

UNIVERSITE KASDI MERBAH OUARGLA
Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie
Département des Sciences Agronomiques



Mémoire de Master Académique

Domaine : Sciences de la Nature et de la Vie
Filière ² : Sciences Agronomiques
Spécialité : Parcours et Elevage en Zones Arides

THEME

**PORTÉE DE LA FILIÈRE OUBAR CAMELIN EN ALGÉRIE :
DU SAHARA SEPTENTRIONAL ORIENTAL À LA STEPPE**

Présenté par :

M^{elles} GHRIBI Isra. & RABIA Hadil

Soutenu publiquement :

Le 22 /06 / 2023

Devant le jury :

M. CHEHMA A/Madjid	Président	Pr.	UKM Ouargla
M. SENOUSI A/Hakim	Promoteur	Pr.	UKM Ouargla
M^{elle} LATRECHE Amel	Co-promotrice	Doctorante	UKM Ouargla
M. OULAD BELKHIR Amar	Examineur	M.C. « A »	UKM Ouargla

ANNÉE UNIVERSITAIRE 2022/ 2023

Le présent **Mémoire de Master** est inscrit

Dans le projet de partenariat International intitulé :

Camel breeding systems: actors in the sustainable economic development of the northern Sahara territories through innovative strategies for natural resource management and marketing.



Entrant dans le cadre du programme **PRIMA**



Remerciements

Tout d'abord, je remercie Dieu le tout puissant de nous avoir donné le courage, la patience et la volonté pour atteindre notre objectif et faire aboutir cet humble travail.

Nos plus vifs remerciements à notre promoteur Pr. A/Hakim SENOUSI et comme co-promotrice M^{elle} LATRECHE Amel, d'avoir proposé ce thème de recherche et accepté de nous diriger et pour leur patience ainsi que leur confiance.

Nous sommes reconnaissantes pour leurs aides, leurs critiques constructives et leurs conseils qui nous ont été d'un apport capital.

Nous tenons à exprimer nos remerciements respectivement au Pr Chehema A/Madjid en qualité de président et Dr Oulad Belkhir Amor comme examinateur, d'avoir accepté de faire partie du jury et d'examiner notre travail.

Nos profondes gratitudes et nos remerciements à tout le personnel de la direction des services agricoles et les différentes subdivisions de la Wilaya d'Ouargla, Touggourt, Menia, Ghardaïa et El-Oued pour leurs accueils et leurs précieuses aides.

Nous remercions également infiniment tous les acteurs approchés lors de nos enquêtes pour leur collaboration.

Nos remerciement les plus sincères et plus chaleureux à tous les enseignants qui ont contribué à notre formation
Durant notre cursus universitaire.





Dédicace

Je tiens tous d'abord à remercier Dieu de m'avoir aidé à réaliser ce travail que je dédie :

À mes très chers parents que Dieu les Garde en bonne santé.

À ma deuxième maman **Ferial** et ma chère sœur **Imane** ainsi que leurs enfants.

À mes Frères : **A. Raouf, Ridha** et leurs enfants et **Zakaria** que Dieu lui accorde une belle progéniture.

À tous mes collègues et à notre promotion PEZA.

À Ma chère amie **Kamilia DAHDI** qui a été à mes côtés du le début jusqu'à la fin de ce travail.

À mes copines : **Hadil, Djouda, Sirine et Zineb**

HADIL





Dédicace

J'ai l'honneur de dédier ce travail à :

Mes très chers parents pour tout ce qu'ils ont fait pour moi ; pour leurs sacrifices et leur soutien.

Mes chers frères ; mes chères sœurs et mes amies.

Tous les membres de la famille **GHERIBI**, grands et petits.

Mon binôme : **RABIA Hadil** et sa famille.

Toute personne m'ayant aidé de près ou de loin dans la réalisation de ce travail.

Isra



Liste des tableaux

<i>Tableau 1 : Potentialités camelines dans les régions objet d'étude. (DSA, 2022)</i>	6
Tableau 2: les Producteurs enquêtés.	8
Tableau 3: Compositions du troupeau détenu par la propriétaire approche dans chaque région objet d'étude.	8
Tableau 4: Les transformateurs enquêtés.	9
Tableau 5: Les commerçants enquêtés.	9
Tableau 6: Les clients enquêtés.	9
Tableau 7: Appellation de dromadaire selon le stade de reproduction (Lakhdari.2021).	20
Tableau 8: Paramètre de reproduction chez le dromadaire.	21
Tableau 9: Prix de vente des camelins en fonction de la catégorie.	22
Tableau 10: Caractéristiques du poil camelin.	25
Tableau 11: Prix des produits élaborés.	43
Tableau 12: Prix de produits Ouabri commercialisés selon la nature du fil.	47
Tableau 13: Prix de différents produits commercialisés.	54

Liste des Figures

Figure 1: Localisation géographique des régions d'étude.....	6
Figure 2: Esquisse exploratrice de la méthodologie empruntée.....	12
Figure 3: Catégories d'âge des éleveurs.	14
Figure 4: Niveau d'instruction des chameliers.	15
Figure 5: Composition du troupeau selon le sexe.....	16
Figure 6: Populations élevées dans les troupeaux enquêtés.....	17
Figure 7: Aliments distribués au troupeau camelin en enclos.....	19
Figure 8: Vocation des élevages enquêtés.....	21
Figure 9: Prix de toison d'oubar en fonction de la catégorie animale.	27
Figure 10: Proportion des artisans selon le sexe.....	30
Figure 11: Catégories d'âge des artisans.....	31
Figure 12: Niveau d'instruction des transformateurs.....	31
Figure 13: Lieu de confection.	32
Figure 14: Types du poils achetés.	35
Figure 15: Catégories d'âge des commerçants.....	44
Figure 16: Sexe dans la commercialisation.	44
Figure 17: Matières textiles vendues.....	46
Figure 18: Types des produits Ouabri.....	47
Figure 19: Prix des produits commercialisés en fonction de la nature d'Oubar.	48
Figure 20: Identification des clients divisés par âge.....	53
Figure 21: Tendance à l'égard de produits en fonction de la nature des poils.....	54
Figure 22:Lieu d'acquisition des articles commercialisés.....	55
Figure 23: Circuit de filière Oubar.....	56

Liste des Photos

PHOTO 1: Sujet Sahraoui	17
PHOTO 2: Sujet Targui. élevage région d'Ouargla	17
PHOTO 3 alcool manuelle pour le pis Photo 4 : Désinfectant pour les mamelles	22
PHOTO 5 Photo N°05 : Parties corporelles les plus poilues	23
PHOTO 6: Matériel utilisé dans la tonte	24
PHOTO 7: Pratique de la tonte manuellement	25
PHOTO 8 : Toison brute d'adulte	26
Photo 9: Marché hebdomadaire de dromadaire (EL-Oued) Brahimi (2020)	27
Photo 10: Mise en vente d'une toison d'oubar Messaâd (W.de Djelfa)	27
Photo 11: Matériaux de transformation du poil	34
PHOTO 12: Echantillons de poils de dromadaire	37
PHOTO 13 : types des produits élaborés avec le matériel d'artisanat	39
Photo 14: le cardage d'Oubar par le khaddam	40
Photo 15: filage du poil	40
Photo 16: Tissage du poil	41
PHOTO 17: Produits Oubar semi-finis (Tissu de Kachabiya)	41
PHOTO 18 : Modèle de broderie sur une Kachabiya	42
PHOTO 19: Produit fini pur Ouabri	42
PHOTO 20 : Marché de Messaâd (Wilaya de Djelfa)	43
PHOTO 21: Boutique des produits vestimentaire – El-Oued	45
Photo 22 :Illustrations de produits dans deux régions	49

Liste d'abréviation

DSA	Direction des sources agronomiques.
FAO	Food and Agricultural Organization
OMPI	organisation mondiale de propriété intellectuelle
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
UNESCO	L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
DA	dinars Algerian
Kg	Kilogramme
Qx	Quintaux
L	Litre

Table des matières

REMERCIEMENT	II
Dédicace	III
Dédicace.....	IV
Liste des tableaux	V
Liste des Figures	VI
Liste des Photos	VII
Liste d'abréviation	I
Table des matières	II
Introduction	1
<i>Premier partie</i> :.....	1
<i>Démarche investigatrice</i>	1
Partie I. La Démarche Investigatrice	5
1. Objet de recherche	5
2. Méthodologie de travail	5
2.1. Objectif de l'étude	5
2.2. Choix de la région d'étude	5
2.3. Critères de choix des acteurs	7
2.3. Etablissement du guide d'enquête	7
2.5. Déroulement des enquêtes	10
2.5.1. Phase pré-enquête	10
2.5.2. Phase enquête proprement dite	10
2.6. Traitement des données collectées.	11
I.1.2. Niveau d'instruction :	14
II. Identification de troupeaux :	16
II.1. Composition du cheptel :	16
II.1.1. Selon le sexe :	16
II.1.2. Selon la population élevée :	16
II.1.3. Conduite d'élevage :	18
II.1.4. Vocation des élevages :	21
II.1.5. La toison cameline :	22

II.1.5.1. La Tonte	23
III. Devenir de la toison	25
III.1. Marché camelin	26
III.2. Commercialisation de la matière première : poil	27
III.1. Identification des artisans :	30
III.1.1. Sexe dominant :	30
III.1.2. l'âge des artisans :	31
III.1.3. Niveau d'instruction :	31
III.2. Infrastructures et instruments	32
III.3. Acquisition de la matière première :	35
III.3.1. Types de poils recherchés	35
III.3.2. Critères de choix du poil :	36
III.4. De l'état brut au produit fini ; étapes de transformation du poil :	39
III.1. Identification de commerçant :	43
III.1.1 L'âge des commerçants :	43
III.2. Origine de marchandise :	45
III.3. Les matières textiles les plus vendues :	46
III.3.1. Critères de choix des produits <i>Oubari</i> acquis :	46
III.3.2. Les types des produits <i>Oubari</i> vendus :	46
III.4. Prix des produits commercialisé :	47
III.5. Clientèle cible :	51
Chapitre IV : Le client :	52
IV.1. Identification du client :	52
IV.1.1. Age des clients :	52
IV.1.2. Sexe dominant :	53
IV.1.3. Critères de choix pour l'acquisition de produits <i>Ouabri</i> :	53
IV.2. Valeur marchande et pouvoir d'achat	53
IV.2. Type de poils des produits les plus sollicités :	54
IV.3. Lieu d'acquisition d'articles <i>Ouabri</i> :	55
I. Etat des lieux :	56
I.1. Points forts de la filière Oubar	56
I.2. Points faibles de la filière Oubar	56
II. Perspectives de promotion de la filière oubar :	57
<i>Conclusion</i>	60

<i>Références bibliographiques</i>	65
<i>Annexes</i>	68
<i>Résumé</i>	88



Introduction

Introduction

Introduction

Le dromadaire est l'animal associé à des zones aux climats aride et semi-aride ; c'est l'image même du désert où vivent des communautés qui n'auraient pu se maintenir sans ce « compagnon » incroyablement adapté à un contexte environnemental extrêmement rude. En dépit des fortes contraintes induites par le milieu, le dromadaire permet par ses productions (lait, viande, travail et autres) la survie de populations souvent marginalisées (**Stiles, 1988**).

Le dromadaire, grâce à son comportement alimentaire particulier, reste la seule espèce d'élevage capable de valoriser ces vastes surfaces désertiques, tout en préservant cet écosystème très fragile. Sa physiologie digestive est entièrement orientée vers la valorisation des faibles ressources nutritives (**Faye, 2011**), ceci contribue à la meilleure valorisation des zones désertiques, caractérisées par les ressources fourragères, de faible qualité nutritive et une meilleure résistance pour affronter les modifications du climat, marquées par des sécheresses régulières (**Faye et al. 2012**).

En Algérie, l'élevage camelin revêt une importance capitale, voire très indispensable, au regard des efforts exercés par les éleveurs, d'une part, et de l'attention accordée par l'Etat à cet animal, notamment depuis l'aube des années 2000. Cela se manifeste principalement à travers l'évolution de ses effectifs comptés à plus de 234170 têtes en 2000 pour passer à 435214 têtes en 2021, dont 40765 têtes sont domiciliées dans la Wilaya de Ouargla (**DSA, 2022**).

La poly-fonctionnalité du dromadaire permet à la population autochtone de bénéficier de toute une gamme de produits (lait, viande, poil...etc.) et de services (selle, bât et course entre autres) à moindre coût. Cependant, face aux mutations socioéconomiques qu'ont connu les régions sahariennes, certaines fonctions ont perdu de leur importance (transport, poil) ou disparu (auxiliaire de l'agriculture). C'est dans ce sens que **Adamou (2008)** signalait déjà que le dromadaire a perdu de son prestige, en reculant devant les progrès de la civilisation, en tant qu'animal de transport (les dromadaires sont transportés sur des camions), mais il demeure, sans rival, un grand pourvoyeur en viande et en lait.

La filière cameline dont les vocations commencent par se dessiner via l'émergence de systèmes d'élevages inédits de type péri-urbains (**Faye et al. 2017**).

Par ailleurs, avec la mise en place en 2019 du Conseil Interprofessionnel de la filière cameline est venue au point nommé et c'est à l'image de celles relatives à la viande et au lait qui commence par prendre forme, alors que d'autres malgré leur importance sont encore à l'état embryonnaire et méritent une attention particulière ; le poil camelin en est une.

Introduction

Ludovic et al, (2011) ont rapporté que Etymologiquement, en 1380, la filière est présentée comme « un instrument destiné à étirer des fils » mais le terme renvoi aussi, dès 1243, à un processus de coordination entre commerçant en définissant les ordres de livraison avant échéance transmissible par voie d'endos dans les relations commerciales. Les travaux de **Milhau (1954)** sur la « liaison verticale des marchés agricoles » initient la contribution de l'économie rurale à l'élaboration du concept de filière. C'est à partir des années 1960 que l'emploi de ce terme se diffuse dans le prolongement des outils de comptabilité nationale mobilisés dans la formulation des politiques industrielles d'après-guerre (**Morvan, 1985**), notamment avec la création de la *Revue d'Economie Industrielle* en 1977. La filière est une catégorie économique alternative et complémentaire à la notion de branche ou de secteur proposant un découpage du système productif pour mieux comprendre les dynamiques d'émergence, de déclin et de reconfiguration de ses composantes. Le découpage repose sur la mise en évidence de relations privilégiées entre certains agents économiques, du point de vue technique (relation *input-output*), organisationnel (intégration, spécialisation) et des formes d'échange (concurrence, monopole).

C'est dans cette optique que **Senoussi. (2009)** avait révélé que le poil issu des camelins de la steppe demeure le mieux apprécié et le plus recherché. Tout comme la laine ovine, il n'a pas de substance médullaire, il tient à la peau par un certain nombre de poils jarreux et n'acquiert pas une certaine longueur s'il est laissé sur l'animal, au contraire il tombe spontanément lorsque l'animal n'est pas tondue. La tonte ait lieu une fois par an lorsque le temps n'est pas très froid et pas très chaud (fin printemps début d'été). Les nomades trouvent en *l'oubar* une matière première pour la fabrication de divers produits ; vestimentaire, tapisserie et confection de tentes, sacs et entraves Le poil du dromadaire a une très bonne valeur marchande. C'est l'œuvre des hommes, alors que le rôle de la femme se limite au filage du poil.

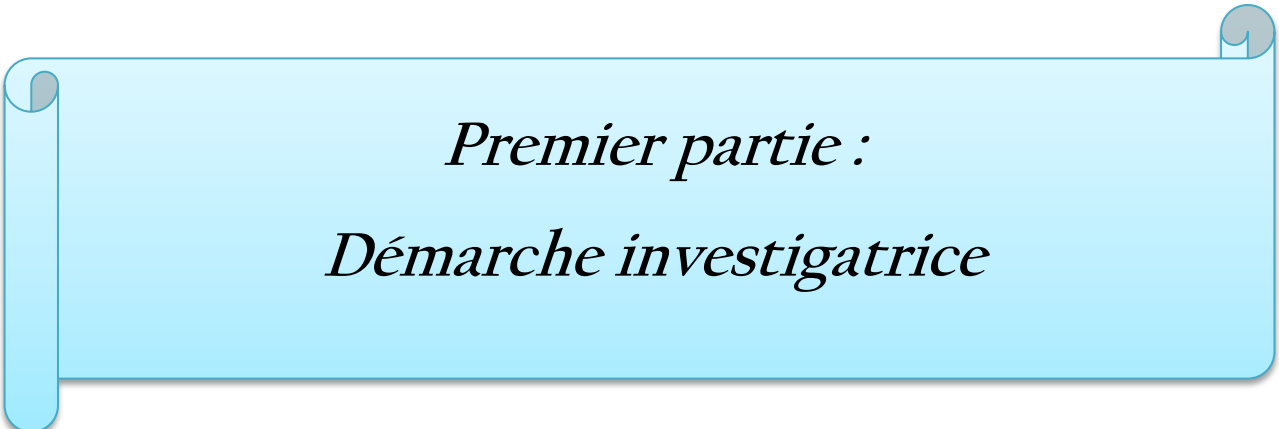
Dans ce sens que s'inscrit cette étude qui tente de mettre en évidence les différents maillons de la filière poil camelin. C'est d'un espace à un autre ; depuis le Sahara Septentrional Oriental, (représenté par la région de Ouargla) jusqu'aux steppes algériennes (Djelfa) et du co-produit poil récolté à l'état brut jusqu'à sa valorisation en divers produits finis. Autrement dit, c'est de toute la chaîne de valeur qu'il s'agit de comprendre, de suivre la destinée de l'oubar et d'apprécier sa finalité.

Qui sont les acteurs d'amont et d'aval intervenant dans la filière poil camelin ? De quelle complémentarité spatiale à mettre en évidence ? Par quel canal est opérée la

Introduction

valorisation du poil camelin ? Dans quelle dimension pourrait-on passé, en termes de transformation, du niveau ménage à l'échelle industrie artisanale ? Dans quelle mesure la filière oubar serait créatrice de richesse à l'échelle régionale ?

Autant d'interrogations à la quête d'authentiques réponses révélées des suites d'investigations de terrain.



Premier partie :
Démarche investigatrice

Partie I. La Démarche Investigatrice

1. Objet de recherche

Le présent travail repose principalement sur un questionnaire préétabli, afin de répondre à l'objectif principal assigné par l'étude tout en mettant en évidence les différents maillons constitutifs de la filière poil camelin via un voyage le menant depuis le Sahara Septentrional jusqu'à la Steppe Algérienne et de son état brut jusqu'aux produits finis élaborés. Le suivi de la chaîne de valeur, de la source via production du poil camelin, en passant par sa transformation jusqu'à la commercialisation avant acquisition du produit fini en approchant différents acteurs intervenants dans les quatre principaux maillons constitutifs de la filière, en l'occurrence les chameliers, les artisans, les commerçants et les clients.

2. Méthodologie de travail

L'approche investigatrice en termes de méthodologie de travail se résume à travers les étapes chronologiques suivantes.

2.1. Objectif de l'étude

La formulation de l'objectif est basée sur l'exploitation d'informations aussi diverses de nature bibliographique portant sur la thématique, à travers la collecte de données antérieures relatives à l'espèce cameline traitant de la filière poil camelin.

Le fonds documentaire est constitué de diverses sources à l'instar des statistiques, cartographie, rapports, monographie, mémoires, thèses, publications et communications actées. Par ailleurs, l'approche des structures technico-administratives est d'un intérêt capital quant à l'actualisation de données existantes.

2.2. Choix de la région d'étude

L'étude a été menée dans une grande région du Sahara Septentrional Oriental Algérien représentées par Ouargla, Touggourt, El-Oued, Ghardaïa, El-Menia, et une seconde incarnée par l'espace steppique à travers M'sila et Djelfa, (**Figure N° 01**).

Le choix n'est pas fortuit, mais volontairement dicté sur des régions à vocation potentiellement cameline où l'effectif est à hauteur de **99958 têtes** et réputées par la récupération du poil camelin destinés à usage textile et par ailleurs en remontant vers le Nord (steppe) où les produits finis textiles type artisanal sont à faire valoir.

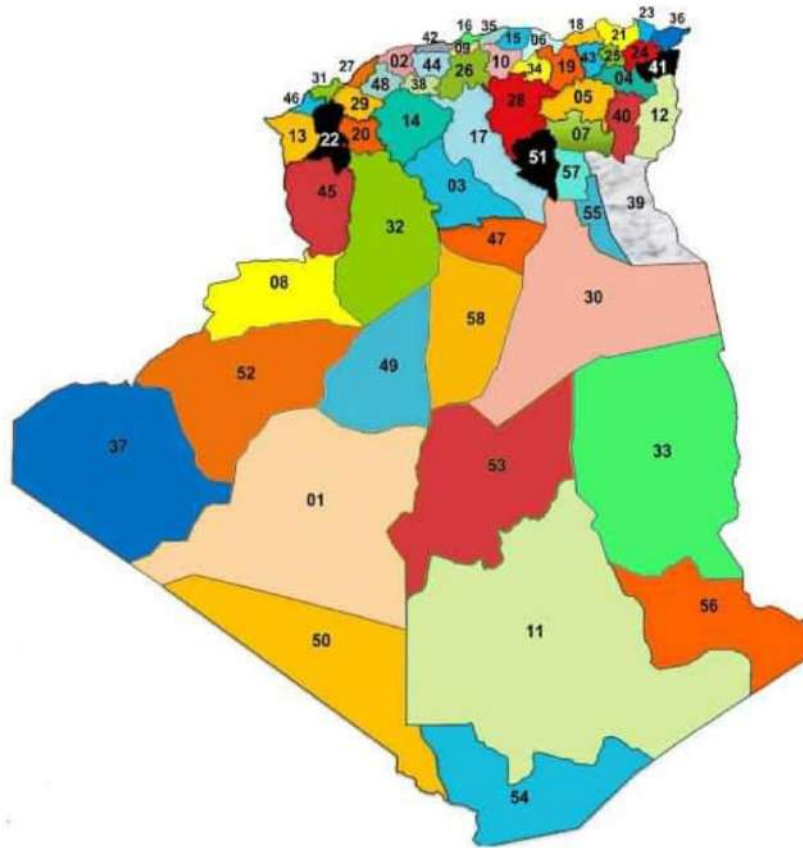


Figure 1: Localisation géographique des régions d'étude.

Codes régions : 17 : Djelfa. 28 M'sila. 30 : Ouargla. 39: El-Oued. 47: Ghardaïa. 58: El-Menia. 55 : Touggourt.

C'est un choix délibéré et dicté principalement par le potentiel camelin existant dans le Sahara Septentrional où la domestication de cette espèce est ancrée dans les pratiques quotidiennes des communautés locales. Outre de l'existence du plus grand marché camelin à l'échelle nationale dans la région d'El-Oued. Le **tableau N° 01** met en évidence les effectifs camelins dans chacune des wilayas concernées.

Tableau 1 : Potentialités camelines dans les régions objet d'étude. (DSA, 2022)

	Wilaya	Effectifs Camelins (têtes)
1	El-Oued	54 000
2	Touggourt	8 093
3	Ouargla	19 625
4	Ghardaïa	11 600

2.3. Critères de choix des acteurs

L'approche de différents acteurs intervenants dans la chaîne de valeur représentés respectivement par les éleveurs, les artisans outre des clients se profile via le recueil et l'acquisition au maximum d'informations crédibles. Autrement dit, le choix est dicté par deux critères fondamentaux, en l'occurrence

*i)- disponibilité des acteurs intervenant la filière *oubar*.*

ii)- facilités à l'accès de l'information demandée.

2.3. Etablissement du guide d'enquête

Le questionnaire est à base d'une trame d'entretien à quatre dimensions selon l'acteur et le segment dans la filière. (**Annexes N°1, 2,3 et 4**).

En se basant d'une part sur les renseignements recueillis auprès de personnes ressources (connaisseurs, responsables locaux) et d'autre part de ce que révèlent les écrits (sources documentaires), que nous avons élaboré une liste de questions à poser à travers un formulaire préétabli constitué d'une série de questions fermées (réponses directes par oui ou non, ou à réponses multiples).

Les sections du questionnaire, adaptées à chacun des acteurs, traitent les aspects suivants :

- informations générales liées au chamelier en sa qualité de pilote du système d'élevage ;
- informations ayant trait à la structure du troupeau et aux productions afférentes ;
- données relatives à la production de poils proprement dite ;
- dimensions de transformation du poil en produits semi-finis ou finis :
 - au marché et à la commercialisation de produits élaborés à base *d'oubar* ;
 - à la clientèle, dernier maillon de la chaîne de valeur.

2.4. Echantillonnage

Pour situer le premier maillon de la filière en l'occurrence la production de poils camelins, un total de seize (16) producteurs (chameliers) répartis sur quatre régions ont été enquêtés (**Tableau N°02**)

Tableau 2: les Producteurs enquêtés.

Région	Nombre des chameliers
Ouargla	13
Touggourt	01
El-Menia	01
El-Oued	01
Total	16

Par ailleurs la composition du troupeau, en termes de population élevée, de catégories animales et d'effectifs total détenus par chacun des propriétaires, est récapitulée dans le **tableau N° 03**.

Tableau 3: Compositions du troupeau détenu par la propriétaire approche dans chaque région objet d'étude.

	Propriétaire	Male	Femelle	Population élevée		Effectif total
				Sahraoui	Targui	
Ouargla	Troupeau 1	01	11	09	03	12
	Troupeau 2	01	45	41	05	46
	Troupeau 3	07	29	26	10	36
	Troupeau 4	01	24	17	08	25
	Troupeau 5	00	12	12	00	12
	Troupeau 6	01	06	07	00	07
	Troupeau 7	01	27	28	00	28
	Troupeau 8	12	18	23	07	30
	Troupeau 9	04	38	39	03	42
	Troupeau 10	06	13	18	01	19
	Troupeau 11	10	90	86	14	100
	Troupeau 12	02	45	47	00	47
	Troupeau 13	03	210	178	35	213
El-Oued	Troupeau 1	02	100	102	00	102
Touggourt	Troupeau 1	02	50	49	03	52
El-Menia	Troupeau 1	09	80	68	21	89
Total	16 troupeaux	62	798	738	110	860

Quant aux transformateurs (artisans) qui ont été enquêtés leur nombre est de 07 acteurs (04 hommes et 03 femmes) domiciliés dans quatre (04) régions comme le révèle le **tableau N° 04**.

Tableau 4: Les transformateurs enquêtés.

Région	Nombre de transformateurs
Ouargla	01
El-Oued	01
Ghardaïa	01
Djelfa	04
Total	07

Quant aux commerçants approchés, ils sont au nombre de cinq (05). Ce volet consiste à obtenir des informations relatives aux différents acteurs qui interviennent au niveau du maillon de la chaîne commercialisation, leur rôle dans la filière et leurs relations avec l'aval de la filière. (**Tableau N°5**).

Tableau 5: Les commerçants enquêtés.

Zone d'étude	Nombre des chameliers
Ouargla	02
Ghardaïa	02
Djelfa	01
Total	05

Par ailleurs, le dernier maillon de la filière poil camelin est abordé à travers les clients acquéreurs de produits finis. Ils sont quatre (04) personnes ; trois issus de trois régions du Sahara Septentrional et une (01) à M'sila, dont l'objectif réside à situer la place des articles ouabri camelins dans la gamme des autres produits textiles, notamment vestimentaires, outre du pourquoi de cette option. Ayant fait l'objet d'étude. Le **tableau N° 06** récapitule

Tableau 6: Les clients enquêtés.

Région	Nombre des clients
Touggourt	01
Ouargla	01
Ghardaïa	01
Msila	01
Total	04

2.5. Déroulement des enquêtes

Les enquêtes ont été entreprises durant la période s'étalant entre janvier et Mai 2023, dans quatre (04) régions du Sahara Septentrional et deux (02) autres steppiques. Cependant, cette phase a été divisée en deux phases :

2.5.1. Phase pré-enquête

C'est l'étape au cours de laquelle nous avons pu tester et réajuster le guide d'enquête. La quantité d'informations recueillies nous a permis de ponctuer la version finale du questionnaire.

2.5.2. Phase enquête proprement dite

Cette phase a concerné les quatre (04) types d'acteurs intervenant dans la filière :

1. *Le producteur (chamelier), révélé par les rubriques touchent aux éléments suivants :*
 - L'identification de l'éleveur et de son troupeau
 - La conduite de l'alimentation ;
 - La conduite de la reproduction ;
 - Les vocations de l'élevage.
 - La production des poils.

2. *Les transformateurs (artisans), les données collectées s'intéressent aux éléments suivants :*
 - L'identification de l'artisan ;
 - Les étapes de la confection des produits *ouabri* ;
 - Les produits élaborés ;
 - Le prix des produits élaborés.

3. *Les commerçants dont les informations collectées concernent les aspects suivants :*

- L'identification de commerçant ;
- Source d'achat des produits élaborés ;
- Critères de choix des produits *ouabri* achetées ;
- Types de produits *ouabri* vendus ;
- Lieu de vente ;
- Prix de vente des produits *ouabri* vestimentaires.

4. *Les clients, dont les questions touchent respectivement à :*

- L'identification du client ;
- Les critères de choix pour le produit *Ouabri* ;
- Prix d'achat.

2.6. Traitement des données collectées.

Au regard du nombre réduit des échantillons dans chacun des segments traités, les données recueillies ont fait l'objet d'analyse paramétrique type descriptif permettant de situer les points forts de la filière poil camelin et les freins auxquels elle fait face cette dernière.

Il s'agit certes d'un état des lieux à établir, mais on ne saurait rester à ce stade des pistes d'intervention dans chacun des maillons est indispensable, sous forme de perspectives en guise de développement de l'élevage camelin d'une part, et d'autre part de promotion de la filière oubar plus spécialement.

En somme, ainsi se profile globalement la démarche méthodologique adoptée selon la chronologie d'étapes empruntées, se voit récapitulée dans l'esquisse exploratoire qui suit (**Figure N° 02**) :

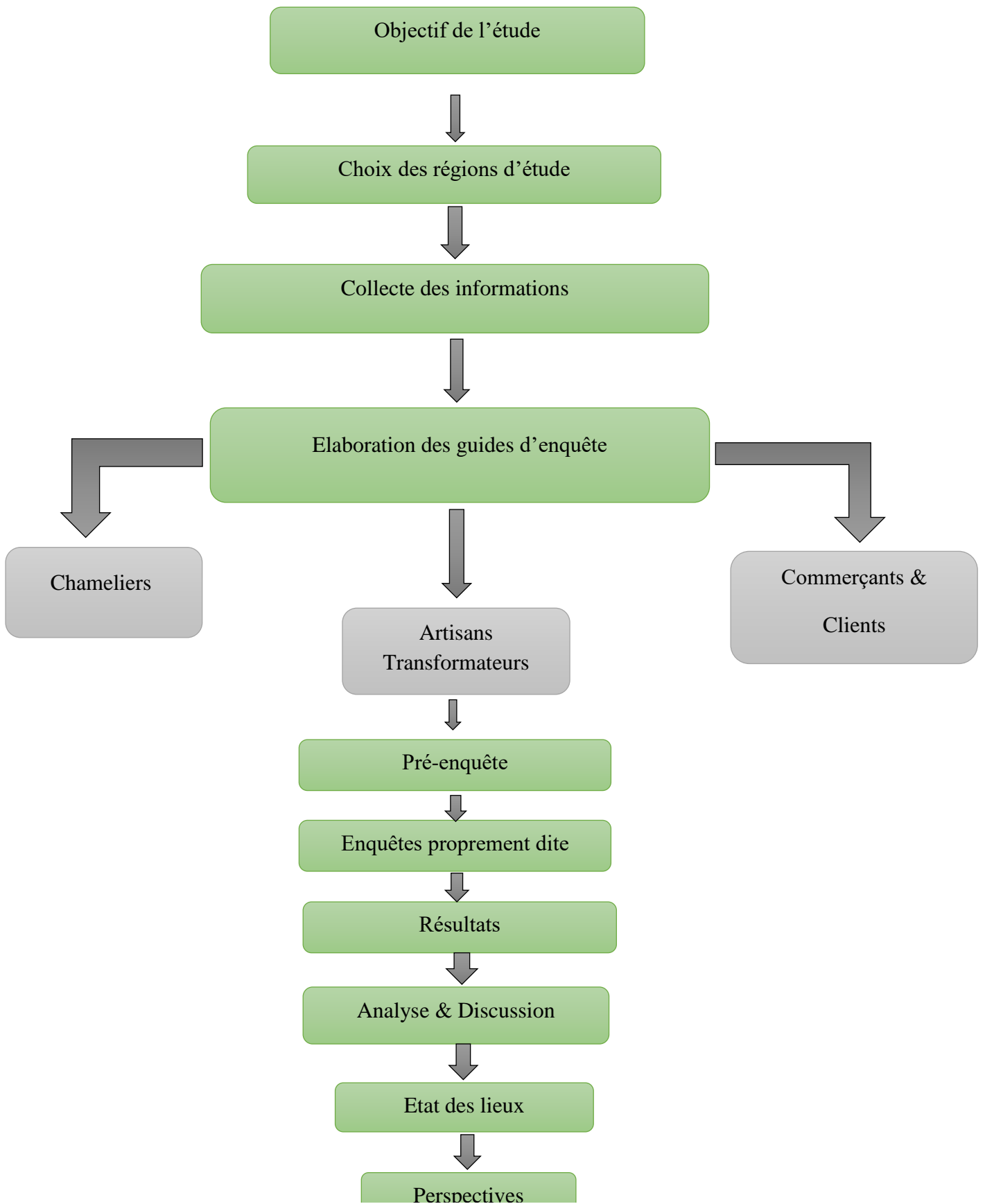
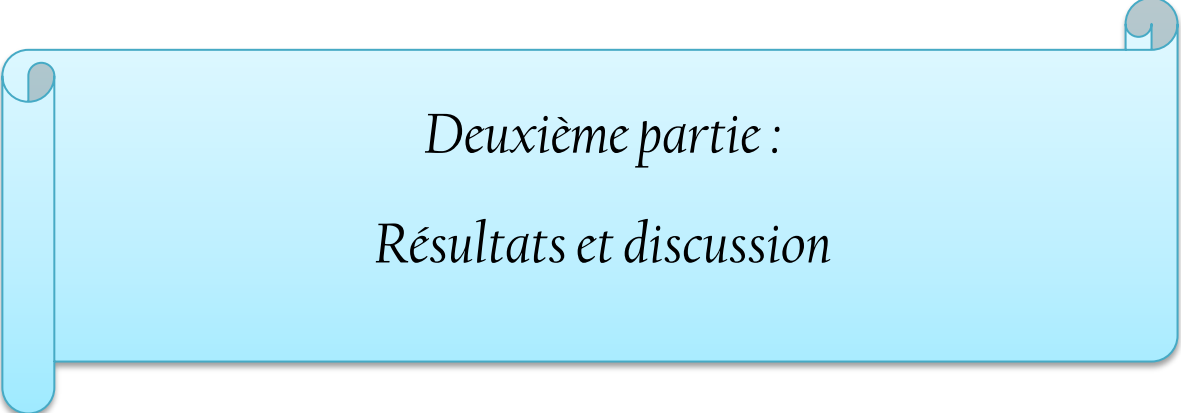


Figure 2: Esquisse exploratrice de la méthodologie empruntée.



Deuxième partie :
Résultats et discussion

Sur les pas du poil, d'une espèce réputée par sa poly fonctionnalité dans un environnement vulnérable et contraignant, révélé par ses qualités. C'est en termes de suivi de la chaîne de valeur d'oubar que les investigations menées d'une région à une autre et depuis sa source, l'élevage, en passant par sa transformation jusqu'à son acquisition sur le marché comme produit fini.

Chapitre I :
Le producteur

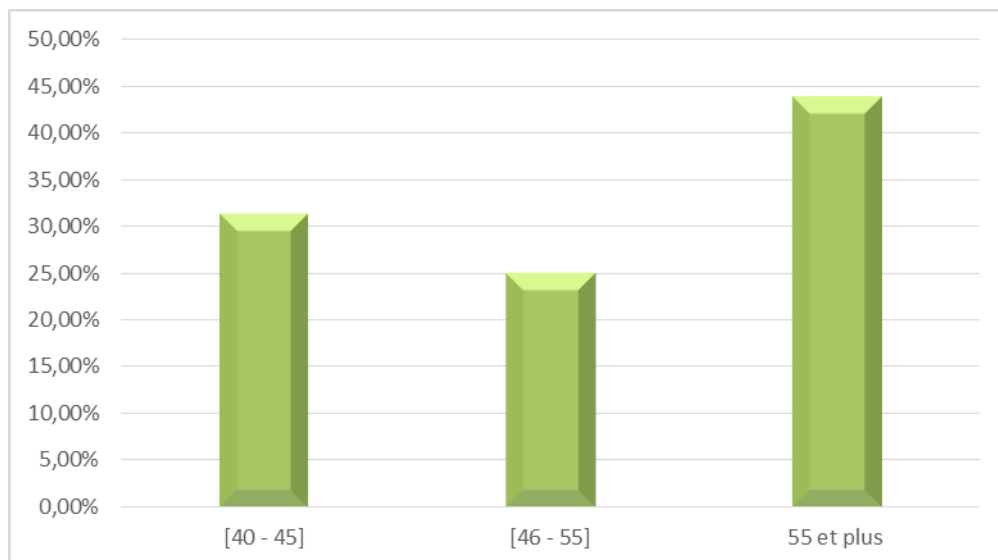


Figure 3: Catégories d'âge des éleveurs.

La figure N° 03 permet de relever que éleveurs approchés sont très proches très proches avec toutefois une majorité (près de 44 %) pour la 3^{ème} catégorie. Cette situation est révélatrice du maintien de l'élevage camelin comme pratique faisant partie des traditions locales, mais aussi de l'importance que revêt cet animal comme capital.

Ces résultats concordent avec ceux signalés dans le Sahara Septentrional Oriental, respectivement à Ouargla par **Bedda (2014)**, Ouargla, Ghardaïa et Biskra par **Bedda (2020)** et par **Brahimi (2021)** dans la région du Souf, où la catégorie d'âge prédominante est celle représentée par les chameliers âgés.

Par contre dans la région de Ouargla où **Bedda (2014)** a signalé que 57 % des éleveurs ont plus de 60 ans, 33% éleveurs dont l'âge est compris entre 35 et 60 ans et 10 % seulement ont moins de 35 ans.

Par ailleurs, dans la wilaya d'El-Oued 15.16 % des éleveurs sont âgés de moins de 40 ans et 12.12 % [40 à 50 ans], Quant aux éleveurs âgés, 50 à 60 ans, ils sont représentés par 21.21% ; alors que la catégorie des vieux chameliers 60 ans et plus détient la part du lion avec une proportion s'élevant à hauteur de 51,52%. (**Bezziou, 2016**).

I.1.2. Niveau d'instruction :

Sur l'ensemble des chameliers approchés, le niveau d'instruction relevé s'avère très faible, dont 53% des éleveurs sont des analphabètes contre seulement 6 % de niveau primaire et 29

% ont fréquenté le moyen et 6 % de niveau secondaire ayant atteint la classe terminale, avec le même pourcentage dans le niveau universitaire. Cela explique que l'élevage camelin est pratiqué par toutes les catégories d'éleveur quel que soit leur niveau instruction, un niveau qui a tendance à s'élever au fure et à mesure et s'améliorer. (Figure N° 04).

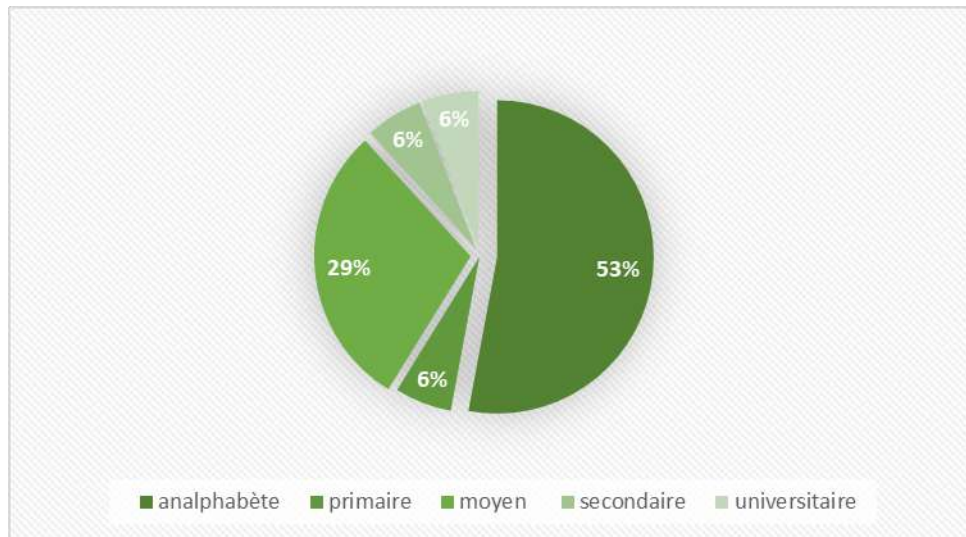


Figure 4: Niveau d'instruction des chameliers.

Contrairement à **Bedda, (2014)** qui a signalé dans la région de 15,28 % des chameliers instruits ont reçu respectivement un cursus scolaire au niveau des écoles primaires, 10,09 % de niveau moyen, alors que le niveau secondaire représente moins de 1% du total enquêté.

II. Identification de troupeaux :

La connaissance du troupeau du point de vue taille, composition, catégorie animale et population domestiquée outre de la conduite sont autant de paramètres d'intérêt capital aussi bien pour le maintien que la reproductibilité du cheptel.

II.1. Composition du cheptel :

II.1.1. Selon le sexe :

En ce qui concerne l'identification des animaux, on a noté que tous les élevages confondus enquêtés (16 troupeaux) détiennent un total de 806 têtes.

La **figure N° 05**) nous montre que la plus grande proportion des animaux correspondant aux chamelles avec un total de 798 têtes, contre 42 têtes pour les sujets de sexe male.

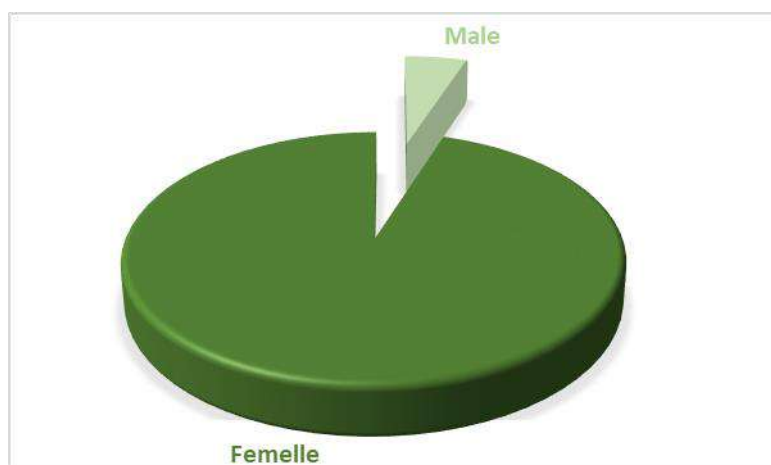


Figure 5: Composition du troupeau selon le sexe.

Ces résultats sont en accord avec ceux signalés par **Bouagga (2010)** dans la région de Ghardaïa et **Ouled laid (2008)** dans la région de Ghardaïa, révélant tous que la structure du troupeau, en général, est dominée beaucoup plus par des femelles.

II.1.2. Selon la population élevée :

Selon la **figure N° 06**, la majorité des troupeaux que nous avons visités sont représentés principalement par deux populations, Targui et Sahraoui avec prédominance pour cette dernière à hauteur de 86,72 %, soit 738 têtes et 13,28 % pour la première avec 113 têtes.

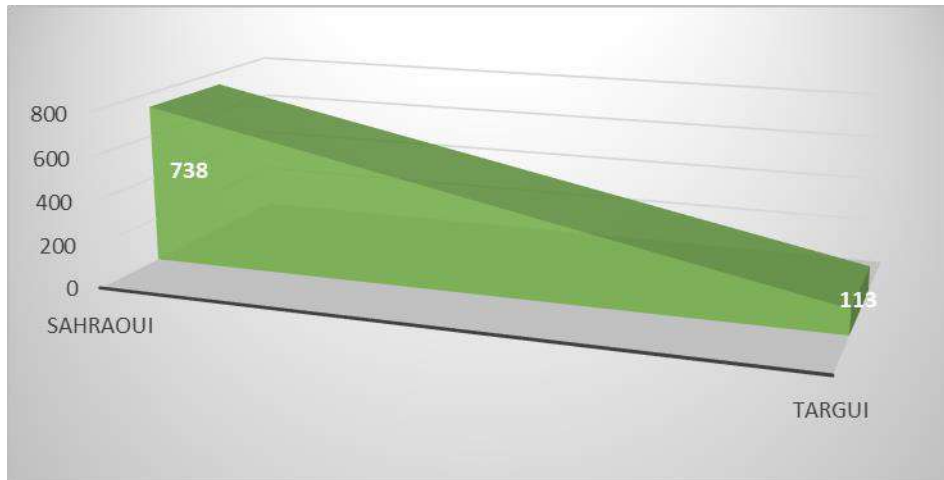


Figure 6: Populations élevées dans les troupeaux enquêtés.

Par ailleurs, à l'instar de ce qu'apportaient **Bendanya** et **Nouha (2016)**. La population Sahraoui représente 63.63% de l'ensemble des populations élevées, puisque c'est la plus domestiquée et s'avère aisément adaptée à la région (Ouargla). Alors que 36.36 % des éleveurs élèvent conjointement le Sahraoui et le Targui. **(Photos N° 1 et 2)**.



PHOTO 1: Sujet Sahraoui (élevage région d'Ouargla)



PHOTO 2: Sujet Targui. élevage région d'Ouargla

II.1.3. Conduite d'élevage :

Des suites des investigations de terrain, les résultats indiquent que tous les éleveurs enquêtés pratiquent les deux modes d'élevage : gardé au parcours et libre selon la disponibilité des plantes spontanées sur un parcours donné (lits d'oued, hamada, erg, reg, daya, sebkha) et la proximité des points d'eau.

a- Spécialisation de l'élevage :

D'après l'analyse des élevages, nous avons relevé 100% des élevages visités adoptent exclusivement l'élevage camelin. Aucune autre espèce n'est associée.

b- Conduite de l'alimentation :

L'alimentation c'est l'élément principal dans la conduite d'un élevage donné. **Senoussi (2021)** signalait que l'alimentation guide les grandes fonctions biologique et physiologique de l'animal, qui pour bien produire il faut bien nourrir.

le régime alimentaire du dromadaire est très diversifié, et est composé de 28 espèces broutées (dont 08 éphémères): *Ammodaucus leucotricus*, *Pancratium saharae*, *Pergularia tomentosa*, *Atractylis delicatula*, *Launia glomerata*, *Megastoma pusillum*, *Moltkia ciliata*, *Malcomia egyptiaca*, *Moricandia arvensis*, *Oudneya africana*, *Anabasis articulata*, *Anthrophytum scoparium*, *Cornulaca monacontha*, *Salicornia strobilacea*, *Ephedra alata*, *Neurada procumbens*, *Juncus rigidus*, *Asphodelus fistulosus*, *Limoniastrum guyonianum*, *Stipagrostis pungens*, *Stipagrostis obtusa*, *Stipagrostis plumosa*, *Randonia africana*, *Zyzyphus lotus*, *Tamarix aphylla*, *Tamarix gallica*, *Nitraria retusa*, *Zygophyllum album* (Mahma, 2020)

➤ Mode d'alimentation utilisée :

Les chameliers recourent principalement à un système à l'herbe (*extensif*) pour les cheptels en mode libre (h'mil), en faisant nourrir les animaux d'espèces spontanées, alors que pour les sujets gardés, ils sont menés dans des enclos où les aliments sont distribués selon les besoins animaux et la capacité de chaque éleveur.

Selon **Qaaro, (1997)**, ce type d'élevage est basé sur l'exploitation des ressources alimentaires situées à proximité de l'habitat fixe, et sur les produits de l'agriculture. Les troupeaux sont en général de petite taille.

➤ Type d'aliment distribué :

L'alimentation distribuée est à base d'orge, de rebuts de dattes, de pain, de foin, de son de blé, de paille et de luzerne. Les quantités sont distribuées de façon aléatoire, selon le régime alimentaire administré par chaque éleveur. Cependant la majorité des éleveurs distribuent de l'orge et/ou du son à hauteur de 2Kg par jour et par tête. (**Figure N°07**).

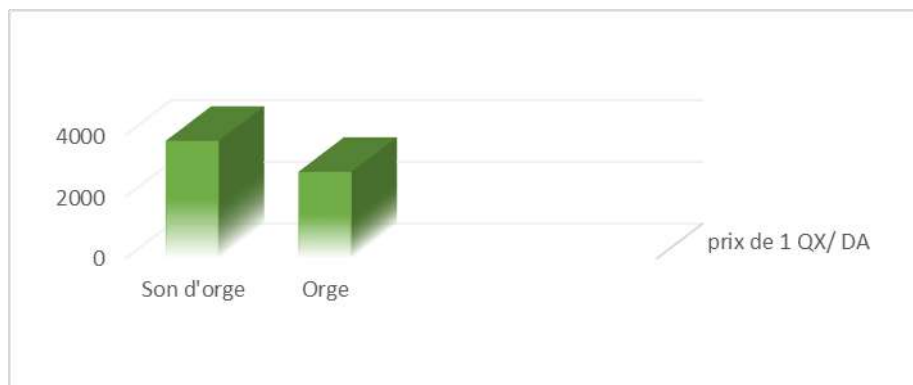


Figure 7: Aliments distribués au troupeau camelin en enclos.

c- Conduite d'abreuvements :

Les enquêtes menées auprès des élevages visités ont montré que les chameliers se basent dans l'abreuvement des animaux sur les points d'eau lorsque les animaux sont sur parcours. Cependant les fréquences d'abreuvement tiennent compte de la saison et du régime alimentaire distribué et de la disponibilité des puits sur parcours. 02 fois par jour durant l'été et dans l'hiver jour par jour par une tête mais notamment varie selon saison, disponibilité des points d'eau au parcours, la température et la végétation comme signalé (**Ben Islamane, 2021**).

d- Conduite de la reproduction :

La conduite de reproduction est indispensable quant à la réussite d'un élevage donné. Pour ce faire il y a lieu de bien reproduire, pour mieux produire. Le dromadaire est généralement considéré comme un animal à cycle de reproduction lent. La chamelle reproductrice fait un chamelon tous les deux ans.

Pour éviter les faibles performances de reproduction, il faudra prioriser des objectifs que la reproduction contribue à assurer au sein du troupeau dont : la survie d'espèce, la

reconstitution du cheptel, l'amélioration génétique, l'exploitation numérique et la production laitière (Faye.1997).

Par ailleurs la vie sexuelle d'un animal est fonction de la catégorie et c'est dans ce contexte que Lakhdari, (2021), a tenté de mettre en évidence les attributs récapitulés dans le tableau N°07.

Tableau 6: Appellation de dromadaire selon le stade de reproduction (Lakhdari. 2021).

Appellation	Stade physiologique	Sexe
F'hal	Reproducteurs La réforme à partir 18 ans	Males
Lagueha	Chamelle gestante	Femelles
Bakra	Chamelle gestante pour la première fois	
Froug ou Chayel	Chamelle non gestante	
Chayla	Chamelle non gestante accompagnée par son « houar »	
Khelfa ou Khelay	Chamelle accompagnée par son « Makhloul »	
Ksoube	Chamelle accompagnée par ses deux chamelons »houar » et « makhloul »	
Khouar	La bonne chamelle laitière	
Charef	Stades de la réforme à partir de 24 ans	

L'âge de la puberté de dromadaire est de deux ans chez la femelle, alors que chez le mâle il est de de 3 à 4 ans. Cependant à dire de la majorité des éleveurs que nous avons enquêtés, ils procèdent par la saillie naturelle à 3 ans d'âge pour les femelles et de deux ans pour les males avant de deux ans durant la saison d'hiver. La femelle est rarement mise à la reproduction avant 4 ans et le mâle avant 6 ans.

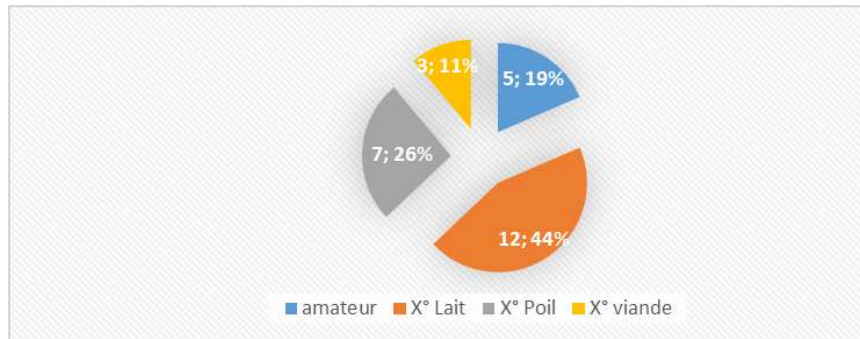
La gestation chez les chammelles de dromadaire dure environ 350 jours – 395 jours, elle mette bas pour la première fois dans 4 à 7 ans avec adaptation à l'altitude où les très froide, elle dure 5 à 7 heures. (Tableau N°08).

Tableau 7: Paramètre de reproduction chez le dromadaire.

Paramètre	Femelle	Male
Age de puberté	2 ans	3 – 4ans
Saillie naturelle	3 ans	5-6 ans
Mise à reproduction	3 ans	5 -6 ans
Gestation	Durée 345 – 395 jours	
Mise bas	3,5 – 7 ans	

II.1.4. Vocation des élevages :

La figure N° 08 a permis de montrer que la majorité des élevages rencontrés sont destinés pour la production de lait et dont 12,44 % sont en outre spécialisés dans la production de poil avec 7,26% qui sont professionnels contre 5,19% sont des amateurs, Ils ont acquis leur savoir-faire de leurs parents qui étaient eux même des éleveurs. Par ailleurs, rarement est rencontrée la production de la viande, 3,11% seulement.

**Figure 8: Vocation des élevages enquêtés.**

Tous les élevages enquêtés sont à caractère spéculatif lait de chamelles, L'éleveur procède par une traite manuelle 2 fois par jour en collectant 2 – 4 litres par jour. Lors de la traite, les mesures hygiéniques, lavage du pis et collecte du lait sont prises en considérations.



PHOTO 3 alcool manuelle pour le pis



Photo 4 : Désinfectant pour les mamelles.

D'après **Chehema (1987)**, les chamelles issues de la population sahraouie débutent avec une production laitière qui varie entre 6 et 10 litres par jour durant les 4 à 5 mois suivant la mise bas, et peut chuter au milieu de lactation jusqu'à 3 à 4 litres par jour.

Quant à la production de viande, la majorité des éleveurs indiquent que la viande de jeune est la plus demandée et préférée « *Makhloul* », bien prisée sur le marché est révélée par sa tendreté et couleur, conséquence de son prix élevée comparé à celui des autres catégories (**Table N° 09**).

Tableau 8: Prix de vente des camelins en fonction de la catégorie.

Catégorie	Prix de vente
Jeune	40000 – 90000 DA
Adulte	150000 – 200000 DA
Agée	100000 – 150000 DA

Par ailleurs, **Bendanya et Nouha (2016)**, ont apporté que les chamelons mâles sont vendus depuis l'âge de 6 mois à 4 ans, avec 30% d'âge de vente en 1an et 20% d'âge 2 ans.

II.1.5. La toison cameline :

La majorité des éleveurs tondent le poil sans sélectionner ou préférer une catégorie précise de sujets. L'essentiel est que l'animal puisse s'adapter à la saison, l'été. Chose qui corrobore avec les résultats signalés par **Oulad Belkhir, (2008)** selon lequel le processus de tonte aide l'animal pour se protéger contre les fortes chaleurs.

Les périodes de tonte varient selon les dires d'éleveurs, depuis le début de la saison du printemps à la fin d'été, soit entre les mois d'avril, mai jusqu'au mois de juin, où elle dure environ une demi-heure à une heure au cours de la journée.

Le poids de la toison varie en fonction de l'âge ; le chamelon donne une toison de meilleure qualité, alors que chez les femelles non gestantes, elle est beaucoup plus importante que chez les femelles gravides.

Senoussi, (2009), a signalé qu'en Algérie, le poids de la toison varie de 1 à 4 kg. ; Elle diffère en quantité, en qualité et en couleur selon les différentes régions où évoluent les camelins.

Dans la perspective d'apprécier la quantité du poil collecté, nous avons opéré au niveau des parties du corps de l'animal les plus fournies. Il s'agit respectivement de *l'arrière cou*, de *l'avant cou*, de *l'épaule* et sur *la bosse*. En ciblant ces parties, cela sous-entend récupérer le maximum de la toison (**Photo N°05**).

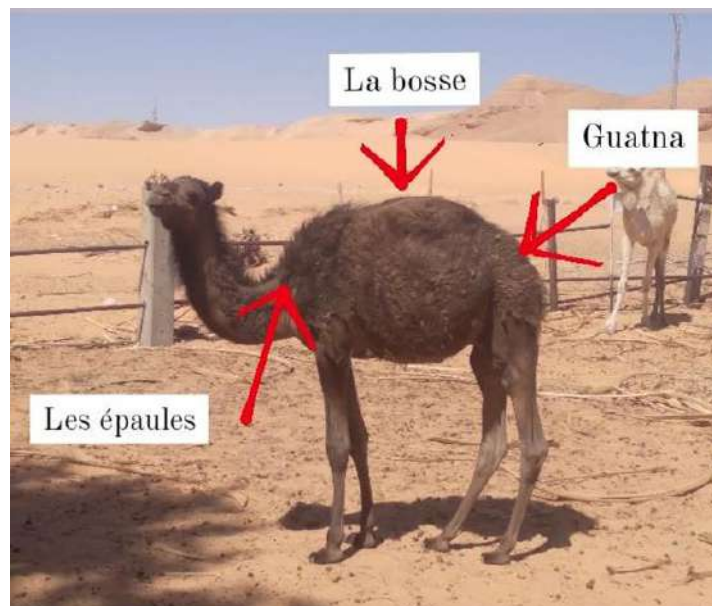


PHOTO 5 Photo N°05 : Parties corporelles les plus poilues

II.1.5.1. La Tonte

La production lainière est généralement plus faible et la tonte peu pratiquée, sauf en Asie Centrale, notamment au Turkménistan où la tonte est mécanisée. En Inde, la tonte demeure manuelle. Mais le plus souvent, la toison est récupérée en arrachant manuellement les fibres qui se détachent lors des changements de saison (**CIRAD, 2006**).

Selon **Aroua et Khinche (2020)**, au Maghreb, les animaux sont coupés au printemps, le dos et l'épaule des dromadaires sont les plus zones mieux fournies en *oubar*.

Les tontes sont opérées durant la période allant du mois d'avril jusqu'au mois de juin. On procède à la tonte des jeunes chamelons à partir de 12 mois, l'opération se pratique au couteau

ou ciseau, alors que **Dehane (2010)**, a signalé que la quantité de poil diffère d'une race à une autre, et de rajouter qu'en raison du prix élevé du poil, les méthodes de collecte *d'oubar* ont évolué grâce au rasage d'oubar à l'aide d'une tondeuse électrique.

a- **Technique de la tonte**

La tonte commence de la zone des épaules vers le dos après le ventre à l'aide de ciseaux, ou d'une tondeuse électrique. (**Photos N°06**).

La partie du corps la plus poilue est la bosse et la zone post-bosse (*Guatna*).

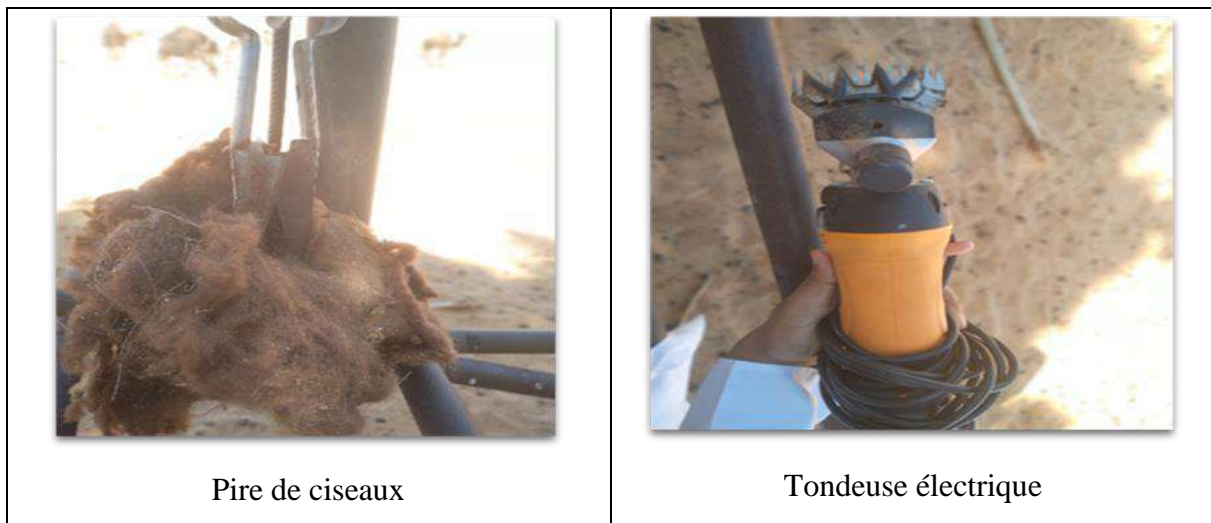


PHOTO 6: Matériel utilisé dans la tonte.

Hacini, (2019) a noté que lors de la tonte certains chameliers procèdent à prélever le poil de manière longitudinale ; de la bosse vers l'abdomen, alors que d'autres commencent par prélever le poil depuis les zones apicales ; depuis les jambes vers l'avant puis vers le reste du corps.



PHOTO 7: Pratique de la tonte manuellement

Une fois la tonte terminée, le corps est lavé avec l'eau de javel ou le vinaigre pour éliminer les parasites et les bactéries et contre la contamination et l'inflammation du corps. Certains chameliers procèdent par enduire le corps des animaux tondus d'huile en les gardant à l'ombre pendant un moment afin d'éviter l'éruption d'ampoules sous l'effet des rayons solaires.

b- Qualité de la toison et du poil

Signalée par **Lounis. M. Bourguiba. Ch, (1992)**, la toison des chameaux de la population sahraoui est complexe, que ce soit au niveau de la couleur ou du mélange entre poil et cheveux. Les cheveux semblent être peu nombreux, surtout chez les jeunes, variant entre 3 et 13 cheveux % du poil. Les adultes ont entre 15 et 28 cheveux % du poil, donc la qualité de poil est meilleure beaucoup plus lorsque l'animal est jeune, notamment durant la première partie de la vie animale. La qualité aurait tendance à se déprécier chez les animaux âgés.

Selon **Aroua et Khinche (2020)**, le poil de dromadaire (*oubar* localement) est réputé de bonne qualité, en particulier à cause de sa finesse et de son fort pouvoir isolant mais elle ne constitue qu'une partie de la toison ; les fibres représentant 85% de la toison alors que pour la laine il est relevé 70% de fibres. Si la production de poils augmente avec l'âge, la qualité de la toison diminue avec l'âge ; elle est supérieure chez les femelles par rapport aux mâles.

Le Tableau N°10 éclaire les caractéristiques du poil de dromadaire.

Tableau 9: Caractéristiques du poil camelin.

	Mâles adultes	femelles adultes	Mâles castrés	Jeunes
Taux de laine	76,2	79,8	83,6	88,3
Finesse (micron)	18,3	14,7	14,9	14,9
Densité du poil (par cm²)	2730	3205	320,1	4522

(Aroua et Khinche, 2020).

III. Devenir de la toison

Sitôt récupérée la toison, l'éleveur la vend le plus souvent à l'état brut sans nettoyage préalable soit sur le marché ou dans les magasins de mercerie. Dans le cas où l'éleveur n'est

pas intéressé par le poil, il le laisse tomber tout seul, et l'offre gracieusement aux personnes qui en ont besoin.



PHOTO 8 : Toison brute d'adulte

III.1. Marché camelin.

El-Oued, région réputée par excellence à vocation cameline dont l'élevage demeure ancré dans les pratiques quotidiennes de la population autochtone. L'existence de plus grand marché camelin à l'échelle national, outre du potentiel camelin (1^{ère} Wilaya à l'échelle du Sahara Septentrional) en témoignent davantage.

Le marché d'*El-Oued*, situé sur le chef-lieu de la Wilaya, spécialisé uniquement dans la vente de dromadaires, les principaux acteurs vendeurs et acheteurs procèdent par des tractations et transactions à l'égard des produits camelins.

Le marché hebdomadaire d'El-Oued est une source d'approvisionnement non seulement en sujets vifs, mais aussi en toisons camelines. Les investigations de terrain révèlent que **le Kg d'oubar** à l'état brut est cédé à **10 000. 00 D.A.** Cependant, il est à signaler que la toison est un mélange de poils issus de sujets de différentes catégories d'âge et de diverses populations.



Photo 9: Marché hebdomadaire de dromadaire (EL-Oued) Brahimi (2020)



Photo 10: Mise en vente d'une toison d'oubar Messaâd (W.de Djelfa)

III.2. Commercialisation de la matière première : poil

Lorsque la toison se profile dans le circuit de commercialisation, le prix est fonction de la catégorie animale. En effet, les investigations de terrain ont révélé que le poil issu des jeunes sujets serait plus prisé que celui de la toison d'adulte à cause de la finesse et propriété du poil. Ce qui sous-entend que la qualité du poil et le poids de toison régresse avec l'âge. (**Figure N°09**).

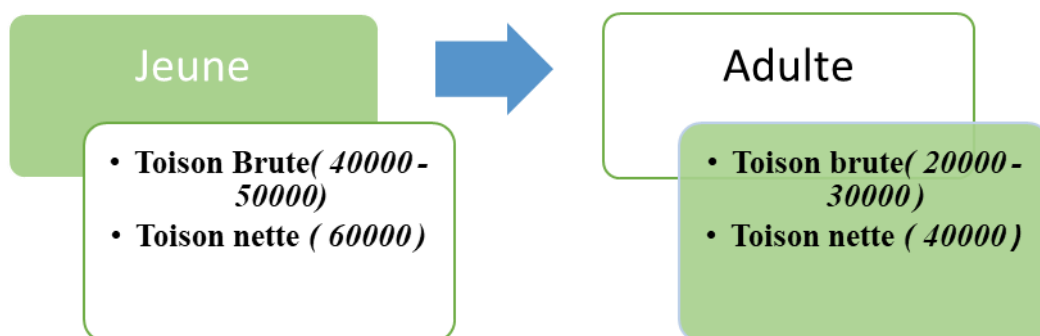


Figure 9: Prix de toison d'oubar en fonction de la catégorie animale.

On peut déduire de la figure N°09 que les prix oscillent en fonction de la catégorie animale et du poids de la toison.

Par ailleurs, **Brahimi (2021)** interpelle à une réorganisation des flux commerciaux qui, de prime à bord passent inévitablement par l'amélioration des conditions de commercialisation. La mise en place de véritables marchés camelins à proximité des zones de production et l'instauration d'un système de tarifications transparent tenant compte de critères bien définis

semblent être à la fois un régulateur du segment commercialisation mais aussi un créneau permettant le développement de la filière viande cameline au sens plein du terme.

Chapitre II :
L'artisan-transformateur.

Si le dromadaire demeure caractérisé par ses déplacements courants en valorisant les maigres pâturages, son poil connaît le même sort en le transportant depuis son milieu, ingrat et inculte certes, vers une destinée où l'emprunte artisanale est de mise. Autrement c'est entre l'espace du Sahara Septentrional, aire de prédilection du camelin, et celui de la steppe, berceau de l'artisanat, où est véhiculé l'oubar à l'état brut pour des transformations diverses en produits finis à haute valeur économique.

III.1. Identification des artisans :

Maillon intermédiaire entre le chamelier-producteur et le commerçant-vendeur ; c'est de l'artisan traditionnel qu'il s'agit.

Cet acteur fait appel à des techniques, des compétences et des connaissances traditionnelles spécialisées souvent très anciennes qui sont transmises de génération en génération (OMPI, 2016).

L'artisan c'est l'acteur qui effectue le travail manuellement sans l'aide des machines motorisées. Nos investigations ont porté sur 7 artisans-transformateurs du poil camelin qui nous ont permis de suivre les différentes étapes de transformation, de répertorier les produits élaborés, de situer les atouts, les menaces et les faiblesses qui sillonnent autour de la confection du produit *ouabri*.

III.1.1. Sexe dominant :

Bien que la figure N°10 montre que le pourcentage d'hommes supérieur soit supérieur à celui des femmes, il est à noter que pour les premiers sont des superviseurs du travail, alors que la quasi-totalité des opérations, depuis le lavage du poil jusqu'au tissage proprement dit sont du ressort des femmes.

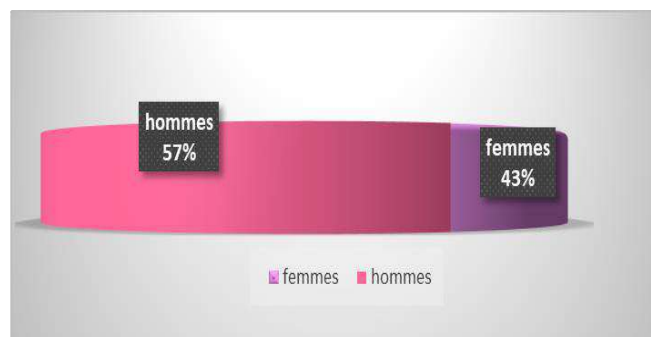


Figure 10: Proportion des artisans selon le sexe.

La plupart des hommes artisans font embaucher des femmes pour accomplir les différentes opérations mais rémunérées en fonction de la tâche qui leur est confiée en contrepartie d'un

salaire allant de 2000 DA jusqu'à 12000 DA par mois. Quant aux hommes, ils effectuent les ultimes étapes lors de la confection, telles que la couture, la broderie...etc.

III.1.2. l'âge des artisans :

Le critère âge est révélateur du maintien de l'activité et de l'attachement des acteurs autochtones aux métiers locaux, à la valorisation des produits locaux et au développement à la fois de l'industrie artisanale et la promotion de la filière poil camelin.

Deux principales catégories singularisent les artisans enquêtés :

- Catégorie 01 : incarnant un âge compris [35 – 45], représentée par 28,57% soit 02 artisans ;
- Catégorie 02 : dont l'âge [45 – 55], dominant et représentée par 71,43%, soit 05 artisans.

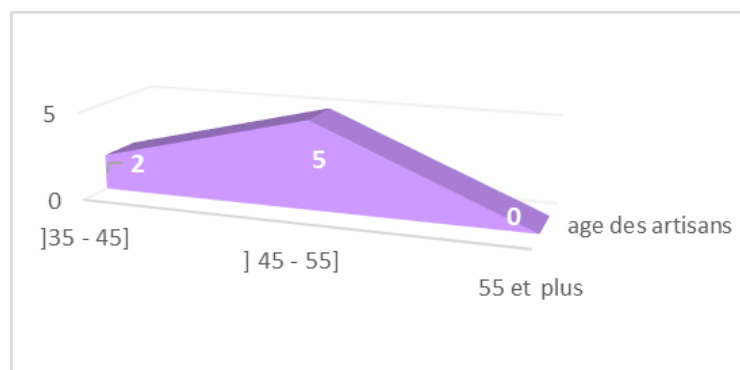


Figure 11: Catégories d'âge des artisans.

III.1.3. Niveau d'instruction :



Figure 12: Niveau d'instruction des transformateurs.

Le niveau d'instruction est un paramètre d'extrême importance du fait qu'il serait annonciateur des possibilités d'amélioration et d'introduction de nouveautés à la fois dans les techniques à appliquer et dans les produits élaborés et ce, dans la perspective de répondre aux aspirations et attentes et exigences-préférences de la société.

Les transformateurs approchés mettent en évidence différentes classes d'artisans selon leur niveau d'instruction. Ils sont respectivement deux artisans analphabètes, un artisan de niveau moyen, deux artisans de niveau secondaire et ainsi deux autres de formation universitaire.

La lecture des **figure N°11 et N°12** mettant en évidence respectivement la pyramide des âges des artisans et leurs niveaux d'instruction, révèlent que la plupart des acteurs approchés sont analphabètes et dont l'âge est supérieur à cinquante ans et plus.

III.2. Infrastructures et instruments

La confection de divers produits finis révèle la disponibilité d'infrastructures de base, il s'agit soit d'opérer à la maison, ce qui sous-entend l'échelle ménagère en exerçant au niveau du foyer familial ou bien de l'échelle méso lorsqu'on est doté d'ateliers de confection.

Dans cette optique que la majorité des artisans visités (72 %) opèrent à la confection dans leurs propres maisons, ce qui sous-entend le rôle que jouent les femmes au foyer. Par ailleurs, on a enregistré un seul artisan très célèbre, doté d'un grand atelier dans la région de Messaâd (Wilaya de Djelfa) dont le métier fut hérité de ses ancêtres, Il a pu monter une petite usine et développé les équipements de confections tout en employant de nombreuses femmes. (**Figure N°13**).

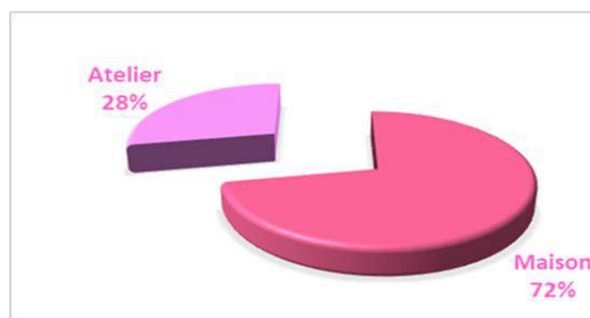


Figure 13: Lieu de confection.

Quant aux matériaux de tissage, les artisans sont dotés d'instruments traditionnels qui se résument dans ce qui suit :

 <p>El-Khallala</p>	 <p>Khaddam (cardage)</p>
 <p>Filage</p>	 <p>Legyam</p>
 <p>Sabraq (Macht)</p>	 <p>El-menssaj</p>
 <p>fil</p>	 <p>El-Rayth</p>



Photo 11: Matériaux de transformation du poil.

III.3. Acquisition de la matière première :

Les artisans sont approvisionnés en oubar depuis le berceau des dromadaires, c'est-à-dire le milieu de production, en l'occurrence les régions du Sahara Septentrional, potentiellement productrices de poils. A cette fin les investigations sont révélatrices de voyage Sud-Nord de la matière première (poil) pour alimenter régulièrement les artisans du textile via différents canaux :

- ⊖ Depuis la source de l'élevage, c'est-à-dire le chamelier ;
- ⊖ Via des intermédiaires ; acteurs dans la chaîne de distribution ;
- ⊖ Depuis le marché à bestiaux / camelin ;
- ⊖ Via des importateurs ; poils importés du Moyen Orient.

III.3.1. Types de poils recherchés

Le tissage révèle différents types de poils à acquérir, tenant compte de la nature du produit à élaborer. A cet effet, la qualité est prise en considération pour la confection d'un article donné, poil issu d'un jeune sujet, ou adulte, pur *ouabri* ou mélangé avec de la laine, voire synthétique sous attribut poil camelin. Cependant dans chaque cas de figure le prix d'achat de la matière première est à considérer et se voit récapitulé comme l'éclaire la figure N°14.

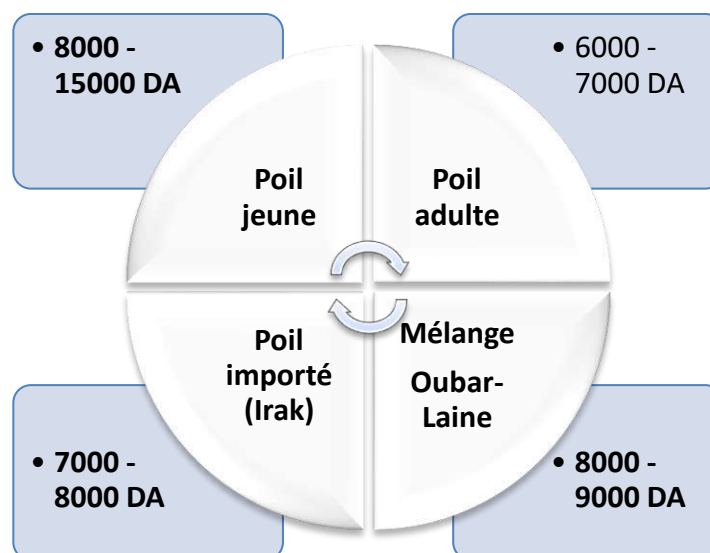


Figure 14: Types du poils achetés.

III.3.2. Critères de choix du poil :

A l'instar de ce qui a été rapporté au chapitre 01 Relatif à la **Qualité de la toison et du poil**, les enquêtes menées auprès des artisans-transformateurs se penchent sur les mêmes critères. On retient essentiellement les paramètres suivants ; la couleur, nature de la fibre, catégorie animale et population cameline.

a- Couleur :

En évoquant la couleur dominante chez la population cameline du Sahara Septentrional serait la rouge, ou d'autres couleurs mélangées mais qui tendent vers le rouge. (**Bedda, 2020**)

Par ailleurs **Oulad Belkhir, (2018)**, signalait que la couleur de la robe chez le camelin tient en compte de son contraste, à savoir le jaune clair, blanc, bleu et foncé (tend vers le noir). A cet effet, il a accordé les attributs suivants :

- ❖ **Hamra** : Animal de couleur marron.
- ❖ **Zarka** : Animal dont le corps marron avec des poils aux extrémités noirs donnant l'aspect gris foncé, et tendant vers le noir.
- ❖ **Iahdjel** : Animal dont le corps est rouge et les membres s'approchent du blanc.
- ❖ **Chaala** : Animal de couleur jaune foncé (entre le marron et le blanc).
- ❖ **Hamami** : Animal de couleur marron clair qui tend vers le gris.
- ❖ **Souda** : Animal dont le corps est exclusivement noir foncé, mais pas les membres.
- ❖ **Malhaa** : Animal aux corps et membres noirs foncés.
- ❖ **Safra** : Animal de couleur jaune bronzé, prenant la couleur de sable du désert.
- ❖ **Baidha** : Animal de couleur blanche.
- ❖ **Atra** : Animal de couleur jaune brillante.
- ❖ **Dakhna** : Animal de couleur sombre mais non noire.
- ❖ **Zerkaf** : Animal alternant le blanc avec d'autres couleurs (pie = tacheté), et dont les yeux sont bleus.
- ❖ **Achaal** : Animal dont la robe vire entre le jaune et le rouge.
- ❖ **El -khouar** : Animal appelé aussi *l'achehab*, qui prend la couleur de la cendre.
- ❖ **Chakraa** : Animal dont la robe est jaune clair, se rapprochant du blanc.
- ❖ **Rambi** : Animal de couleur noire et marron à poil dont la partie basale est marron et son apical noir.
- ❖ **Harcha** : Animal de couleur jaune avec des poils ondulés.

❖ **Lebaidi** : Animal marron foncé.

Aux yeux de la population d'artisans enquêtés, le poil recherché est celui de couleur rouge (*hamra*) qui s'avère de meilleure qualité et s'y prête pour un tissu destiné à la confection de vestimentaire de classe, à l'image de *Burnous* ou *Kachabia*. (Photo N°11).



Photo 12: Echantillons de poils de dromadaire

Par ailleurs, la couleur foncée (rouge) ou marron s'avère très demandée aussi bien par les artisans-transformateurs que les clients. Ces couleurs semblent parfaitement adaptées à l'environnement en termes de réflexions et rétention selon les fluctuations de températures.

b- Age :

Paramètre d'importance capitale dans le cycle de vie de l'animal dont les performances sont réalisées au fur et à mesure que ce dernier avance dans l'âge jusqu'à un certain seuil avant de les constater chuter de nouveau.

Le dromadaire à qui, lui sont accordés des attributs de catégories en fonction de l'âge, à l'image de ce qu'apportait **Brahimi (2020)** en mettant évidence ce qui suit :

- 1- ***El-Houar*** : chameleon de moins d'une année, avant sevrage ;
- 2- ***El-Makhloul*** : chameleon d'une année, non sevré mais qui complète son alimentation en broutant de l'herbe ;
- 3- ***Ibn-Laboun*** : chameleon de 2 ans, sevré mais qui reste toujours proche de sa mère ;
- 4- ***El-Hague*** : dromadaire de 3 ans, le mâle ayant acquis son format d'adulte et la femelle commence à rechercher le mâle ;
- 5- ***El-Jedaâ*** : dromadaire de 4 à 5 ans, ayant perdu toute sa dentition temporaire (dents de lait) ;
- 6- ***El-Theni*** : dromadaire de 6 ans ayant 2 dents permanentes sur la mâchoire inférieure ;

7- *El-Rebâai* : dromadaire de 7 ans ayant 4 dents permanentes sur la mâchoire inférieure ;

8- *El-Sedaïssi* : dromadaire de 8 ans ayant 6 dents permanentes sur la mâchoire inférieure ;

9- *El-Guareh* : dromadaire de 9 ans ayant 2 crochets sur la mâchoire supérieure ;

9- *El-Charef* : dromadaire de 10 ans et plus dont les dents ont été transformés en chicots, et qui bave continuellement.

Il est à noter qu'à partir de 10 ans, l'âge du dromadaire est déterminé approximativement par appréciation du degré d'usure de ses dents. Ces dernières prennent la forme de chicots puis tombent.

A 20 ans la moitié des dents disparaît, un déchaussement est constaté, par suite de la mastication continue et l'usure s'accélère induite par la qualité du pâturage et des conditions environnementales (rôle abrasif du sable).

Par ailleurs les investigations de terrain révèlent des préférences à l'égard du *Makhloul* considéré comme le meilleur comparé au reste du point de vue qualité du poil au regard de sa finesse, de sa douceur et de sa pureté vis-à-vis des impuretés.

c- Qualité.

L'artisan-transformateur cherche derrière la longueur et la finesse du poil pour élaborer des morceaux de tissu avant élaboration de produits finis.

L'appréciation de la longueur de la fibre est fonction de l'âge de dromadaire, alors que l'étude entreprise par **Khelifa (2019)** a permis de conclure que les valeurs de fibres grossières sont supérieures à celles d'oubar fin, mettant en évidence des valeurs allant de 7,09 cm à 10,04 cm pour le cas des fibres grossières et de 1,71 cm à 4,17cm pour les fibres fines.

La moyenne générale est de 5,75 cm pour l'ensemble des fibres (fine et grossière), avec 8,57 cm pour l'oubar grossier, et 2,94 cm pour l'oubar fin

d- Population cameline :

L'unanimité est portée sur les sujets issus de dromadaire sahraoui, très poilu comparé aux autres populations et dont le poil se caractérise par la prépondérance de fibres fines qui s'y prêtent facilement lors de l'opération de tissage.

III.4. De l'état brut au produit fini ; étapes de transformation du poil :

Les étapes de fabrication des articles *ouabri* vestimentaire expriment l'originalité et la noblesse chez le Masadi et le Naili.

Les produits finis sont rattachés aux notables célébrités de la communauté et ils sont encore aujourd'hui un lieu d'exigence et d'insistance pour leur qualité.



PHOTO 13 : types des produits élaborés avec le matériel d'artisanat.

L'élaboration d'un produit donné dont la confection exige de nombreuses étapes qui se résument principalement dans :

- 1- Triage** : le tri de poils purs issus de la catégorie de jeunes sujets, c'est de *l'Aguigua* qu'il s'agit de rassembler en un amas. Qualité ciblée par les artisans ;
- 2- Nettoyage** : après rinçage du poil, le séchage suit avant dépoussiérage de l'amas du poil ;
- 3- Purification** : enlever les éventuelles impuretés, jarres et épines.
- 4- Traitement préliminaire** : faire passer le tas du poil dans un matériel appelé (*al-sabraq*) afin de le ramollir. Cette opération est appelée aussi peignage.
- 5- Traitement secondaire** : passé au peigne fin via un matériel appelé *al-Khaddam*. C'est l'opération cardage proprement dite permettant de transformer le tas de poils en morceaux enroulés appelés (*al-Rayth*).



Photo 14: le cardage d'Oubar par le khaddam.

- 6- Filage** : le filage et le façonnage en fils fins en guise de préparation du processus de tissage.



Photo 15: filage du poil.

Tissage 01 : mise en place des fils soutenus par celui-ci (*El-gyam*), où sont posées verticalement 2 tiges en acier pour rendre les fils préparés horizontaux, se croisant avec lui. C'est le processus de (*Sadwa*). Outils pour tisser le bois : Ce sont deux planches qui sont placées horizontalement, une en bas et l'autre en haut, et aux extrémités de chacune il y a un endroit pour insérer le *Manata* verticalement.



Photo 16: Tissage du poil

- 7- **Installation** : Mise en place des fils supportés (à faire) sur le métier à tisser.
- 8- **Opération tissage proprement dite** : fil y a lieu de faire croiser les fils filés entre ceux positionnés horizontalement tout en les compactant au fur et à mesure à l'aide d'une manchette appelée « *Al-Khalala* » pour les empiler les uns sur les autres jusqu'à la fin du processus, en frottant et en mouillant la partie tissée jusqu'au bout avec un instrument appelé « *Karnaifa* ».
- 9- **Couture** : Une fois le processus de tissage terminé, le tissu est amené chez le tailleur/styliste pour la confection de multiples usages vestimentaires, entre autres *Burnous et kacha Biya*, cousus à la main ou avec une machine à coudre.



PHOTO 17: Produits Oubar semi-finis (Tissu de Kachabiya).

- 10- **Broderie** : à base de soie, pour en faire décor de l'habit, appelée (*el-Chayel et el-Kaitan*).



PHOTO 18 : Modèle de broderie sur une Kachabiya.

Généralement, la couture est opérée selon la qualité du tissage ou la préférence et l'exigence du client, un *Bernous* ou une *Kachabiya* sont tissés différemment, mais aussi le temps que prendrait la confection (Burnous nécessite beaucoup plus de temps).



PHOTO 19: Produit fini pur Ouabri.

Il est à noter que pour la confection de tout produit cousu à la main sa valeur marchande est plus chère.

III.3.3. Mise sur le marché

Une fois les opérations achevées et les prix sont fixés, les produits finis sont exposés et mis en vente sur le marché de Messaâd (plus grand à l'échelle nationale) sollicité par une clientèle,

qu'ils soient des particuliers ou commerçants d'artisanat, venue des quatre coins du pays pour s'approvisionner depuis la source et de manière régulière.



PHOTO 20 : Marché de Messaâd (Wilaya de Djelfa).

Par ailleurs les prix de tissus élaborés et de produits finis à base d'oubar sont récapitulés dans ce qui suit :

Tableau 10: Prix des produits élaborés.

Produits		Prix (DA)
Produit préfini	Le bobinage file	<u><i>Non vendue</i></u>
Produit semi-finis	Tissu Kachabia	<u><i>30000 – 40000 DA</i></u>
	Tissu Burnous	<u><i>50000 – 60000 DA</i></u>
Produit finis	Kachabia	<u><i>70000 – 100000 DA</i></u>
	Burnous	<u><i>120000 – 400000</i></u> <u><i>DA</i></u>

Chapitre III :
Le commerçant des produits
élaborés.

Le dernier maillon dans la chaîne de valorisation, c'est le maillon intermédiaire entre le transformateur et le client.

La commercialisation et la structuration de la filière semblent être l'élément-clé pour booster les activités génératrices de revenus. Les enquêtes entreprises auprès des marchés le confirment amplement, comme ils ont permis de constater que les femmes y sont pratiquement absentes dans les espaces réservés à ces produits.

III.1. Identification de commerçant :

L'identification de cet acteur est indicatrice, non pas seulement de la dimension marketing, mais surtout de l'attachement au commerce artisanal et des produits y afférent. Qui serait cet acteur économique ? De quelle catégorie est issu ? Comment est-il approvisionné ? Ce à quoi on tente de trouver réponses via les investigations de terrain.

III.1.1 L'âge des commerçants :

Sur la totalité des commerçants enquêtés, on remarque que l'âge moyen dominant est représenté par deux catégories : [30-40 ans] et [45 à 50 ans], représentées par deux (02) commerçants. En revanche le manque des commerçants âgés est symbolisé seulement par un seul commerçant dont l'âge est de plus de 50 ans, cela est due à la pénibilité de l'activité, au regard de l'éloignement des sources d'approvisionnement et de la régularité en provisions finies. (**Figure N°15**)

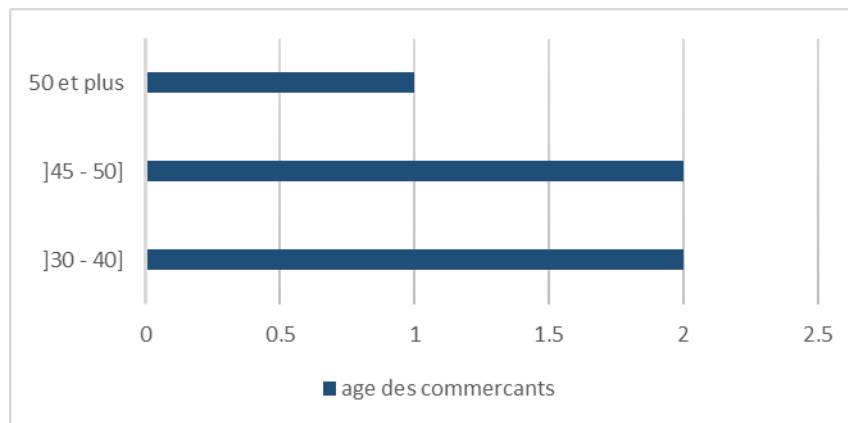


Figure 15: Catégories d'âge des commerçants

III.1.2. Le sexe dominant :

La plupart des commerçants sont de sexe masculin, il représente 100%, la femme constitue le maillon faible dans la commercialisation de produits artisanaux de manière générale et particulièrement ceux à base de poils camelin ; très peu sont les femmes commercialisent pareils produits. (**Figure N°16**).

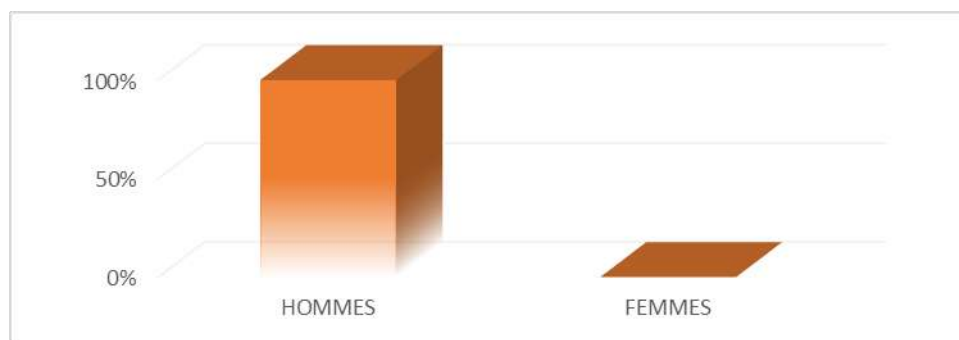


Figure 16: Sexe dans la commercialisation.

Benmebarek et al., (2013), ont signalé que le commerce de cette activité économique est une branche nettement dominée par les hommes malgré les efforts engagés par les femmes et cela, en raison des normes sociales dominantes.

Nos investigations, portant sur l'approche de quelques commerçants spécialisés dans l'écoulement d'articles vestimentaires *Ouabri* afin d'appréhender les articles plus vendus et les plus demandés.

Par ailleurs, les tâches inhérentes au marché sont du ressort de l'homme qui se voit comme étant le véritable chef d'orchestre.

Cette logique, qui fut clairement évoquée par **Naciri (2002)**, signalant qu'elle était et reste encore très largement marquée par une conception traditionaliste qui veut que les femmes restent cantonnées dans l'univers domestique, largement absentes de la vie publique et marginales dans les activités économiques et politiques

Par ailleurs, selon **Rodary (2007)**, l'homme qu'incombe la commercialisation des produits fabriqués par les femmes est propre à tout le Maghreb.

Quant à l'écoulement des étoffes, révélées que leur disponibilité tout le long de l'année sur les marchés hebdomadaires de la région de Djelfa et de Messaâd.

III.2. Origine de marchandise :

La source d'achat des marchandises d'articles *ouabri* chez auprès de la majorité des commerces se trouvant sur le marché national de Messaâd au niveau de la wilaya de Djelfa, où on peut trouver divers des articles de nature vestimentaire, qu'ils soient semi-finis (fil et tissu) et finis (kachabia et Burnous). En outre, les femmes artisanes sont exerçant dans l'informel sont aussi une seconde source d'acquisition de produits *ouabri*.



PHOTO 21: Boutique des produits vestimentaire – El-Oued.

D'après **Mguellati (2019)**, avait révélé que le marché de la région de Messaâd jouerait un rôle clé tout à fait particulier dans la commercialisation des produits de Tissage *Ouabri* à l'échelle nationale, régionale et locale, de sorte que la demande est caractérisée par une nette fragmentation entre les flux visant le marché local, et ceux destinés aux autres wilayas et pour l'exportation.

III.3. Les matières textiles les plus vendues :

Selon notre investigation, les commerçants auprès de qui nous avons enquêtés vendent les produits à base d'oubar dans 34% du total des matières textiles, puis vient en second lieu la laine avec 26% et 40 % pour le reste des matières textiles (avec respectivement 20% du cachemire et Vibram pour chacun).

Les matières textiles sont vendues selon l'appréciation des clients qui se basent sur plusieurs critères du choix.

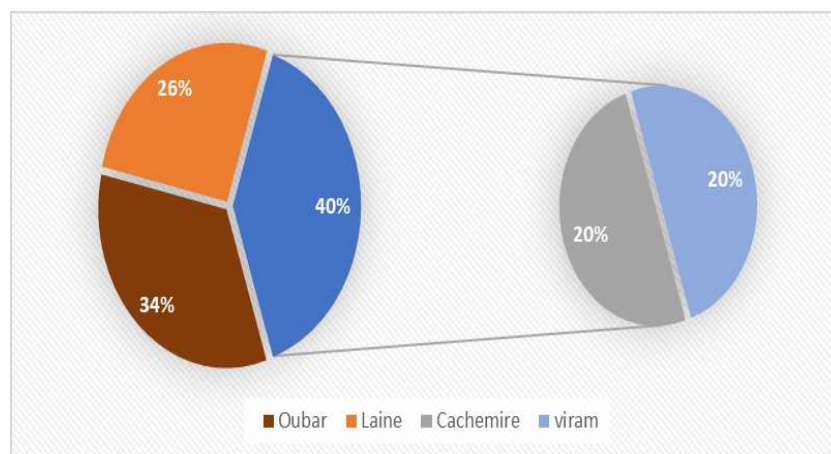


Figure 17: Matières textiles vendues

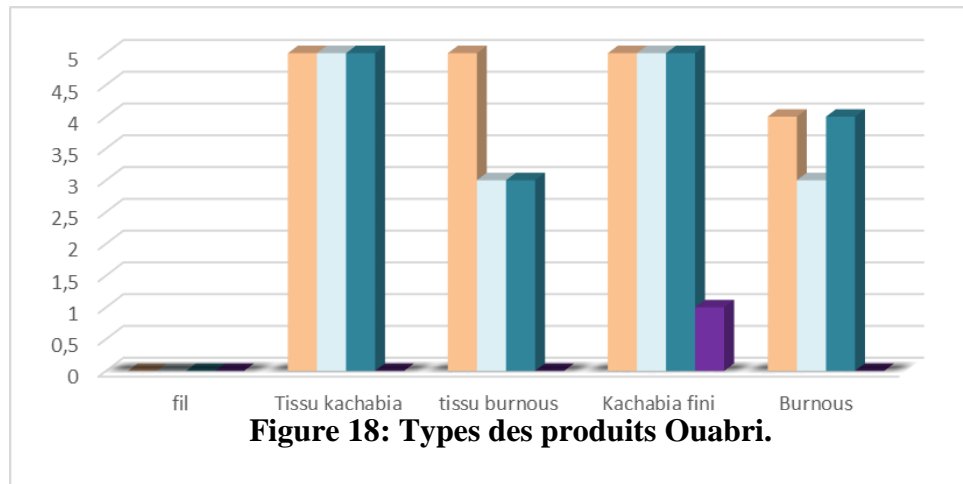
III.3.1. Critères de choix des produits *Oubari* acquis :

Selon notre enquête de terrain, nous avons obtenu des informations depuis les commerçants lors de l'acquisition des marchandises prenant en considération des critères lors du choix tenant compte de ce que veulent les clients, notamment la couleur des poils (*Hamra*) qui est la plus demandée et la plus vendue que ce soit au Sahara Septentrional Oriental ou en Steppe. Le deuxième critère réside dans la finesse du tissu confectionné.

III.3.2. Les types des produits *Oubari* vendus :

La plupart des commerçants enquêtés aussi bien dans les régions du Sahara Septentrional Oriental que celle de la steppe se basent sur la vente d'articles tenant compte du type de poil « *Aiguigua* » adulte ou mélangé avec de la laine ainsi que les produits finis à l'image de *burnous* et *kachabia*. Cependant, ils sont rares les articles vestimentaires destinés aux femmes ou ceux importés depuis la Chine. (Figure N° 18).

III.4. Prix des produits commercialisé :



Le fil est à la base du tissu *ouabri*, dont les prix sont fonction de l'origine et la nature du poil. Le prix le plus cher est celui du fil *Aiguigua*, étant de bonne qualité. Alors que celui issu de sujet adulte. Est relativement moins cher.

Par ailleurs, il est à signaler que les étoffes *Ouabri* sont particulièrement vendues assez chères dans les différentes régions du pays, reflétant le fruit de l'application des procédures et des savoir-faire traditionnels. **Mguellati. (2020)** signalaient que les prix ont enregistré une assez nette évolution entre le milieu de la décennie 1970 [...] et davantage durant la seconde décennie des années 2000.

Le tableau N°13 est indicateurs des différents prix des produits commercialisés :

Tableau 11: Prix de produits Ouabri commercialisés selon la nature du fil.

Nature Produits	Types	Prix (D.A)
-----------------	-------	------------

Fil	Aiguiga	[1200-1700]
	Sujet Adulte	
	Importé	
Tissu	kachabia Aiguiga	100000
	kachabia Adulte	[35000 – 50000]
	kachabia mélange	[15000 – 30000]
	kachabia matière importée	/
	Burnous Aiguiga	150000
	Burnous Adulte	70000
	Burnous mélange	55000
	Burnous matière importée	/
Produits finis	kachabia Aiguiga	160000
	kachabia Adulte	[50000 – 60000]
	kachabia mélange	[18000 – 28000]
	kachabia matière importée	[3000 – 4000]
	Burnous Aiguiga	250000
	Burnous Adulte	80000
	Burnous mélangé	[60000 – 70000]
	Burnous matière importée	/

Par ailleurs, le tissu, comme produit semi fini, serait capital dans la confection des articles vestimentaires. La **figure N° 19** est révélatrice de différence de prix des produits élaborés selon l'origine et la nature du tissu. Onéreux sont les tissus et les produits finis.

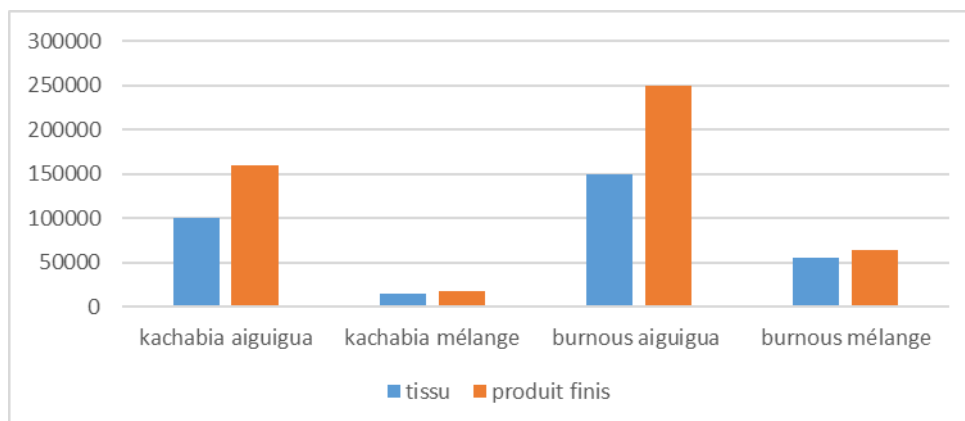







Figure 19: Prix des produits commercialisés en fonction de la nature d'Oubar.

Au demeurant, la qualité se paie, et les produits *ouabri* révélés par leur qualité avérée qui, à leur tour dépendent fortement de la nature du fil. Autrement dit, c’est de la fibre de poil qu’il s’agit et qui serait corolaire d’imperméabilité et de rétention de chaleur.

Des illustrations de produits (finis et semi-finis) écoulés dans différentes boutiques de produits artisanaux domiciliés dans deux (02) régions représentatives l’espace d’investigation, Ghardaïa (Sahara Septentrional Oriental) et Djelfa (Steppe), objet de la présente étude.

Photo 22 :Illustrations de produits dans deux régions.

Produits vendus	Région de vente	
	Ghardaia	Djelfa
Burnous		

<p>Kachabia</p>		
<p>Produits importés</p>	 <p>Kachabia importé de Chine</p>	<p>/</p>
<p>canadienne</p>	<p>/</p>	
<p>Robe Ouabri pour femmes</p>	<p>/</p>	

<p>Fil</p>	<p>/</p>	
<p>Tissu</p>		

III.5. Clientèle cible :

La matière textile la plus vendue dépend de l'envie de chaque homme, en réponse à ses propres aspirations en termes de produits de terroirs qui incarnent traditions de faire, originalité et spécificité de la région.,

Si la clientèle locale sollicite le produit local, il en demeure pas moins que la portée hors frontière via la diaspora ou les touristes, demeure une cible préférée du marketing. C'est dans ce sens que selon **Bensahel (2007)** a révélé selon une étude menée dans le Moyen-Atlas, que les l'intérêt d'initiatives touristiques ayant permis de développer à la fois un capital humain, outre du désir de connaître le vêtement d'une région donnée

En somme, les différents maillons constitutifs de la filière oubar révélés par une chaine certes présente dans le quotidien de la frange territoriale Sahara Septentrional Oriental- Steppe à travers un circuit informel demandant restructuration.

Chapitre IV :

Le client

Chapitre IV : Le client :

Il s'agit d'une personne qui reçoit de la part d'un commerçant, contre paiement, divers produits finis en guise de leur exploitation. Ce second acteur économique, acheteur, dispose de ce que lui propose le vendeur, second acteur économique, en opérant via des tractations, La satisfaction du client réside dans l'acquisition de biens répondants à ses aspirations en termes d'exigences et de préférences.

IV.1. Identification du client :

Dernier maillon dans la chaîne de valeur, le client n'est autre que cet ultime acteur qui agit à travers l'acquisition d'un quelconque produit textile fini de nature *ouabri* mais surtout révélé par son cachet traditionnel et artisanal.

Les investigations de terrain ont touché quatre (04) clients, choisis au hasard et répartis équitablement respectivement dans les régions de Ouargla, Touggourt, El-Oued et M'sila. Il s'agit de personnes acquéreurs de produits *ouabri*.

L'identification de cette catégorie est révélatrice de tendances de préférences à l'égard de produits confectionnés à base de poil camelin. Non seulement la dimension traditionnelle du produit qui est considérée, mais aussi des valeurs identitaires, d'appartenance et d'héritage depuis fort longtemps, tout comme l'originalité et l'élégance des habits élaborés au demeurant inégalés.

IV.1.1. Age des clients :

Les jeunes trouvent en ce type de vêtements l'authenticité, réservés beaucoup plus aux catégories sociales aisées et âgées, réduisent leur mobilité surtout avec l'avènement des produits synthétiques importés, à l'image de la *kachabia* et du *burnous* en laine ou en Vibram, dont le prix de l'unité oscille entre 2.000 et 3.000 DA seulement, soit 100 fois moins chers que ceux confectionnés localement et à base d'oubar.

C'est pourquoi nous trouvons la plupart des acheteurs d'e *kachabia* et *Burnous* parmi les personnes âgées entre [30 à55] ans se trouvant dans des conditions financières aisées.



Figure 20: Identification des clients divisés par âge.

IV.1.2. Sexe dominant :

Au regard des normes sociales dominantes qui régissent les communautés autochtones d'une manière générale, la société traditionnelle reste marquée par son aspect patriarcal, dont particulièrement les hommes au demeurant cantonnés dans les habits traditionnels. Cette culture n'a pas atteint les femmes dont l'intérêt se penche plutôt sur les tenues modernes.

IV.1.3. Critères de choix pour l'acquisition de produits Ouabri :

En Algérie chaque région a sa propre couleur de Ouabri préférée, par exemple à l'Est et spécialement aux Aurès préfèrent le doré de kachabia, alors que le noir et rouge se profilent à l'Ouest, et pareillement au Sud avec tendance vers El-Hamra, recherchée et demandée à l'échelle nationale.

D'autres normes telles que la source de produit dont la majorité des acheteurs préfèrent les produits du berceau (Messaâd-Djelfa).

IV.2. Valeur marchande et pouvoir d'achat

C'est aux alentours des années **1978** que l'étoffe *Ouabri* destinée pour la confection de la *kachabia* demeurait rare, et ce n'est que progressivement et assez récemment qu'elle s'est réellement généralisée.

Nos investigations sont révélatrices que le client qui achète un produit est plutôt orienté vers la force marketing. Les prix sont indicateurs de la valeur marchande d'un produit donné qui tiennent compte de la qualité et de sa large disponibilité. (**Tableau N°14.**)

Tableau 12: Prix de différents produits commercialisés.

Nature du produit		Prix (D.A.)
Kachabia	Oubar pur	[65 000 – 80 000]
	Mélangé avec de laine	[30 000 – 50 000]
Burnous	Oubar pur	[10 000 – 200 000]
	Mélangé avec de laine	[70 000 – 100 000]
Kachabia de la chine		[4000 – 4500]
Kachabia de Vibram		[3500 – 4500]

Les étoffes Ouabri en particulier sont vendues assez chères dans différentes régions du pays, ce qui reflète le fruit de l'application des procédures et des savoir-faire traditionnels. C'est dans ce sens que **Cherfaoui et al. (2010)** ont révélé que les prix ont enregistré une assez nette évolution entre le milieu de la décennie 1970 et la période actuelle.

La bourse de la clientèle demeure un facteur incontournable dans l'acquisition des produits *ouabri* qui ne peuvent être à la portée de tous. Leurs acquisitions auprès des couches sociales à capacités financières limitées relèvent de projets à prévoir sur la moyenne période.

IV.2. Type de poils des produits les plus sollicités :

Il a été constaté lors des investigations que trois (03) client interpellés ont tendance vers les produits soit à base d'oubar pur ou bien mélangé avec de la laine. Cependant, ont relevé qu'un seul client *naïli* de M'sila qui préféré les produits en pur ouabri. (**Figure N°22**).

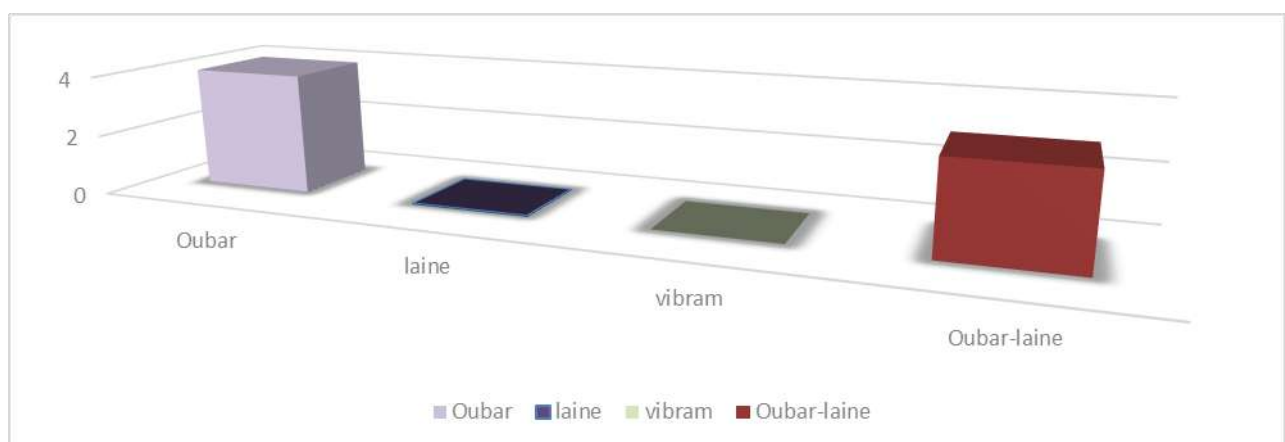


Figure 21: Tendance à l'égard de produits en fonction de la nature des poils.

IV.3. Lieu d'acquisition d'articles Ouabri :

La plupart des clients préfèrent acheter les produits à base d'oubar depuis la source d'origine, à l'image de Messaâd. D'ailleurs dans ce sens que **Mguellati et al.,) 2013**), l'avait si bien révélé que le marché national des étoffes *Ouabri* et de ses produits finis est localisé essentiellement à Messaâd.

Cette localité est par excellence un pôle de production des produits de terroir étroitement associé à sa dimension culturelle. Cependant, au regard du développement actuel que connaît le marketing, la plupart des acquéreurs procèdent par des commandes et service de livraison. Par ailleurs pour des clients rencontrant des difficultés à atteindre le marché ou à communiquer avec les commerçants, ils sollicitent les boutiques d'artisanat où sont domiciliés. Les enquêtes de terrain ont révélé deux (02) clients qui sollicitent le marché de Messaâd pour se doter en articles d'origine, alors que les deux (02) se voient indifférents par rapport aux lieux d'achat. **(Figure N°22).**

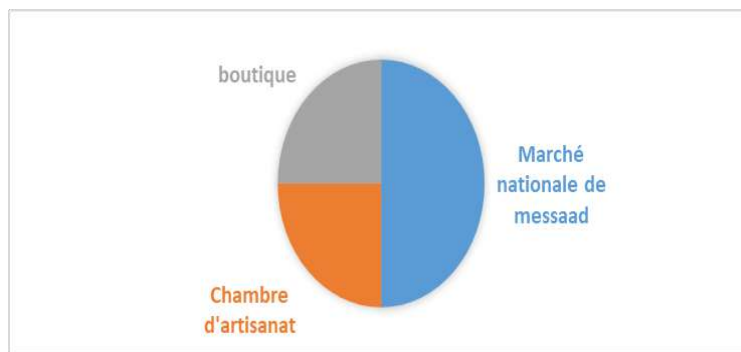


Figure 22:Lieu d'acquisition des articles commercialisés.

En somme, les différents maillons constitutifs de la filière oubar révélés par une chaine certes présente dans le quotidien de la frange territoriale Sahara Septentrional Oriental- Steppe à travers un circuit informel demandant restructuration. (**Figure N° 23**).



Figure 23: Circuit de filière Oubar.

Troisième Partie :
Diagnostic et projection de la filière
oubar

I. Etat des lieux :

Les investigations de terrain nous ont permis de tirer un certain nombre d'enseignements relatifs à la chaîne de valeur *oubar* dans de deux espaces, certes différents, mais très complémentaires dans un sens comme dans l'autre ; qu'il s'agit du voyage Sahara-Steppe du coproduit poil dans son état brut, ou du retour Steppe-Sahara des produits *ouabri* dans leur état fini.

Cependant les principaux traits relatifs à la filière poil camelin semblent révélateurs d'atouts fondamentaux mais aussi de faiblesses inhibitrices.

I.1. Points forts de la filière Oubar

Les avantages que recèle cette dernière réside dans :

- La présence de communautés chamelières attachées à l'élevage de dromadaires ;
- Les potentialités camelines, dont les effectifs allant crescendo ;
- Une relative collecte du poil camelin en milieu saharien mais très recherché et valorisé en milieu steppique ;
- L'ancrage du textile traditionnel au sein des ménages ruraux, générant des sources supplémentaires dans les foyers ;
- La femme rurale « steppique » très impliquée dans la chaîne de transformation : depuis le nettoyage, en passant par le filage, cardage jusqu'au tissage ;
- La maîtrise de l'industrie traditionnelle, type artisanat du textile ;
- La disponibilité et la diversité de produits *ouabri* très prisés à haute valeur économique ;
- L'existence de marchés et pointes de vente, à l'échelle locale, régionale et nationale ;
- Une large dissémination des produits élaborés dans les 4 coins du pays.

I.2. Points faibles de la filière Oubar

Il s'agit plutôt de goulots d'étranglement, présumés comme étant des freins mais au demeurant surmontables, qui se résument dans :

- Le système d'élevage extensif est un élément qui rend l'opération de collecte très délicate ;
- Une désaffection des jeunes à l'égard de l'élevage de dromadaires ;

- L'indisponibilité de population animale véritablement poilue ; qui serait source de matière première, aussi bien du point de vue quantitatif que qualitatif ;
- Le manque de couverture sanitaire systématique, notamment dans les parcours naturels et l'émergence de pathologies de nature dermatologique dépréciant la qualité du poil ;
- Le peu d'intérêt accordé par les chameliers à la tonte et la collecte des toisons d'oubar ;
- L'importation de fils, tissus et produits textiles finis ayant rivalisé par leurs prix avec ceux d'origine *ouabri* ;
- Une relève mal assurée, en ce qui attrait à la succession dans les tâches de transformations, au demeurant entre les mains de femmes âgées ;
- Les femmes sont absentes du circuit marketing, tout comme les produits élaborés sont quasiment destinés au sexe masculin.

II. Perspectives de promotion de la filière oubar :

Si le dromadaire a fait l'objet de peu d'attention, constat qu'ont fait **Adamou et Faye (2007)** en signalant qu'en Algérie, il s'agit d'un élevage marginalisé dont le véritable sursaut n'a été enregistré qu'au seuil des années 2000. C'est ce qui a amené **Senoussi et al. (2023)** à évoqué un véritable essor au regard de ses effectifs qui se trouve désormais à près d'1/2 million de têtes, à l'engouement des chameliers à l'égard de systèmes péri-urbains et, notamment avec l'installation officielle au mois de septembre **2019** du Conseil National Interprofessionnel de la Filière Cameline.

Cette nouvelle donne institutionnalisant la filière cameline interpelle de prime à bord la **profession** en identifiant les actions à mettre en œuvre en matière de développement durable de l'élevage camelin en Algérie. Chose qui servira sans aucun doute à la consolidation d'actions des chaînes de valeur liées à la filière cameline tout en l'insérant dans un processus de développement économique et social des différentes régions sahariennes.

A cette fin, il serait opportun d'intervenir via les différents maillons constitutifs des trois grands segments de la filière cameline dans son ensemble, et particulièrement la filière *oubar*, facilitant ainsi les transactions et le processus d'échanges et de synergie entre les acteurs y afférents.

- Segment production.

Opérer à l'égard de l'animal dans son propre aire naturelle en **prélevant** et **collectant** la toison *d'oubar* de manière systématique et au moment opportun. Cependant l'amélioration des conditions de vie en termes de bien-être de l'animal est à considérer comme l'a suggéré **Kaddad (2022)**. La qualité *d'oubar* et la quantité récupérée dépendent fortement de la conduite d'élevage en termes de couverture sanitaire et alimentaire.

Par ailleurs, les acteurs d'amont à la transformation, en l'occurrence **préleveurs, collecteurs** et **distributeurs** doivent être considérés à travers des mesures incitatives en leur accordant un soutien financier, à l'image des acteurs opérant dans la filière lait.

- Segment transformation.

- Opérer par des actions principalement à l'égard de la femme rurale en initiant :
 - la mise en place de coopératives de valorisation du poil camelin, depuis son état brut aux produits *ouabri* semi-finis / finis (filage & tissu) ;
 - la petite industrie artisanale via la création de micro-entreprises à l'échelle locale.
- Promouvoir l'industrie de textile traditionnel en passant de l'échelle familiale à l'échelle semi-industrielle.

Elargir le spectre des produits élaborés à l'égard d'une clientèle diversifiée représentant toutes les catégories de la société, enfants, jeunes, adultes, de sexe masculin et féminin.

En termes de pérennisation de l'activité textile traditionnel et d'assurer une succession intergénérationnelle il y a lieu d'impliquer le secteur d'enseignement et de formation professionnels par l'intermédiaire de ses centres domiciliés dans les régions sahariennes et steppiques en :

- Ponctuant des cycles de formations continues à l'égard des jeunes filles comme formatrices et valorisatrices du poil camelin ;
- Délivrer des diplômes, de tailleurs-couturiers et stylistes du vestimentaires traditionnel,

- Segment commercialisation.

- Faire connaître les articles textiles élaborés à base *d'oubar* par l'entremise de spots publicitaires et de magazines spécialisés ;

- Réserver des espaces commerciaux spécialisés et dédiés aux articles type féminin, infantile et homme ;
- Faire valoir la dimension marketing, du régional à l'international en passant par le national.

La protection du produit local relève du rôle des pouvoirs publics en :

- Reconnaisant les articles vestimentaires ouabri confectionnés, comme produits de terroirs
- Certifiant les produits ouabri finis en leur affectant des attributs reconnus
- Inscrivant auprès de l'UNESCO les produits élaborés à base d'oubar comme patrimoine national à forte identité locale.

Conclusion

Conclusion

L'élevage camelin révèle une importance capitale dans les régions sahariennes, non seulement du point de vue culturel et identitaire, mais aussi en tant qu'atout économique important susceptible de fournir divers produits, sous-produits et coproduits à haute valeur ajoutée.

Parmi ses produits valorisables, le poil auquel s'est consacrée la présente étude par l'entremise de la filière oubar. Deux principaux constats fort contradictoires sont relevés ; l'existence de fortes potentialités animales et une chaîne de valeur marginale.

En effet, si la filière cameline fut officiellement institutionnalisée en **2019** par la mise en place de son Conseil National Interprofessionnel, elle demeure désorganisée dont les maillons de chacun des segments constitutifs semblent emballés par des circuits informels.

La présente étude, n'est qu'une contribution ayant permis de suivre l'itinéraire parcouru par le poil et ce, depuis sa production en passant respectivement par la transformation, commercialisation jusqu'à l'acquisition de produits finis.

En termes de production de poils camelins, la toison récupérée, au printemps lors de la transition saisonnière, en arrachant manuellement les fibres ou en utilisant des ciseaux, le cas échéant elle tombe d'elle-même en été lorsque l'animal n'est pas tondu. Son poids oscille entre 1 et 3 Kg / animal., alors que les investigations de terrain ont révélé qu'elle varie selon l'âge, la taille et l'état sanitaire de l'animal. Tout comme la couleur du pelage du dromadaire qui est fonction de la population cameline domestiquée et selon les régions, La tonte du dromadaire commence dès l'âge de 18 mois, âge durant lequel le poil est dense et de bonne qualité en raison de sa douceur et de sa souplesse, la toison des épaules est plus fine et plus longue que celle des autres parties du corps.

Les poils collectés sont directement vendus aux artisans transformateurs Ouled Nail de Djelfa (circuit court informel) qui, la couleur rouge (el-hamra) et les poils des jeunes chamelons de moins de 2 ans (poils de bonne qualité) sont les critères de choix les plus appréciés par les tisserands. Les poils du dromadaire, qui sont une source de matière première, peuvent être utilisés seuls ou mélangés à la laine et s'y prêtent pour différentes confections traditionnelles. (Burnous et kachabia, sacs, couvertures et entraves).

En outre, il a été constaté que c'est à l'homme qu'incombe la commercialisation des produits vestimentaires traditionnels alors que les femmes sont exclues du marché.

Conclusion

La région de Djelfa est traditionnellement productrice d'étoffes et se caractérise par la disponibilité du plus grand marché au niveau national de produits élaborés de nature ouabri. Une économie locale permettant de générer des revenus aux ménages qui évoluent dans des milieux marqués par des contextes incertains où les opportunités d'emplois sont extrêmement faibles.

Que pourrait-on recommandé en quelques mots ? Il serait opportun de structurer la filière oubar en facilitant les flux en termes de transactions entre les différents acteurs y afférents, tout en identifiant les opérations organisationnelles à mettre en œuvre. Le développement durable de l'élevage camelin dans son ensemble en est le générateur principal. Chose qui servira sans aucun doute à la consolidation d'actions de la chaîne de valeur en l'insérant dans un processus de développement économique et social des différentes régions sahariennes et steppiques.

Références bibliographiques

Références bibliographiques

1. **Adamou A. (2008)**. L'élevage camelin en Algérie : Système à rotation lente et problème de reproduction, profils hormonaux chez la chamelle Chaâmbi. Thèse de Doctorat. Université Badji Mokhtar- Annaba (Algérie). pp.250. 257
2. **Adamou, A.,Faye, B.,2007**. L'élevage camelin en Algérie : contraintes et perspectives de développement. Cahiers du CREAD n°79-80: 77-97.
Algérien. Evaluation de la productivité et valorisation des produits. Thèse Doctorats Sciences. Université KASDI Merbah, Ouargla. P 145
3. **Aroua S et Khinche K. (2020)**. Contribution à l'étude microscopique de l'oubar (fibres camelines) dans la wilaya d'Ouargla. Mémoire de Master académique en Sciences Agronomiques. Université Kasdi Merbah (Algérie) .p p:20-40.
4. **Bedda H, (2014)**. Systèmes de production camelins au Sahara Algérien Etude de cas de la Région de Ouargla, Mémoire de Magister en sciences agronomiques, Université Kasdi Merbah Ouargla, p : 77
5. **BenIslamane.R(2021)** : Portée de l'élevage camelin dans la région de Bordj Omar Idriss – Sud-Est de l'Algerie-.P :34 .
6. **BENSAHEL L., 2007**, « Tourisme, ressources territorialisées et développement », in
7. **Bouagga A., (2010)**..Contribution à l'étude des modes d'exploitation et de gestion des parcours camelins en milieu saharien, cas de la région de Ghardaïa. Mémoire d'Ingénieur d'Etat en Sciences Agronomiques. Spécialité : Agronomie Saharienne, Option : Elevage en Zones Arides. Université Kasdi Merbah, Ouargla (Algérie). 63p.
8. **Brahimi Z., (2021)**. La filière viande cameline ; un enjeu pour le développement de l'élevage : Cas de la région du Souf, Thèse de Doctorat 3ème Cycle en Sciences Agronomiques, Université Kasdi Merbah - Ouargla, Algérie. 265 p.
9. **Chehma A., (1987)**- Contribution à la connaissance du dromadaire dans quelques aires de distribution en Algérie, Mémoire d' Ingénieur d'Etat en Sciences Agronomiques. I.N.A. El-Harrache, P : 83
10. **D.S.A. (2022)**. Effectif camelin dans les wilayas d'Ouargla, Ghardaïa, Touggourt et EL-Oued. Direction des Services Agricoles de la Wilaya d'Ouargla, Ghardaïa, Touggourt et EL-Oued.
11. **Dehane K. (2010)**. Evaluation de la production de viande cameline et estimation des poids dans la commune de Metlili. Diplôme d'Ingénieur d'État en Sciences Agronomiques. Université Kasdi Merbah, Ouargla (Algérie). 52p
12. **Faye. B, Saint. M, Gilles. B P, Bengoumi.M, Dia.ML, (1997)**. Guide de l'élevage du dromadaire, SANOFI. Santé Nutrition Animale P 126.

Références bibliographiques

13. **Faye B. (2011).** **Lutte contre la désertification** : la valeur ajoutée de l'élevage camelin. Annales Zones Arides, 50 (3 et 4), 1-11
14. **Faye B, Chaibou Met Vias G (2012).** Impact intégré du changement climatique et du développement socio - économique sur l'évolution des systèmes d'élevage camelin .Britannique J. Environ. Clima Change, 2 (3) : 227-244
15. **Guerrida M., (2009).** Contribution à l'étude de la conduite de l'élevage camelin du Sahara Septentrional (Cas de Ghardaïa). Mémoire d'Ingénieur d'Etat en Sciences Agronomiques, Université Kasdi Merbah- Ouargla (Algérie). 88 p.
16. **Keddad A. (2022).** Impact of emerging camel breeding systems on animal welfare in the Algerian Northern Sahara. – Case of a breeding farm in the Ouargla region -. Memory of Academic Master in Agronomic Sciences, Specialty: Pasture and Livestock in Arid Zones. Kasdi Merbah University Ouargla (Algeria). 55p.
17. **Khelifa R, (2019).** Contribution à l'étude des caractéristiques du poil de dromadaire dans la région de Ouargla - Sahara Septentrional Algérien -.P36.
18. **Lakhdari.A.(2020)** : Diversité structurelle et performances des troupeaux camelins Dans la région d'Ouargla.P :33
19. **Ludovic T., Frederic L., Florence P., Gilles P., (2011).** Actualisation du concept de filière dans l'agriculture et l'agroalimentaire. Économies et sociétés, Développement, croissance et progrès Presses de l'ISMEA - Paris, 2011, AG (33), pp.1785-1797.
20. **Mahma H., (2020).** Détermination du régime alimentaire du dromadaire et de son comportement dans son milieu naturel. Thèse Doctorat 3ème cycle en Sciences agronomiques Univ. Ouargla (Algérie). 102 p.
21. **Meguellati A., (2020).** Contribution à l'étude de la relation entre la mutation des systèmes de production pastoraux et les savoir-faire des femmes. Cas de l'étoffe "Aiguiga" en poils de dromadaires de la région de Djelfa. Thèse Doctorat 3^{ème} cycle en Sciences agronomiques Univ. Ouargla (Algérie). 188 p.
22. **Mguellati.A, (2019).** Contribution à l'étude de la relation entre la mutation des systèmes de production pastoraux et les savoir-faire des femmes. Cas de l'étoffe "Aiguiga" en poils de dromadaires de la région de Djelfa.P :128.
23. **Milhau J. (1954).** Traité d'économie rurale, Presses Universitaires de France, Paris Ludovic Temple, Frederic Lancon, Florence Palpacuer, Gilles Paché. Actualisation du concept de filière dans l'agriculture et l'agroalimentaire. Economies et Sociétés, Développement, croissance et progrès - Presses de l'ISMEA - Paris, 2011, AG (33), pp.1785-1797.

Références bibliographiques

24. **Morvan Y. (1985).** Fondements d'économie industrielle, Economica, Paris. Ludovic Temple, Frederic Lançon, Florence Palpacuer, Gilles Paché. Actualisation du concept de filière dans l'agriculture et l'agroalimentaire. Economies et Sociétés, Développement, croissance et progrès - Presses de l'ISMEA - Paris, 2011, AG (33), pp.1785-1797.
25. **Naciri R., (2002).** «Genre, Pouvoir et prise de décision au Maroc », in Disparités entre femmes et hommes et culture en Afrique du nord, Actes du colloque de Tanger 2002, Centre de développement Sous-Régional pour l'Afrique du Nord, Nations Unies, Commission économique pour l'Afrique, pp. 25-40
26. **OMPI. (2016).** La propriété intellectuelle et l'artisanat traditionnel. – Dossier d'organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. P :4
27. **Oulad Belkhir A (2018).** Elevage camelin en Algérie chez les chambas et Touaregs Mémoire de Magister en Sciences Agronomiques. Université de Ouargla. 118p 27.
28. **Oulad Belkhir A. (2018).** Caractérisation des populations camelines du Sahara Septentrional Algérien. Evaluation de la productivité et valorisation des produits. Thèse de Doctorat. en Sciences Agronomiques. Université Kasdi Merbah Ouargla. P :135.
29. **Ouled Laid A., (2008).** Conduite de l'élevage camelin (région de Ghardaïa) : les Paramètres de production et de reproduction. Mémoire d'Ingénieur d'Etat en Sciences Agronomiques. Université Kasdi Merbah - Ouargla. 94 p
30. **Qaaro M., (1997).** Évolution des systèmes d'élevage et leurs impacts sur la gestion et la pérennité des ressources pastorales en zones arides (région du Tafilalt, - Maroc -) In Pastoralisme et foncier : impact du régime foncier sur la gestion de l'espace pastoral et la conduite des troupeaux en régions arides et semi-arides. Montpellier : CIHEAM-IAMM. Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens n° 32. pp. 93-99
31. **Rodary M., (2007),** Le travail des femmes dans le Maroc précolonial, entre oppression et résistance. Droit au travail ou accès aux bénéfices ? Cahiers d'études africaines, n°187-188, p.753-780.
32. **Senoussi. A. (2009).** . le camelin ; facteur de la biodiversité et à usages multiples, in du séminaire international sur la biodiversité faunistique en zones arides et semi arides,) PP 265-273.
33. **Senoussi A. et Huguenin J. (2021).** Mutations et Changements Socio-Spatiaux des Systèmes Oasiens et Camelin dans le Sahara Septentrional Algérien- Cas de la Région de Ouargla -.». in Algerian Journal of Arid Environment (AJAE). Vol. 11, N°2. décembre 2021. 41-51

Références bibliographiques

34. **Senoussi A. Abazi A., Bezziou S. and Brahimi Z (2023).** *The Camel in Algeria: Animal of the Past, Present and Future: What Is the Scope of Farming Systems?*. In Biol. Life Sci. Forum 2023, 22, 3.
35. **Senoussi. A. (2009).** . le camelin ; facteur de la biodiversité et à usages multiples, in du séminaire international sur la biodiversité faunistique en zones arides et semi arides,) PP 265-273.
36. **Stiles, N. 1988.** L'élevage des grands camélidés : vers un changement de paradigme
37. Wilson R.T., (1984).. The camel. Edit Longman. New York. 223 p

المراجع باللغة العربية:

38. حسيني س.(2019). الوضعية الحالية إنتاج الوبر وإمكانية تثمينها في والية ورقلة. مذكرة ماستر أكاديمي. جامعة قاصدي مرباح ورقلة. ص28
39. لونيس م.، بورقبة ش.(1993): مدخل لدراسة سبل التربية والخصائص الإنتاجية والتناسلية لسلالة الإبل في الصحراء الشمالية، رسالة مهندس فالحى. م. و. ت. ع / ف. ص. ورقلة. ص 5

Annexes

Annexe I :

Guide destiné au chamelier

N° Enquête :Date : ... Région/Localité :

I- Identification du Chamelier :

1- Tribu :

2- Nom de l'éleveur :ÂgeSituation familiale.....

3- Lieu d'installation :Commune.....

4- Niveau d'instruction

Analphabète Primaire Moyen Secondaire

Universitaire Ecole Coranique

5- Activité d'élevage

a- Principale

b- Annexe

c- Depuis quand ?

6- Caractéristiques du ménage

a- Nombre de personnes ...

b- Nombre d'enfants scolarisés.....

c- Nombre d'enfants non scolarisés.....

7- Habitation

Tente Maison en dure

14- Mode de vie

a- Nomade

b- Sédentaire

c- Transhumant

15- Recours au berger

Oui Non

16- Rémunération :

a- DA /Mois

II. Identification du troupeau

1- Composition du cheptel

a- troupeau camelin

Population	Mâle Dromadaire	Chamelles	chamelons	total
cameline				

b-Y a-t-il un élevage en association

Oui

Non

Si oui, lequel ?

Ovin	Bovin	caprin	avicole	autre

2- L'âge dominant dans le troupeau.....

III. Conduite d'élevage

A- Reproduction

1- Âge de puberté :

- Mâle :ans.

- Femelle :ans.

2- Âge à la première saillie :

- Mâle :ans

- Femelle : ... ans

3-Saillie :

Naturelle

Insémination artificielle

4- Le mâle peut saillir jusqu'à.....de femelle (Nombre)

5- Quels sont les critères du choix des géniteurs ?

.....

.....

.....

.....

6- Saison de Saillie

Eté	
Automne	
Hiver	
printemps	

7- Âge de la première mise-bas :.....

8- Durée de gestation :.....

9- Saison de mise-bas :

Eté	
Automne	
Hiver	
printemps	

10- Carrière de reproduction :

Maleans
femelleans

B- Alimentation

Système d'élevage

a- A l'herbe

* sur quel type de parcours

b- En enclos

Oui

Non

* Si oui, pourquoi ?

.....

.....

* Pratique-t-on la complémentation

Oui

Non

Si oui, pourquoi et à base de quoi ?

.....
.....
Pratiquez-vous l'engraissement ?

Oui Non

*Si oui, quels sont les aliments utilisés ?

Aliments	Quantité Kg/tête	Prix DA/QX

C- Abreuvement

1- Points d'eau :

- a. Forage
- b. Puits sur parcours
- c. Source naturelle
- d. Citerne ...

2- fréquence d'abreuvement/ saison

- a. Eté
- b. Automne.....
- c. Hiver
- d. Printemps.....

IV- Services et produits de l'élevage

a- Services fournis par le dromadaire :

Transport	
Selle	
Trait	
Exhaure d'eau	
Labour	

Méhari (course)	
tourisme	

b- vocation de l'élevage :

- b-1- Lait
- b-2- Viande
- b-3- Poils
- b-4- Mixtes
- b-5- Lait+ Viande
- b-6- Viande- Poils
- b-7- Lait + poils

A- Lait

1. Durée de lactation : ...
2. Nombre de traite par jour.....
3. Pic de lactation
4. Technique de traite
 - a. Manuelle
 - b. Mécanique

B- Viande

1- Pratiquez la vente de dromadaires sur pied ?

Oui Non

- Si Oui, catégories/ prix

.....

.....

.....

.....

2- Motif de vente :

.....
.....
.....
.....

C- Crottin

1- Quantité ramassée :....

2- Période de ramassage :

3- Finalité :....

.....
.....
.....

D- Poil

1- Age de la 1^{ière} tonte

2- Fréquence de tonte/an

3- Saison de tonte

4- Technique de tonte :

Manuelle Électrique(Tondeuse)

5-Partie corporelle plus tondue.....

6- Animal plus sollicité (âge)

6- les étapes de tonte

.....
.....
.....
.....

7-

8-Variabilité de la qualité/quantité de la toison selon la population

Existe N'existe pas

9- Variabilité de la qualité/quantité de la toison selon les conditions d'élevage

Existe N'existe pas

10- Quelle est la population la plus sollicité ?

.....

11- Quelle est la couleur la plus sollicité ?

12- Quantité de la toison

	Toison Brute		
Catégorie	C1	C2	C3
Quantité			

13- Faites-vous le nettoyage des poils ?

Oui Non

14- Destination des poils

- a. Vendus
- b. Utilisation personnelle.

15- la vente se fait auprès

- a. des négociants
- b. des groupes d'éleveurs
- c. Transformateurs (artisans)

16 - La toison est-elle :

- Vendues seule des dromadaires ?
- Mélangée avec de la laine ?

17-La vente se fait :

- a. sur le parcours
- b. sur le marché

18- Prix de la toison ; DA/Kg

Catégorie animale	Toison brute	Toison nette
Jeune		
Adulte		

Annexe II :

Guide destiné à l'Artisan Transformateur de textile

Date : ... Code artisan :Lieu de localisation : ... Commune

Nom de l'artisan(e) :

I- Identification de l'artisan(e)

1- Sexe :

a. Masculin :

b. Féminin :

2- Origine :

a. Autochtone :

b. Allochtone :

3- Âge..... Situation familiale.....

4- Niveau d'instruction

Analphabète Primaire Moyen Secondaire

Universitaire Coranique

5- Activité artisanale associée à l'élevage camelin :

Oui Non

Si oui :

d- Principale

e- Annexe

f- Depuis quand ? .../.../...

6- Lieu de confection

Maison Atelier

II- Acquisition de la matière première

1- Quels sont les types de poils achetés ?

a. Poils *Aiguiga*

b. Poils des adultes

- c. Poils mélangés avec de la laine
- d. Autre

2- Quels sont les critères de choix de la toison cameline ?

- a.
- b.
- c.

3- Prix d'1Kg des poils achetés

Type de poils	Prix d'1Kg

4- Opérations effectuées :

- a. Nettoyage.
- b. Peignage.
- c. Cardage.
- d. Filetage.
- e. Chaînage.
- f. Tissage

5- Sous-traitance des opérations :

Oui Non :

Si oui, pour quelle opération et pourquoi ?

Opération		Pourquoi ?
Nettoyage		
Peignage		
Cardage		
Filage		
Chaîne		
Tissage		

6- Types de tissus Ouabri élaboré

- a. Tissu pour Burnous
- b. Tissu pour Kachabia
- c. Tente
- d. Autre...

7- les tissus sont conçus au sein du ménage même :

Oui Non

Si Non, - Destination du tissu élaboré :

- Vente sur place
 - o Intermédiaires
 - o Tailleurs locaux
- Autre destination
 - o Sur commande
 - o Occasionnelle

8- Le prix de vente de chaque tissu d'article *Ouabri*

- a. Burnous DA
- b. Kachabia.....DA
- c.DA
- d.DA

9- Par qui les tissus Ouabri sont conçus ?

...../...../.....

10- A qui sont vendus les articles *Ouabri* ?

...../...../.....

11- Le prix des articles vestimentaires *Ouabri*

Article	Prix DA
Burnous	
Kachabia	

12- Comment voyez-vous le devenir de cette activité ?

...../...../.....

...../...../.....

Annexe III :

Guide destiné au commerçant

Date :Code commerçant : Commune :Lieu :

Nom du commerçant :

1- Origine :

○ De la région :

○ Hors région :

2- Sexe

a. Mâle

b. Femelle

3- Avez-vous déjà acquis un article Ouabri ?

Oui

Non

Si oui, lequel ?.....

Si non, pourquoi ?

4- Origine de la marchandise : d'où est ce que vous êtes approvisionné en articles finis ?

..... /

5- Pourquoi les produits ouabri ?

...../...../.....

6- Quelle place détient le produit ouabri parmi la gamme d'articles artisanaux ?

...../...../.....

7- De toutes les matières textiles, laquelle est la plus vendue ?

a. Oubar

b. Laine

c. Cachemire

d. Synthétique

e. Autre...

8- Type du produit vendu ?

Nature Produits	Types	Prix (D.A)
Fil	Fil Aiguiga	/
	Fil Adulte	/
	Fil mélange	/
	Fil importé	/
Tissu	Tissu kachabia Aiguiga	
	Tissu kachabia Adulte	
	Tissu kachabia mélange	
	Tissu kachabia matière importée	
	Tissu Burnous Aiguiga	
	Tissu Burnous Adulte	
	Tissu Burnous mélange	
	Tissu Burnous matière importée	
Produits finis	kachabia Aiguiga	
	kachabia Adulte	
	kachabia mélange	
	kachabia matière importée	
	Burnous Aiguiga	
	Burnous Adulte	
	Burnous mélangé	
	Burnous matière importée	

9. Valeur marchande des produits confectionnés « vestimentaires »

Produit élaboré	Prix de vente (D.A.)
kachabia Aiguiga	
kachabia Adulte	
kachabia mélange	
kachabia matière importée	
Burnous Aiguiga	
Burnous Adulte	
Burnous mélange	

Burnous matière importée	
Autre	

Autres : *Canadienne, Écharpe, Robe, poncheau.*

10- Lieu de vente des articles Ouabri vestimentaires ?

- a. Marché national « Messaâd »
- b. Boutique
- c. Autre.....

11. Quelle est la clientèle la plus ciblée

- a. Autochtone :
- b. Allochtone :
- c. Masculine
- d. féminine :

12- Avenir des produits ouabri :

...../...../...../.....

Annexe IV :

Guide destiné au client

Date :Code client : Commune :Lieu :

Nom du client :

1- Origine :

- o De la région :
- o Hors région :

2- Sexe

c. Mâle

d. Femelle

3- Avez-vous déjà acquis un article Ouabri ?

Oui

Non

Si oui, lequel ?

4- De toutes les matières textiles, laquelle est Vendée ?

f. Oubar

g. Laine

h. Cachemire

5- Lieu d'achat de l'article Ouabri ?

d. Marché national à Messaâd

e. Chambre d'artisanat

f. Couturier

g. Boutique

6- Quels sont les critères de choix ?

a. Prix

b. Originalité

c. Couleur

d. Qualité

e. Lieu de fabrication

8- comment voir l'avenir des articles ouabri vestimentaires ?

Annexe V :

Glossaire :

Aiguigua : c'est la première toison récupérée issue d'un sujet *Makhloul* qui se voit tendu pour la première fois.

El-Chayel et le Kaitan : des modèles pour la décoration des articles vestimentaires.

El-Mensage : C'est le montage servant au tissage.

Guatna : c'est une partie corporelle de dromadaire située après la bosse très riche en poil.

Kachabia et Burnous : des articles vestimentaires traditionnels pour les hommes confectionnés par le poil de dromadaire.

Karnafa : Un instrument en bois servant à frotter le tissu pour le lisser.

Khaddam (Sebrag, machet, Kardech) : Un instrument à deux lames et défenses, avec lequel le poil est traité faciliter le processus de filage. Opération également appelée Cardage.

Il sert aussi à homogénéiser le tas et la poigner du poil de même couleur et de même type de fibre

Khellala : Un outil en fer pour frapper, bourrer le fil ensemble

Legyam : ce sont des fils posés verticalement s'entrecoupant avec le fil Ouabri pour en avoir le tissu fini (l'opération appelée T'sadya).

Sadwa : Deux piliers verticaux en bois (Mantwa) auxquels sont maintenant deux planches horizontales, l'une inférieure sert de rouler le tissu et l'autre supérieure pour maintenir le fil, en l'occurrence Legyame.

Résumé

Résumé. L'étude menée dans différentes régions du Sahara Septentrional Oriental représentées par Ouargla, Touggourt, El-Oued, Ghardaïa, El-Menia, et de la steppe à travers M'sila et Djelfa, s'est assignée comme objectif principal de situer la chaîne de valeur du poil camelin et ce, depuis la source jusqu'à l'écoulement du produit fini. En termes d'investigations, l'approche filière est adoptée en touchant aux maillons constitutifs de ses différents segments ; en l'occurrence les « chameliers » producteurs, les commerçants de la matière première, les artisans-transformateurs, les commerçants de produits *ouabri* et enfin les clients.

Le terrain est révélateur de constats qui se résument dans ; *i/-* seulement 7,26% du total des chameliers approchés s'intéressent à la production du poil ; *ii/-* le dromadaire sahraoui étant le plus poilu, avec 738 têtes, domine les populations présentes, *iii/-* la toison récupérée diffère en quantité, en qualité et en couleur, le poil issu des jeunes sujets serait plus prisé que celui des adultes. *iv/-* la transformation du poil en tissu dont les savoir et savoir-faire (*trriage, nettoyage, purification, filage, tissage*) sont détenus par les femmes *v/-* finesse et propriétés outre de la couleur (rouge) largement recherchée par les artisans, *vi/-* Le marché de Messaâd, reconnu comme marché national et principale source de produits textiles ouabri. *vii/-* les produits à base de Aguigua sont les plus chers, *viii/-*. La sollicitent les produits *ouabri* depuis le berceau de transformation (Messaâd-Djelfa).

Par ailleurs, des goulots d'étranglement sont relevés mais surmontables, alors que les points forts semblent pouvoir donner un nouvel élan à la filière poil camelin par l'entremise d'actions faisables touchant aux différents aspects afférents.

Mots clés : *Dromadaire, Poil, Filière, Sahara Septentrional-Oriental, Steppe.*

نطاق صناعة الأوبار للإبل في الجزائر: من الصحراء الشمالية الشرقية إلى السهوب

ملخص: شعبة وبر الإبل، من الحالة الخام الى منتجات نهائية من خلال المسار الصحراء الشمالية الشرقية-السهوب الدراسة التي أجريت على مناطق مختلفة من شمال الصحراء الشرقية، تمثلت في الية ورقلة، الواد، غرداية والمنبوعة، يتمثل في تحديد القيمة التسلسلية لشعر الإبل، من مصدره حتى بيعه كمنتج نهائي، من خلال التحقيقات يتم الاعتماد على نهج القطاع بالتقرب من مختلف الروابط المكونة له في هذه الحالة) مربي الإبل، وتجار المواد الخام، والحرفيين، وأيضا تجار منتحات الوبر وأخيرا الزبائن. تكشف الدراسة عن ملاحظات تم تلخيصها في 7,26% فقط من مجموع المربين الذين تم التواصل معهم يهتمون بإنتاج شعر الإبل 2. الجمال من السلالة الصحراوية هي الأكثر إنتاجا للوبر ، تمثلت في 738 رأسا مهيمنة على سالالت الحالية 3. يختلف الوبر المستورد من حيث الكمية، النوعية واللون 4 وبر العقيقة أعلى قيمة من وبر الفحل 5. تحويل الشعر إلى نسيج يتطلب المعرفة والدراية بالعمليات التالية) الفرز، التنظيف والتنقية الغزل، التقريدش الغزل و النسيج (من قبل النساء 6 النعومة و اللون) الأحمر (هما الخصائص التي يبحث عنها الحرفيون على النطاق الواسع 7 سوق مسعد معترف به كسوق وطني، والمصدر الرئيسي لمنتجات النسيج الوبري 8 المنتجات القائمة على وبر العقيقة هي الأعلى ثمنًا 11. طلب المنتجات الوبرية من مهد التحويل) مسعد (بالإضافة إلى ذلك، تم تحديد العوائق) العقبات (ولكن يمكن التغلب عليها، في حين يبدو أن نقاط القوة قادرة على إعطاء دفعة جديدة لقطاع شعر الإبل من خلال الإجراءات الممكنة التي تؤثر على الجوانب المختلفة ذات الصلة

الكلمات المفتاحية: الجمال، الشعر، القطاع، الصحراء الشمالية الشرقية، السهوب

The scope of the oubar camelin industry in Algeria: From the Eastern North Sahara to the Steppe

Abstract

The main aim of the study, carried out in various regions of the Northern Eastern Sahara (Ouargla, Touggourt, El-Oued, Ghardaïa, El-Menia) and the steppe (M'sila and Djelfa), was to identify the camel hair value chain, from source to finished product. In terms of investigations, the value chain approach was adopted, touching on the links that make up its various segments, i.e. the camel hair producers, the raw material traders, the artisan-processors, the traders in camel hair products, and finally the customers.

The findings of the fieldwork can be summarized as follows: *i/-* only 7.26% of the total number of camel drivers approached are interested in hair production; *ii/-* the Saharawi dromedary is the most hairy, with 738 heads. dominating the populations present, *iii/-* the fleece recovered differs in quantity, quality and color, the hair from young subjects being more prized than that of adults, *iv/-* the transformation of hair into fabric whose knowledge and know-how (sorting, cleaning, purification. spinning, weaving) are held by women. *v/-* finesse and properties in addition to the color (red) widely sought by artisans, *vi/-* Messaâd market, recognized as a national market and main source of textile products ouabri, *vii/-* Aiguigua-based products are the most expensive. *viii/-*. The demand for ouabri products from the cradle of transformation (Messaâd-Djelfa).

In addition, bottlenecks have been identified but can be overcome, while the strong points seem to be able to give new impetus to the camel hair industry through feasible actions affecting the various related aspects.

Key words: *Dromedary, Hair, Industry, Eastern North Sahara, Steppe,*