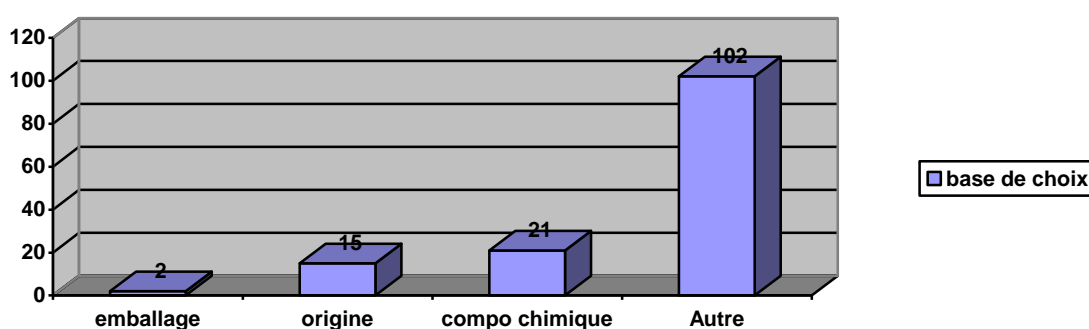


Figure 12 : Histogramme de Base de choix de l'eau minérale

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

D'après la déclaration de nos ménages enquêtés 72,86% des ménages ne se basent sur aucun critère spécifique pour le choix de l'eau minérale à consommer, et

15% des ménages se basent dans leur choix d'achat sur la composition chimique de l'eau minérale.

-Exploitation des informations de l'étiquette

Tableau 30) Exploitation des informations de l'étiquette

	Oui	Non	Total
Nombre des ménages	59	81	140
%	42,14	57,86	100

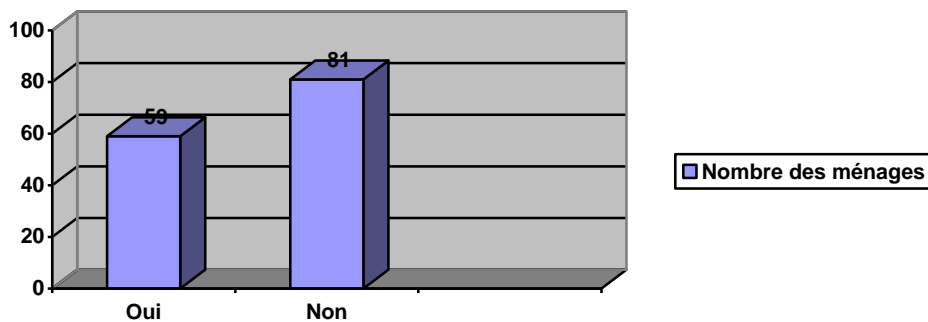


Figure 13 : Histogramme d'exploitation des informations de l'étiquette

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

D'après le tableau ci-dessus nous avons constatée que 59 ménages, soit 42,14% s'intéressent aux informations mentionnées sur l'étiquette, par contre 81 ménages soit 57,86% n'exploitent pas les informations citées sur l'étiquète.

Conclusion

Après la lecture des résultats de notre enquête (en milieu urbain), nous remarquons que l'eau minérale est peu importante dans la ration alimentaire des ménages de la commune de CHETTEIA, mais cette importance diffère d'un ménage à autre en fonction du type de ménage, du pouvoir d'achat,...etc.

Au niveau de cet échantillon la consommation de l'eau minérale n'est pas régulière chez la majorité des ménages enquêtés, et elle est généralement occasionnelle par ex problème de santé,... etc.

S/CHAPITRE 2

**ANALYSE ET INTERPRETATION
DES RESULTATS D'ENQUETE
DANS UN MILIEU RURAL
(LA COMMUNE DE BOUZGHAIA)**

1) PRESENTATION DE LA COMMUNE

1- Aperçu Historique :

La commune de Bouzghaia est la commune la plus ancienne dans la wilaya de Chlef s'étend sur 272 Km².

2- Population :

La commune de bouzghaia compte 20241 habitants.

3- Géographie

- Relief : montagneux
- Climat : méditerranéen
- Massif forestier : 00 Ha
- Surface Agricole Utile : 5273 Ha.
- Potentialités :- Argile à tuile et brique (argile manieuse de miocène supérieur)
 - Gisement gypse réserve 8 millions tonne
 - Sable de vénerie
 - Agriculture
 - Concassage (Kef lazreg)

4- Ressources de la Commune

- Marche hebdomadaire
- Locaux commerciaux

5- Taux de Raccordement

- A.E.P : 45 %
- Assainissement : 35 %

ANALYSE DES RESULTATS D'ENQUETE DANS UN MILIEU RURAL (LA COMMUNE DE BOUZGHAIA)

1-Classification des ménages:

1.1) structure des ménages enquêtés en fonction de type des ménages enquêtés:

Tableau 31): Type des ménages enquêtés

Type des ménages	Ménages Simple sans enfants	Ménage simple Avec enfants	Ménages traditionnels	Total
Nombre des ménages	90	05	45	140
%	64,29	03,57	32,14	100

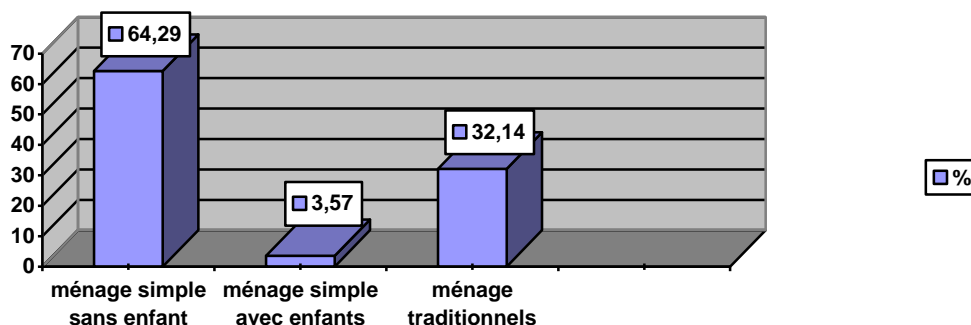


Figure 14 : Histogramme de Type des ménages enquêtés

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Notre échantillon est constitué principalement de ménages simples avec enfants, représentant près de 2 ménages sur 3 (soit 90 ménages), en deuxième position viendront les ménages traditionnels (soit 45 ménages), suivi des ménages simples qui enregistrent 05 ménages.

Donc, nous pouvons dire que notre échantillon est dominé par les ménages simples avec enfants.

1.1.2) Structure.1. Des ménages enquêtés en fonction de l'âge du chef de ménage:

Tableau 32) Structure des ménages enquêtés en fonction de l'âge du chef de ménage

Tranche d'âge (ans)	21 à 30	31 à 40	41 à 50	51 à 60	61 à 70	71 et plus	Total
Nombre des ménages	06	18	41	41	21	13	140
%	04,28	12,86	29,28	29,28	15,00	09,30	100

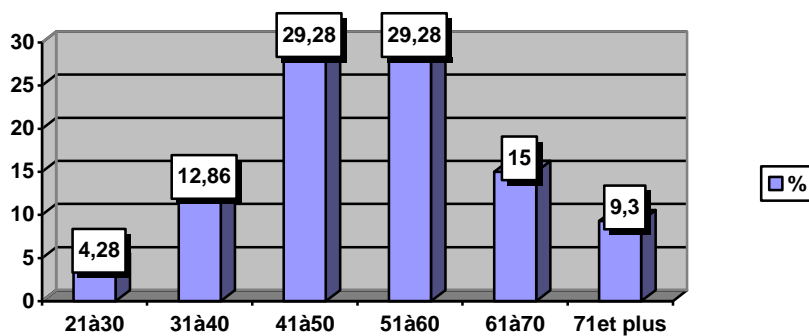


Figure 15 : Histogramme de Structure des ménages enquêtés par rapport à l'âge du chef de ménage

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête

La répartition par âge de notre échantillon révèle une fréquence importante entre 41 et 60 ans, qui représente un peu moins de 3 sur 5 de l'ensemble de la population enquêtés, suivi par la tranche 61 à 70 ans (prés de 1 ménages sur 7), puis les tranches (31 à 40 ans) et celle de (21 à 30).

L'âge moyen des chefs de ménages de notre échantillon est de 4.

1.1.3 Structure des ménages en fonction d'âge et type des ménages:

Tableau 33) Structure des ménages en fonction d'âge et type des ménages

Tranche d'âge par (ans)		21 à30	31 à 40	41 à 50	51 à 60	61 à 70	71 et plus	Total
Type de ménages								
Ménages Simples sans enfants	Nombre des ménages	04	01	00	00	00	00	05
	%	80	20	00	00	00	00	100
Ménages simples avec enfants	Nombre des ménages	02	15	36	26	09	02	90
	%	02,22	16,67	40,00	28,89	10,00	02,22	100
Ménages traditionnels	Nombre des ménages	00	00	05	15	12	13	45
	%	00	00	11,11	33,34	26,67	28,88	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le tableau ci-dessous, nous montrons que pour les ménages nucléaires, la tranche d'âge de 21 à 30 ans est dominante (soit 80% des ménages simples sans enfants enquêtés), pour les ménages simples avec enfants, la tranche d'âge la plus importante est de : 41 à 50 ans (plus de 2 sur 5 ménages) et suivi par les tranches d'âges : 51 à 60 ans 28,89%(un peu moins de 3 ménage sur10) et 31 à 40 ans (1 ménage sur 6) .

Pour les ménages traditionnels les différentes tranches d'âge se concentrent essentiellement dans la tranche 51 à 60 ans (33,34% des ménages traditionnels enquêtés).

1.1.4) Structure des ménages en fonction de la taille des ménages

Tableau 34) Structure des ménages en fonction de taille des ménages

Taille des ménages	2	3 à 5	6 à 8	9 à 11	Plus de 11	Total
Nombre des ménages	05	29	61	30	15	140
%	03,57	20,71	43,58	21,43	10,71	100

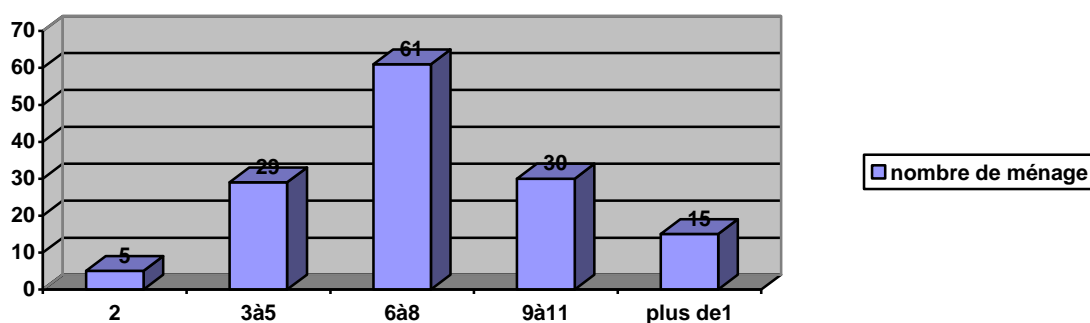


Figure 16 : Histogramme de structure des ménages en fonction de taille des ménages

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La répartition par taille des ménages confirme que notre échantillon enquêté est caractérisé par une dominance de la taille (6 à 8) personnes par ménage avec une proportion de 43,58% (plus de 2 ménages sur 5) de l'ensemble de la population enquêtés, suivi par la tranche de (9 à 11) personnes et (3 à 5) personnes respectivement à 21,43% et 20,71%.

La taille moyenne des ménages de notre échantillon est de 6,35 personnes par ménages, et la taille moyenne nationale des ménages algériens est de 6,58 personnes par ménage « ONS -1998 ». Donc la taille moyenne des ménages de notre échantillon est presque égale à celle des ménages algériens, nous pouvons dire que les ménages de notre échantillon se caractérisent par des familles plus ou moins nombreuses.

1.1.5) Structure des ménages en fonction de l'origine géographique des chefs des ménages :

Tableau 35) Structure des ménages en fonction de l'origine géographique des chefs des ménages

Origine Type de ménage	Origine de Bouzghaia	Autre origine			
		Rural		Urbain	
		-10 ans	+10 ans	+10 ans	-10 ans
Ménages simples sans enfants	05	00	00	00	00
Ménages simples avec enfants	90	00	00	00	00
Ménages traditionnels	45	00	00	00	00
Total	140	00	00	00	00
%	100	00	00	00	00

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

D'après l'enquête réalisée auprès des ménages enquêtés, nous trouvons que la totalité des chefs de ménages sont d'origines de bouzghaia.

Donc on constate que la population enquêtée est d'origine rurale.

1.1.6) Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef de ménage :

Tableau 36) Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef de ménage

Niveau D'instruction	Non instruit	Niveau primaire	Niveau moyen	Niveau secondaire	Niveau universitaire	Total
Nombre des Ménages	73	34	18	12	03	140
%	52,14	24,29	12,86	08,57	02,14	100

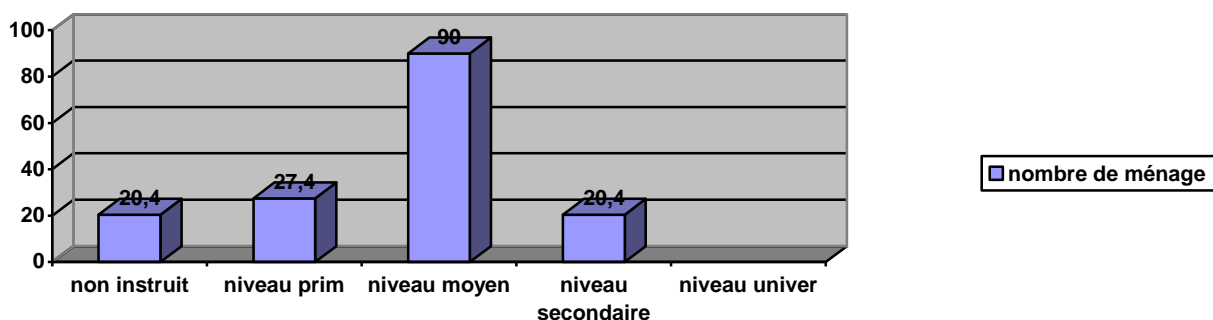


Figure 17 : Histogramme de structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef de ménage

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le niveau d'instruction de notre échantillon est représenté principalement par le niveau non instruit des chefs des ménages (soit 73 ménages, soit plus d'un ménage sur 2), suivi du niveau primaire avec 24,29%, alors que le niveau moyen et secondaire représentent respectivement 12,86% et 08,57%.

1.1.7) Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef et type des ménages

Tableau 37) Structure des ménages en fonction du niveau d'instruction du chef et type des ménages

Niveau d'instruction		Non instruit	Niveau primaire	Niveau moyen	Niveau Secondaire	Niveau universitaire	Total
Type de ménage							
Ménage simple sans enfants	Nombre Des ménages	01	00	02	01	01	05
	%	20,00	00,00	40,00	20,00	20,00	100
Ménage Simple avec	Nombre Des ménages	35	28	14	11	02	90
	%	38,89	31,11	15,56	12,22	02,22	100
Ménage traditionnel	Nombre Des ménages	37	06	02	00	00	45
	%	82,22	13,33	04,45	00,00	00,00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

L'examen du tableau ci-dessus, permet de dire que la majorité des ménages simples sans enfants sont instruit (soit 80% des ménages).

Pour le niveau d'instruction des chefs de ménages simples avec enfants, la majorités sont non instruites par une dominance de (38,89%), le reste est réparti essentiellement entre le niveau primaire (31%) et moyen (15,56%).

Le niveau d'instruction des chefs de ménages traditionnels se situe principalement dans la catégorie non instruits, puis primaire.

2-Structure socioprofessionnelle de ménage :

2.1) catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage :

Tableau 38) Structure des ménages en fonction de la catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage

Désignation	Nombre des ménages	%
Sans emploi	36	25,71
Agriculteurs (chef D'exploitation,)	24	17,14
Ouvriers	09	06,43
Employés	46	32,86
Cadres	00	00,00
Enseignements	05	03,57
Professions libres	10	07,14
Autres (pensionnaire, retraités)	10	07,14
Total	140	100

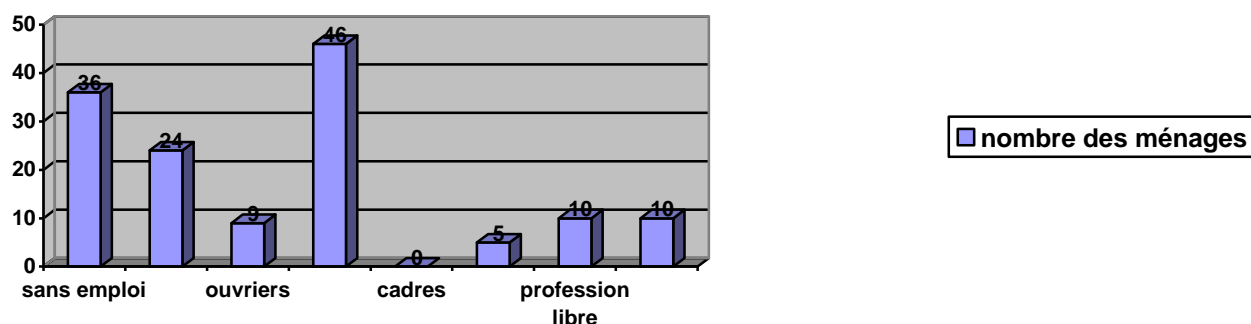


Figure 18 : Histogramme de structure des ménages en fonction de la catégorie socioprofessionnelle « CSP » du chef de ménage

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Les deux principales CSP de notre échantillon sont les employés et les gens qui ont pas un travail (sans emploi) respectivement à 32,86% et 25,71%, suivi par

les agriculteurs, avec près de 1 ménages sur 6, suivi par les deux classes de professions libres et autres avec près de 1 ménage sur 13.

2.2) Revenus des ménages enquêtés :

Tableau 39) Structure des ménages en fonction de revenu du chef de ménages

Tranche de revenus (DA)	Nombre des ménages	%
Sans revenus	36	25,71
-10000 « SMIG »	07	05,00
De 10001 à 12000	12	08,57
De 12001 à 15000	21	15,00
De 15001 à 20000	20	14,29
De 20001 à 30000	36	25,71
+ De 30001	08	05,71
Total	140	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

L'examen du tableau ci-dessus permet de dire que notre échantillon se forme de deux grands ensembles: les ménages déclarant qui n'ont pas de revenu et les ménages qui ont un revenu entre 20001 à 30000 DA avec un pourcentage de 25,71% pour chacune, suivi par les deux tranches de 12001 à 15000 DA et de 15001 à 20000 DA respectivement à 15% et 14,29%.

3) Structure de la consommation de l'eau minérale des ménages enquêtés :

3.1) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages :

Tableau 40) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés

	Très importante	Moyennement importante	Peu importante	Pas important	Total
Nombre des ménages	24	27	55	34	140
%	17,14	19,29	39,29	24,28	100

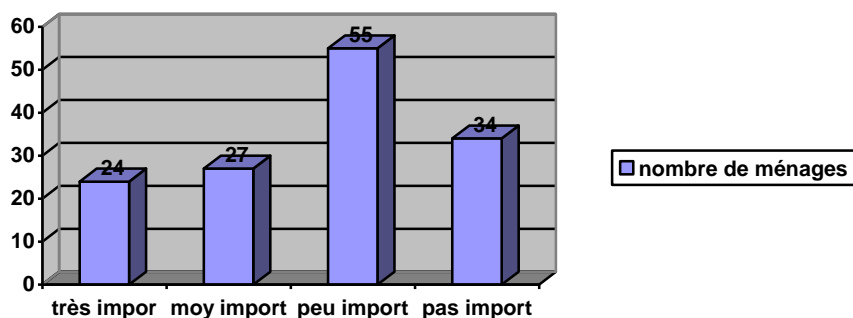


Figure 19 : Histogramme de la place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La grande partie des ménages, soit 39,29% déclarent que l'eau minérale est un produit peu important dans leur alimentation, suivi de se qui disent qu'elle n'est pas important, et aussi on a qui disent qui est très important et moyennement important respectivement à 19,29% et 17,14%.

3.1.1) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du type des ménages enquêtés :

Tableau 41) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du type des ménages enquêtés :

Importance Type de ménage		Très importante	Moyennement importante	Peu importante	Pas important	Total
		Ménage simple Sans enfants	Nombre des ménages	02	01	02
	%	40,00	20,00	40,00	00,00	100
Ménage simple avec enfants	Nombre des ménages	12	06	19	08	45
	%	26,67	13,33	42,22	17,78	100
Ménage traditionnel	Nombre des ménages	10	20	34	26	90
	%	11,11	22,22	37,78	28,89	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Pour les ménages nucléaires, nous avons 40% qui disent que l'eau embouteillée est très important dans leur consommation, 40% qui déclarent qu'elle est peu important dans leur consommation, et 20% qui lui considérer comme moyennement importante.

Pour les ménages simples avec enfants, 26,67% considèrent l'eau commercialisée comme très important, 55,55% de notre échantillon disent que l'eau minérale est moyennement ou peu importante, et 17,78% de ménages enquêtés déclarent que l'eau embouteillés n'a aucune importance.

Et ce qui concerne les ménages traditionnels, nous avons 11,11% de notre échantillon considèrent l'eau minérale comme très important, 50% la considèrent comme moyennement ou peu importante, et 28,89% attribuent l'appréciation non important.

3.1.2) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de la taille des ménages:

Tableau 42) place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de la taille des ménages.

Importance		Très important e	Moyenneme nt importante	Peu important e	Pas important e	Tota l
Nombre de ménage						
2 personnes	Nombre Des ménages	02	01	02	00	05
	%	40,00	20,00	40,00	00,00	100
3 à 5 personnes	Nombre Des ménages	06	08	07	08	29
	%	20,70	27,58	24,14	27,58	100
6 à 8 Personnes	Nombre Des ménages	07	10	29	15	61
	%	11,47	16,39	47,54	24,60	100
9 à 11 personnes	Nombre Des ménages	07	06	09	08	30
	%	23,33	20,00	30,00	26,67	100
Plus de 11 personnes	Nombre Des ménages	02	01	08	04	15
	%	13,33	06,67	53,33	26,67	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

D'après le tableau ci-dessus, nous constatons que chaque fois que le ménage est nombreux chaque fois que l'importance de l'eau commercialisée est moindre.

3.1.3) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de niveau d'instruction du chef du ménage:

Tableau 43) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction de niveau d'instruction du chef de ménages

Importance Niveau d'instruction		Très importante	Moyennement importante	Peu importante	Pas importante	Total
		Non instruit	Nombre des ménages	13	11	33
	%	17,81	15,06	45,21	21,92	100
Niveau primaire	Nombre des ménages	03	09	11	11	34
	%	08,82	26,48	32,35	32,35	100
Niveau moyen	Nombre des ménages	04	03	06	05	18
	%	22,22	16,67	33,33	27,78	100
Niveau secondaire	Nombre des ménages	01	04	05	02	12
	%	08,33	33,33	41,67	16,67	100
Niveau universitaire	Nombre des ménages	03	00	00	00	03
	%	100	00	00	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

D'après ce tableau, nous observons que l'eau minérale est considérée très importante pour l'ensemble des ménages dont le chef a un niveau universitaire, les ménages qui n'ont pas un niveau d'instruction (non instruit) considèrent l'eau embouteillé peu importante à 45,21%, L'appréciation de l'eau commercialisée pour les autres niveaux est dominée par déclaration que cette denrée est peu importante respectivement à 32,35%, 33,33%, 41,67% (primaire, moyen, et secondaire).

Dans le niveau universitaire, nous constatons que l'eau minérale est considérée comme un aliment très important avec un pourcentage de 100%

3.1.4) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du revenu des ménages enquêtés

Tableau 44) Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages en fonction du revenu des ménages enquêtés

Importance Revenus		Très importante	Moyennement importante	Peu importante	Pas importante	Total
Sans revenus	Nombre des ménages	04	04	17	12	37
	%	10,81	10,81	45,95	32,43	100
- 10000DA «SMIG »	Nombre Des ménages	00	01	03	02	06
	%	00,00	16,67	50,00	33,33	100
De 10001 à 12000 DA	Nombre des ménages	00	02	08	02	12
	%	00,00	16,67	66,66	16,67	100
De 12001 à 15000 DA	Nombre des ménages	01	03	14	03	21
	%	04,76	14,29	66,66	14,29	100
De 15001 à 20000 DA	Nombre des ménages	00	08	07	05	20
	%	00,00	40,00	35,00	25,00	100
De 20001 à 30000 DA	Nombre des ménages	01	07	20	08	36
	%	02,78	19,44	55,56	22,22	100
+ de 30001 DA	Nombre des ménages	00	05	01	02	08
	%	00,00	62,50	12,50	25,00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le tableau ci-dessus, nous montre que la consommation de l'eau minérale est considérée peu importante pour l'ensemble des tranches de revenus en allant de 45,95% à 66% de leurs populations à l'exception de la tranche 15001 à 20000Da dont la majorité (40%) déclarent que l'eau embouteillé est moyennement importante, il est de même pour la tranche de plus de 30001Da avec près de trois ménages sur cinq.

3.2) Consommation quantitative de l'eau minérale :

A) Tableau 45) Consommation quantitative de l'eau minérale

	Par jour	Par semaine	Par mois	Par occasion	Total
Nombre des ménages	18	06	02	114	140
%	12,86	04,29	01,43	81,43	100

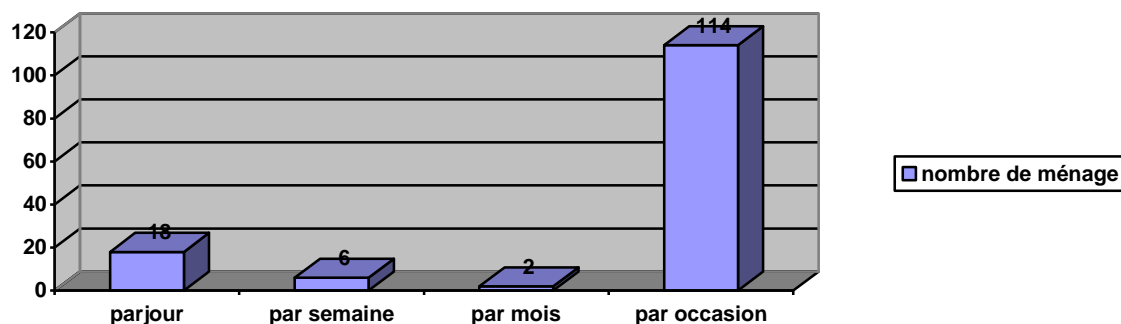


Figure 20 : Histogramme de la Consommation quantitative de l'eau minérale

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Nous remarquons d'après le tableau que la consommation de l'eau minérale se passe généralement par occasion (problème de santé, voyage, préparation du lait pour bébé...) à 81,43% de notre échantillon.

B) Tableau 46) Situation d'achat de l'eau minérale

	Préparation du Lait de bébé	Problème de santé	Etat normale	Total
Nombre des ménages	06	126	08	140
%	04,29	90,00	05,71	100

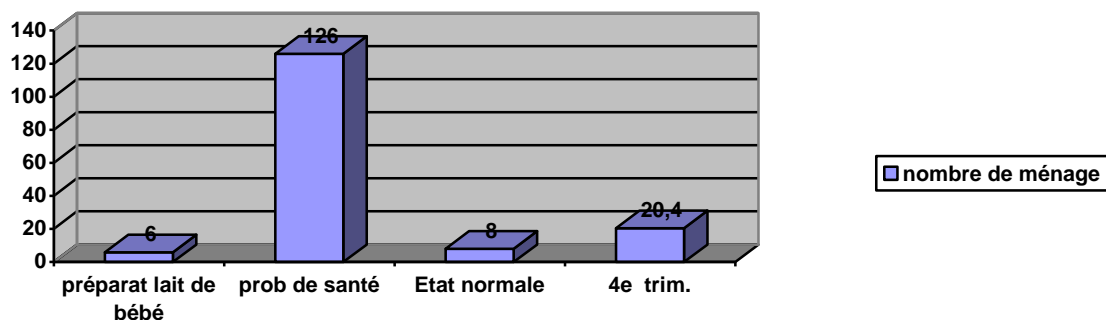


Figure 21 : Histogramme de la situation d'achat de l'eau minérale

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Nous constatons que près de 9 ménages sur 10 (90%) achètent l'eau minérale en cas de problème de santé, ce qui prouve que l'eau minérale ne présente pas une place importante dans la ration alimentaire de nos ménages, donc une consommation occasionnelle.

C) Tableau 47) Programme de consommation de l'eau minérale

	Oui	Non	Total
Nombre des ménages	00	140	140
%	00	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Nous remarquons que tous les ménages enquêtés de notre échantillon n'ont pas un programme régulier de consommation de l'eau minérale.

Tableau 48): Les causes de l'irrégularité du programme de consommation de l'eau minérale

	Raison		Total
	Manque de revenu	Autre	
Nombre des Ménages	140	00	149
%	100	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Nous remarquons que la seule raison qui perturbe leur consommation c'est le manque du revenu.

3.3) Consommation qualitative de l'eau :

- **Appréciation de la qualité de l'eau minérale**

Tableau 49) Appréciation de la qualité de l'eau minérale

Désignation	Bon	Mauvais	Total
Nombre des ménages	139	01	140
%	99,29	00,71	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La qualité de l'eau minérale consommée est bonne pour la quasi totalité des ménages (soit 99,29%), selon eux, elle est bien traitée et le considèrent comme un aliment sanitaire.

- **Type de l'eau minérale souhaitée et préfère à consommer**

Tableau 50) type de l'eau minérale souhaitée et préfère à consommé

Désignation	Eau minérale aromatisée	Eau minérale normale	Eau minérale gazeuse	Total
Nombre des ménages	00	140	00	140
%	00	100	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le type de l'eau souhaité à consommer est l'eau minérale normale qui représente 100%.

- **Appréciation de l'emballage de l'eau minérale**

Tableau 51) Appréciation de l'emballage de l'eau minérale

Désignation	Eau minérale en plastique	Eau minérale en verre	Autre	Total
Nombre des ménages	00	00	140	140
%	00	00	100	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Les ménages enquêtés ils n'ont pas précisés l'emballage qu'ils veulent, ils ne donnent pas l'importance a l'emballage.

- Perception symbolique et culturelle de l'eau minérale :

Tableau 52) Valeur attribuée à l'eau minérale

Désignation	Valeur sacrée	Valeur nutritionnelle	Autre	Total
Nombre des ménages	00	140	00	140
%	00	100	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

L'analyse du tableau ci-dessus, nous montre que la totalité des ménages considèrent que l'eau minérale à une valeur nutritionnelle.

1- Base de choix de l'eau minérale

Tableau 53) Base de choix de l'eau minérale

	Base de choix				Total
	Emballage	Origine	Composition chimique	Autre	
Nombre des ménages	14	34	32	60	140
%	10,00	24,28	22,86	42,86	100

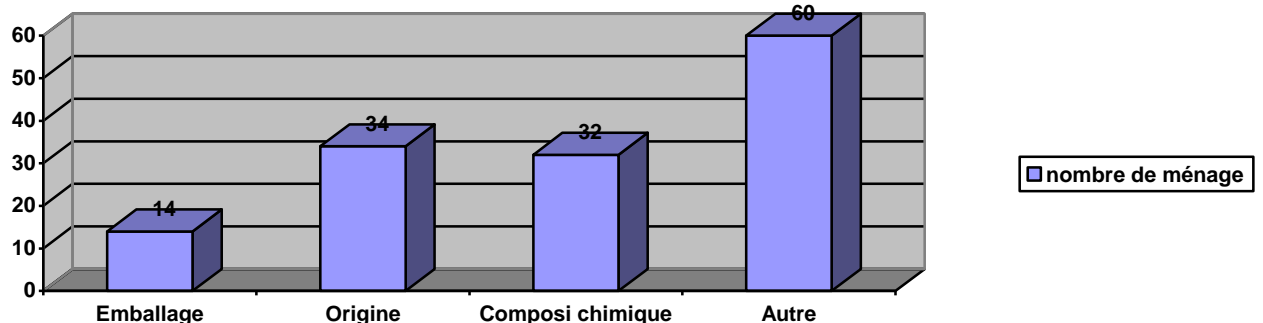


Figure 22 : Histogramme de la Base de choix de l'eau minérale

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le tableau ci-dessus montre qu'il n'y a pas un critère spécifique pour le choix de l'eau minérale à consommer par les ménages enquêtés, une grande partie de ces ménages font leur choix au hasard en demandant une eau minérale sans précisions, un autre facteur qui peut guider leurs choix est le prix des différentes marques sur le marché. Toute fois, il faut noter que l'origine de l'eau à son importance à 24,28% chez la population enquêtée.

2- Exploitation des informations de l'étiquette

Tableau 54) Exploitation des informations de l'étiquette

	Oui	Non	Total
Nombre des ménages	10	130	140
%	47,14	52,86	100

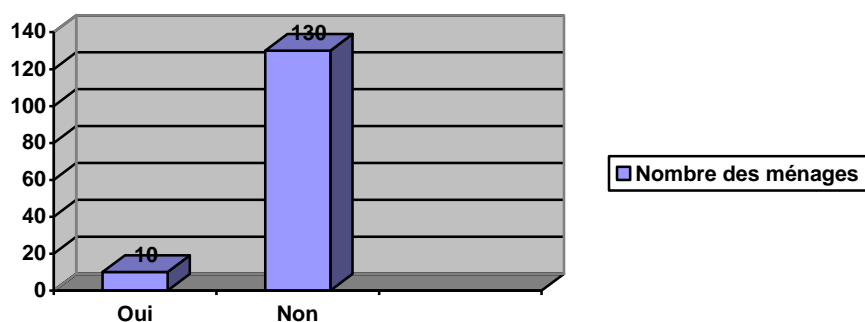


Figure 23 : Histogramme d'exploitation des informations de l'étiquette

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

D'après la déclaration de nos ménages enquêtés, nous trouvons que la plupart de nos ménages enquêtés n'exploitent pas les informations mentionnées sur l'étiquette.

Conclusion

Après l'analyse de l'enquête, nous constatons que l'eau minérale n'occupe pas une place importante dans la ration alimentaire journalière des consommateurs enquêtés dans la zone rurale (la commune de bouzghaia) mais cette importance diffère d'un ménage à l'autre en fonction de type de ménage, le pouvoir d'achat...

Au niveau de cet échantillon la consommation de l'eau minérale n'est pas régulière chez la majorité des ménages enquêtés, cela dépend de, la potabilité de l'eau du robinet ainsi que sa disponibilité, et elle est généralement de manière occasionnel.

CHAPITRE 2

**ETUDE COMPARATIVE DE LA
CONSOMMATION DE L'EAU
MINERALE**

ENTRE :

LA COMMUNE URBAINE (CHETTIA)

ET

LA COMMUNE RURAL (BOUZGHAIA)

STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DE L'EAU MINERALE DES MENAGES ENQUETES

1)-place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés :

Tableau 55 : Place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés

importance Ménages		importance				total
		Très importante	Moyennement importante	Peu importante	Pas important	
Urbain	Nombre Des ménages	25	08	102	05	140
	%	17,86	05,71	72,86	03,57	100
Rural	Nombre Des ménages	24	27	55	34	140
	%	17,14	19,29	39,29	24,28	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Selon le tableau ci-dessus nous constatons que la place de l'eau minérale dans l'alimentation des ménages enquêtés diffère d'un milieu à l'autre, avec une légère tendance d'appréciation de l'eau commercialisée en milieu rural par rapport à la zone urbaine.

2)-consommation quantitative de l'eau minérale :

Tableau 56: consommation quantitative de l'eau minérale

		Par jour	Par semaine	Par moi	Par occasion	Total
Urbain	Nombre des ménages	26	02	00	112	140
	%	18,57	01,43	00,00	80,00	100
Rural	Nombre des ménages	18	06	02	114	140
	%	12,86	04,29	01,43	81,43	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

D'après ce tableau nous remarquons que, quel que soit le milieu la consommation de l'eau embouteillée se fait en général par occasion (problème de santé, voyage, préparation du lait pour bébé...) à 80% pour les deux milieux.

3)- Situation d'achat de l'eau minérale

Tableau 57 : Situation d'achat de l'eau minérale

Ménages		Situation	Préparation de lait pour enfant	Problème de santé	Etat normale	Total
urbain	Nombre des ménages		18	96	26	140
	%		12,86	68,57	18,57	100
Rural	Nombre des ménages		06	126	08	140
	%		04,29	90,00	05,71	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La principale cause d'acquisition de l'eau minérale pour les deux milieux est le problème de santé, ceci est plus accentué en zone rurale (90%) par rapport au milieu urbain (68,57%). Les autres causes sont partagées entre une utilisation de cette eau pour la préparation de lait pour bébés ou une consommation à l'état normal.

Tableau 58 : programme de consommation de l'eau minérale

Consommation régulière		Oui	Non	Total
Urbain	Nombre des Ménages	26	114	140
	%	18,57	81,43	100
Rural	Nombre des Ménages	00	140	140
	%	00	100	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le tableau précédent montre que le programme d'achat des ménages pour l'eau minérale est irrégulier pour les deux zones en particulier au milieu rural.

Tableau 59 : les causes de l'irrégularité du programme de consommation de l'eau minérale

Désignation		Manque de revenu	Autre	Total
Urbain	Nombre des ménages	140	00	140
	%	100	00	100
Rural	Nombre des ménages	140	00	
	%	100	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Le tableau suivant montre que la seule cause de l'irrégularité de consommation de l'eau minérale est le manque de revenu pour les deux populations.

4)- Consommation qualitative de l'eau minérale

- **Appréciation de la qualité de l'eau minérale consommée**

Tableau 60 : Appréciation de la qualité de l'eau minérale consommé

Désignation		Bon	Mauvais	Total
Urbain	Nombre des ménages	131	09	140
	%	93,57	06,43	100
Rural	Nombre des ménages	139	01	140
	%	99,29	00,71	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

La qualité de l'eau minérale consommée est considérée bonne pour la majorité des ménages dans les deux milieux.

Tableau 61 : Type de l'eau minérale souhaitée et préfère à consommer

Désignation		Eau minérale aromatisée	Eau minérale normale	Eau minérale gazéifiée	Total
Urbain	Nombre des ménages	00	140	00	140
	%	00	100	00	100
Rural	Nombre des ménages	00	140	00	140
	%	00	100	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Touts les ménages enquêtés dans les deux milieux désirent consommer une eau minérale normale.

- **Appréciation de l'emballage de l'eau :**

Tableau 62: Appréciation de l'emballage de l'eau

Emballage Ménage		Eau minérale en plastique	Eau minérale en verre	Autre	Total
Urbain	Nombre des ménages	00	00	140	140
	%	00	00	100	100
Rural	Nombre des ménages	00	00	140	140
	%	00	00	100	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Les ménages enquêtés ils n'ont pas précisés l'emballage qu'ils veulent, ils ne donnent pas l'importance a l'emballage

- Perception symbolique et culturelle de l'eau minérale

Tableau 63: Valeur attribuée à l'eau minérale

Désignation		Valeur sacrée	Valeur nutritionnelle	Autre	Total
Urbain	Nombre des ménages	00	140	00	140
	%	00	100	00	100
Rural	Nombre des ménages	00	140	00	140
	%	00	100	00	100

Source : Elaboré par nous même à partir de notre enquête.

Touts les ménages enquêtés dans les deux milieux attribuent à l'eau minérale une valeur nutritionnelle.

Conclusion

Après la comparaison des résultats des deux milieux, nous remarquons que l'eau minérale n'a pas encore obtenue une place très importante dans la ration alimentaire des ménages algériens, mais malgré ça, nous trouvons qu'il y a un nombre de ménages considérable qui ont une consommation régulière et qui est importante dans le milieu urbain (commune de Chettia) que celui du milieu rural (commune de bouzghaia)

Parmi les raisons qui influent la consommation de l'eau minérale :

- Crise d'approvisionnement d'eau du robinet à cause des ruptures ou problème d'hygiène ou un mauvais traitement.
- Disponibilité d'eau des ressources disponible surtout dans les zones montagneuse.
- Les habitudes alimentaires (gout, désir...)

CONCLUSION GENERALE

L'eau embouteillée vendue actuellement sous le nom d'eau minérale naturelle en Algérie est une habitude encore marginale dans le modèle de consommation des algériens, la consommation reste toujours faible.

Et après la lecture des résultats de notre enquête, nous avons trouvé que l'eau minérale constitue une consommation qui est parfois peu importante et d'autres fois moyennement importante, et elle n'est pas régulière chez la plupart des ménages enquêtés, et aussi se fait dans la plupart du temps occasionnellement.

Cette consommation varie d'un ménage à l'autre en fonction de type de ménage, la taille, le pouvoir d'achat, et aussi l'origine géographique... ; notre analyse a montré que les facteurs décisifs dans le comportement de nos consommateurs sont en ordre : les revenus des ménages, la taille des ménages, et le niveau d'instruction du chef des ménages.

La comparaison des résultats des deux milieux, montre que l'eau minérale n'a pas encore obtenu une place importante dans la ration alimentaire des ménages enquêtés, toute fois on constate que certains ménages qui ont une consommation régulière et qui est importante dans le milieu urbain et milieu rural.

L'importance de l'eau minérale diffère d'un milieu à l'autre, puisque on donne plus d'importance en milieu rural qu'en milieu urbain.

La situation d'achat de l'eau minérale se rassemble dans les deux milieux, et qui a enregistré une consommation qui se fait en état de problème de santé.

Le programme d'achat des ménages pour l'eau commercialisée est plus non important en milieu urbain qu'en milieu rural.

Le manque de revenus a une influence importante dans les deux milieux.

La qualité de l'eau embouteillée est considérée bonne pour la majorité des ménages dans les deux milieux.

Les totalités des ménages enquêtés dans les deux milieux désirent consommer une eau minérale normale ; et ils attribuent à l'eau minérale une valeur sanitaire, hygiène... que l'aspect nutritionnel dans les deux milieux.

L'approvisionnement irrégulier en eau, le mauvais goût ou qualité de l'eau de robinet, les objectifs de santé et d'autres raisons conduisent les consommateurs à acheter les eaux embouteillées.

Les totalités des ménages enquêtés dans les deux milieux désirent consommer une eau minérale normale ; et ils attribuent à l'eau minérale une valeur sanitaire, hygiène... que l'aspect nutritionnel dans les deux milieux.

L'approvisionnement irrégulier en eau, le mauvais goût ou qualité de l'eau de robinet, les objectifs de santé et d'autres raisons conduisent les consommateurs à acheter les eaux embouteillées

Parmi les raisons qui peut influencer la consommation de l'eau minérale :

- Crise d'approvisionnement d'eau du robinet à cause des ruptures ou problème d'hygiène ou un mauvais traitement.
- Disponibilité d'eau des ressources disponible surtout dans les zones montagneuse
- Les habitudes alimentaires (goût, désir...).

REFERENCE BIBLIOGRAPHIQUE

BOULARAS Latif (2007) : «Analyse des facteurs influençant la consommation des eaux commercialisées en Algérie ». Mémoire d'ingénieur, Département d'agronomie. Blida.

ANONYME1 : Consulter le Wikipedia.org/wiki/eau_en_bouteille

ANONYME 2 : BERTIER 1999

ANONYME 3 : Consulter le www.decouverte/industrie.

ANONYME 4 : www.aquamania.net

OUAROU Ali (2005) : « le secteur des eaux de boisson en Algérie » Mémoire d'ingénieur, Département d'agronomie. Blida.

HAMZA O (2005) : Etude sur le secteur des eaux minérales en Algérie, service d'étude et de développement GBA d'Alger.

BELOTL. (2000) : L'eau, bataille des géants de l'agroalimentaire, journal le monde, 23 May 2000, France.

BERTEIR V. (1999) : des eaux mules naturelles est elle durable au regard du droit communautaire ? Faculté des sciences économique, Limoges.

BOUDJELLA Z. (2008) : essai d'analyse des facteurs influençant la consommation des eaux commercialisés en Algérie.

CHAD T. (2003): « Deal and Deal Makers: Suntory and Danone Pool Liquid Assets in the U.S. », Wall Street journal, 5 septembre 2003, p. C5. (Tony Clarke, Inside the Bottled 2005).

DAVID F. (2001): « Word for Word / Deep Water: 'Just Say No to H2O 45Unless it's Coke's Own Brew) », New York Times, 2 septembre 2001). Tony Clarke, Inside the Bottled 2005).

FERRIER C. (2001): Bottles Water, understanding a social phenomenon. Etude publiée de 23 pages.

FRANK G. (1998): «is Bottled Water worth the Price? », Kinght Ridder Newspapers, 19 mai 1998. (Tony Clarke, Inside the Bottled 2005).

Journal El-Watan- le 16/04/2007 par R.Beldjenna.

IBWA (2002): Frequently asked question <http://www.BottledWater.org/public/Faqs.htm>.

INFAC T CANADA, Nestlé WHO Coda violations: www.infracanada.ca/obstinat.htm.

J.O Européenne (1998): Concil directive 80/77/EEC of 15 July 1980 relating to the quality of water intended for humain consumption. OJ L229, 30, 08, 1980.

KATHLEN P (1999): Household water quality, publication 356-486, 1998 USA.

OLSEN E. (1999): Bottled Water: pure drink or pure hype? Naturel Ressource Defence Concil (NRDC)

ONS (1988): Enquête sur la consommation en Algérie. Office national des statistiques.

PME-Magazine N°58- juillet/Aout 2008

RAPHEL J. (1998) : Bottled Water entreprise in India, une étude publiée. Inde.

RICHARD D. (2002) : « le français Danone avale Patrimoine des eaux du Québec », La Presse, mercredi 9 octobre 2002, (p. D1) (Tony Clarke, Inside the Bottles 2005).

STEPHAN R. (2003): « Water as a Multidimensional Entity », Mountain Research and development, vol 23, no 1, février 2003, p 24-26. (Tony Clarke, Inside the Bottles 2005).

Synthèse de Mourad (2007) : www.algerie-dz.com D'après le Maghreb le 7/08/2007

Anonyme (2000 2002) <http://www.aquamania.net/reportage-etude02.htm> (Le secteur de l'eau minérale en France reportages).

Anonyme1 (2000 2002) :<http://www.aquamania.net/reportage-etude05.htm>
(L'industrie des eaux embouteillées en France)

Edition du 13/01/2007, (Actualité par M.Zentar).

Site officiel de Nestlé Waters North America: www.nestle.com . (Tony Clarke, Inside the Bottled 2005).

Site officiel de groupe Danone: www.danone.com . (Tony Clarke, Inside the Bottled 2005).

Présentation de la commune de CHETTIA :

APC de CHETTIA

Présentation de la commune de BOUZGHAIA :

APC de BOUZGHAIA

ANNEXES

Arrêté du 24 Rabie Ethani 1421 correspond au 26 juillet 2000

Relatif aux spécifications des eaux de boisson préemballées

Et aux modalités de leur présentation

ARTICLE 1 : en application des dispositions de l'article 1^{er} du décret exécutif n°92-65 du 12 février 1992, modifié et complété, susvisé, le présent arrêté a pour objet de définir.

Les spécifications des eaux embouteillées et les modalités de leur présentation.

ARTICLE 2 : Au sens du présent arrêté, on entend par eaux de boisson préemballées, à l'exception de celles qui sont utilisées à la source dans les établissements de soin et de cure.

ARTICLE 3 : Une eau minérale naturelle est une eau possédant un ensemble de caractéristiques qui sont de nature à lui apporter des propriétés thérapeutiques.

Elle provient d'une nappe ou d'un gisement souterrain exploité à partir d'une ou plusieurs émergences naturelles ou forés.

Elle se distingue nettement des autres eaux destinées à la consommation humaine, par sa nature, caractérisée par sa teneur spécifique en sels minéraux, oligo-éléments ou autre constituants, par certains effets, notamment des effets thérapeutiques et par sa pureté originelle.

ARTICLE 4 : Les caractéristiques visées à l'article 3 ci-dessus doivent être conservées intactes en raison de l'origine souterraine de l'eau minérale naturelle qui doit être tenue à l'abri de tout risque de pollution.

Les caractéristiques essentielles, notamment de composition et de température à l'émergence, ne doivent pas être affectées par le débit de l'eau prélevée.

ARTICLE 5 : Les caractéristiques de qualité des eaux minérales préemballées doivent être conformes aux spécifications de l'annexe 1 du présent arrêté.

ARTICLE 6 : L'eau minérale naturelle, telle qu'elle se présente à l'émergence, ne peut faire l'objet d'aucun traitement ou d'adjonctions autres que ceux énumérés ci-après :

-la séparation des éléments instables, par décantation ou filtration, éventuellement précédée d'une oxygénation. Ce traitement ne doit pas modifier la composition de l'eau dans ses constituants essentiels.

- l'élimination de gaz carbonique libre par des procédés exclusivement physiques ;

-l'incorporation ou la réincorporation de gaz carbonique.

Ces traitements aux adjonctions ne doivent pas modifier les caractéristiques microbiologiques de l'eau minérale naturelle.

ARTICLE 7 : les eaux minérales naturelles préemballées sont mises à la consommation sous l'une des dénominations suivantes :

-« Eau minérale naturelle gazeuse » désigne une eau minérale naturelle effervescente dont la teneur en gaz carbonique, après décantation éventuelle préemballage est la qu'à l'émergence ;

-« Eau minérale naturelle non gazeuse » désigne une eau minérale naturelle qui, à l'état naturel et après traitement éventuel et préemballage ne contient pas de gaz carbonique libre en proportion supérieure à la qualité nécessaire pour maintenir dissous les sels hydrogénocarbonates présent dans l'eau ;

-« Eau minérale dégazeifiée » désigne une eau minérale naturelle qui a fait l'objet d'un traitement pour l'élimination de son gaz carbonique libre.

Après traitement éventuel et préemballage, cette eau n'est pas la même qu'à l'émergence et ne doit pas dégager visiblement et spontanément de gaz carbonique dans les conditions normales de température et de pression.

-« Eau minérale naturelle renforcée au gaz carbonique » désigne une eau minérale naturelle dont la teneur en gaz carbonique, après traitement éventuel et préemballage, est supérieure à sa teneur en gaz carbonique à l'émergence ;

-« Eau minérale naturelle gazéifiée » désigne une eau minérale naturelle rendue gazeuse, après traitement éventuel et préemballage, par addition de gaz carbonique d'une autre origine que la nappe ou le gisement dont elle provient.

ARTICLE 8 : L'étiquetage des eaux minérales préemballage doit comporter, outre les mentions prévues par le décret exécutif n° 90-367 du 10 novembre 1990 susvisé, les mentions suivantes :

- La dénomination de vente, conformément aux dispositions de l'article 7 ci-dessus ;
- Le nom de source ;
- Le lieu d'exploitation de la source ;
- Le pays d'origine, pour les eaux minérales naturelles importées ;
- La mention "contient des fluorures " lorsque la teneur en fluor dépasse 1 mg/l.

ARTICLE 9 : L'eau de source est une eau d'origine exclusivement souterraine, consommation saine et protégée contre les risques de pollution, apte à la consommation humaine sans traitement ni adjonction autres que ceux autorisés conformément à l'article 100 ci- dessous.

Elle doit être introduite au lieu de son émergence, telle qu'elle sort du sol, dans des récipients de livraison au consommateur ou dans des canalisations l'amenant directement dans ces récipients.

ARTICLE 10 : les caractéristiques de qualité des eaux de sources doivent être conformes à l'annexe 2 du présent arrêté.

ARTICLE 11 : Les eaux de sources peuvent faire l'objet de traitement ou d'adjonction relatifs à :

- La séparation des éléments instables et à la sédimentation des matières en suspension par décantation ou filtration. Ce traitement qui accélère le processus d'évolution naturelle ne doit pas avoir pour but ou effet de modifier la composition de l'eau :
- L'incorporation de gaz carbonique.

Ces traitements aux adjonctions sont réalisés à l'aide de procédés physiques, mettant en œuvre des matériaux inertes, précédés, le cas échéant, d'une aération.

Ils ne doivent pas avoir pour le but ou effet de modifier les caractéristiques microbiologiques de l'eau de source.

ARTICLE 12 : Les eaux de sources préemballées sont mises à la consommation sous l'une des dénominations suivantes :

- Eau de source ;
- Eau de source gazéifiée désigne une eau de source effervescente par addition de gaz carbonique.

ARTICLE 13 : L'étiquetage des eaux de sources préemballées doit comporter, outre les mentions prévues suivantes :

- La dénomination de vente, conformément aux dispositions de l'article 12 ci-dessus ;
- Le nom de la source ;
- Le lieu d'exploitation ;
- Le pays d'origine pour les eaux de sources importées.

ARTICLE 14 : les eaux de boisson, objet du présent arrêté, doivent être préemballées dans des récipients en verre, en polychlorure de vinyle et en polyéthylène téréphthalate, hermétiquement clos et propres à éviter toute possibilité de contamination.

Les récipients doivent être lavés et désinfectés, à moins que leur fabrication ne garantisse leur propreté et leur stérilité au moment du remplissage.

Al' exclusion de ceux qui serait fabriqués en continu ou livrés stériles, les récipients doivent être rincés avec une eau potable et égouttés, lorsque le dernier rinçage n'est pas fait avec l'eau de boissons à préemballé.

ARTICLE 15 : Les eaux de boisson, objet du présent, destiné à la vente au détail sont préemballées dans des récipients de contenance de 12,5 cl, 25 cl, 50 cl, 100 cl, 150 cl, et 200 cl.

ARTICLE 16 :L'entrée en vigueur des dispositions du présent arrêté est fixée à six mois à compter de la date de sa publication du journal officiel de la République Algérienne démocratique et populaire.

ARTICLE 17 : Le présent arrêté sera publié au journal officiel de la République Algérienne démocratique et populaire.

Fait à Alger, le 24 Rabie Ethani 1421 correspondant au 26 juillet 2000

Mourad

Université de SAAD DAHLEB BLIDA

Nom :

Faculté des sciences Agronomique et Vétérinaires

Prénom :

Département des sciences Agronomiques

Adresse :

Spécialité : Economie Agro-alimentaire

Code :

Questionnaire de pré-enquête sur la consommation de l'eau minérale dans la wilaya de Chlef

1- Classification des ménages :

1-1-Structure des ménages :

1.1.1- Taille des ménages et âge du chef du ménage :

	Types de ménage	Leur nombre	Leur âge
Ménage simple (nucléaire) sans enfants			
Ménage simple avec enfants			
Ménages traditionnels (famille élargie)			

1.1.2- Né à Chlef et ses environs immédiats ? oui non

Origine une autre ville ? Oui non

Origine de la compagne (zone rurale) ? Oui non

Ancienneté de résidence à Chlef ? -10 ans +10 ans

1.1.3- Niveau d'instruction du chef du ménage :

Non instruit Primaire Moyen Secondaire Universitaire

2- Structure socio professionnelle du chef du ménage :

2-1- Catégorie socio professionnelle des ménages :

a- Sans emploi

c- Ouvrier

g- Autre

b- Agriculture

d- Employé

g1- Médecin

b1- Chef d'exploitation

e- Cadre

g2- Avocat

b2- Ouvrier

f- Enseignement

g3- Commerçant

h- Profession libérale

2-2- Revenus des ménages :

Revenus (DA)	Sans revenus	-10000	10001 à 12000	12001 à 15000	15001 à 20000	20001 à 30000	+ 30001

3- Structure de la consommation de l'eau minérale :

3-1- Quelle est la place de l'eau minérale dans votre alimentation ?

Très importante Moyennement importante Peu importante Pas

3-2- Consommation quantitative des ménages :

a- Quelle est la quantité d'eau minérale achetée ?

Par jour par semaine par mois par occasion

b- Dans quelle situation vous achetez de l'eau minérale ?

- Préparation du lait pour enfant

- En cas d'un problème de santé

- Etat normale

c- Avez- vous un programme régulier de consommation de l'eau minérale, si non précisez les raisons qui perturbent votre consommation en eau minérale :

Le manque de revenus Autres Citez :.....

d- L'appréciation de qualité de l'eau minérale :

- Que pensez-vous de la qualité de l'eau minérale que vous consommez ?

Bonne Mauvaise pourquoi (sur quelle base) :

- Que pensez-vous de la qualité de l'eau minérale ?

Oui Non

- Quelle valeur lui attribuer vous ?

Valeur nutritionnelle Autres : Citez :.....

- Précisez-vous l'emballage actuel de l'eau minérale que vous achetez

Emballage Composition physico chimique Origine Autres

Citez :

Exploitez-vous les informations mentionnées sur l'étiquette ?

Oui Non

TABLE DES MATIERS

INTRODUCTION.....	1
Problématique et méthodologie.....	3
Partie 1 : SYNTHESE BIBLIOGRAPHIQUE	
CHAPITRE 1 : LE SECTEUR DES EAUX EMNOUTEILLES DANS LE MONDE.	
1-Législation et classification.....	8
1.1 L'eau minérale naturelle.....	8
1.2 L'eau de source.....	8
1.3 L'eau épurée.....	9
2-la consommation d'eau en bouteille en Europe.....	10
2.1 Le secteur de l'eau minérale en France.....	10
2.2 Les producteurs.....	11
2.3 Baisse du marché français	11
2.4. Les distributeurs propriétaires.....	12
2.5. Le segment des eaux gazeuses	13
2-6. Segmentation du marché selon les marques.....	13
2.7. La distribution	13
2.8. Les grossistes spécialisés en boissons	14
2.9. Les centrales d'achat	15
CHAPITRE 2 : LE SECTEUR DES EAUX EMBOUTEILLES EN ALGERIE	
1.Le secteur des eaux de boisson en Algérie.....	18
1.1 Réglementation et classification des eaux.....	18
2. le secteur des eaux embouteillées en Algérie.....	19
2.1. 14 Unités de production.....	19
2.2. Une part importante de marché	19

3. La sous-utilisations des capacités disponibles.....	20
3.1 Qualité des eaux.....	20
3.2 Les perspectives.....	21
3.3 Mise aux normes	21
3.4 Situation des entreprises d'eau minérale en Algérie	21
4. La production	22
4.1 La production par région	23
5. L'importation	23
6. Le marché national.....	24
7. Evolution de la demande et de la consommation de l'eau minérale	24
7.1 Evolution de la demande.....	24
7.2 Evolution de la consommation	25
8. La consommation des eaux de boisson commercialisées en Algérie.....	25
8.1 L'enquête de consommation.....	26
8.2 La consommation par région.....	26
8.3 La consommation par niveau de revenus.....	26
S/CH 1 : ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS D'ENQUETE DANS UN MILIEU RURAL (LA COMMUNE DE BOUZGHAIA).....	28
S/CH2 : ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS D'ENQUETE DANS UN MILIEU RURAL (LA COMMUNE DE CHETTIA).....	52
CHAPITRE 3 : ETUDE COMPARATIVE DE LA CONSOMMATION DE L'EAU MINERALE ENTRE : LA COMMUNE URBAINE (CHETTIA) ET LA COMMUNE RURLE (BOUZGHAIA)	72
CONCLUSION GENERALE.....	78