RESEARCH PAPER

# La valorisation des produits de terroir en zones arides: Diagnostic d'une petite entreprise produisant la confiture de Dattes

## *Role of small local agro-food companies in the valorization of local products: Case of a unit of valorizing the jam of dates*

**Mohmmed Mostefa Selt[1], Salah Eddine Benziouche[2]**

1. Université Ziane Achour, Djelfa, Algérie
2. Université Mohamed Khider, Biskra, Algérie

Received 25 October 2016; Revised 27 November 2016; Accepted 05 December 2016

**Résumé**

L'objectif de notre travail est d'essayer de comprendre la réalité des petites entreprises agro-alimentaires en zones arides et ce à travers une entité située à Messaad (wilaya de Djelfa) spécialisée dans la fabrication et la mise en marché de la confiture de dattes, et de mettre en exergue, la valorisation des produits agricoles locaux, comme étant un levier important, afin de s'inscrire dans une logique de durabilité pour le secteur agricole. L'approche méthodologique d'analyse utilisée c'est celle des trois E : entreprise – entrepreneur – environnement, où nous nous sommes servis de quelques outils proposés par le champ de l'entrepreneuriat afin de mieux identifier, l'entrepreneur (profil et esprit d'entreprendre), la petite entreprise (identification, forces et faiblesse), et l'environnement (caractéristiques, opportunités et menaces). La constatation nous a conduit à confirmer que l'esprit d'entreprendre avec l'encouragement et l'accompagnement de cet entrepreneuriat naissant, constituent la clé de voute pour faire valoriser les produits locaux.

**Mots-clés:** Durabilité, Entrepreneuriat, Messaad, petite entreprise, Produit de terroir, Dattes, Valorisation.

***Abstract***

*The aim of our work is to try to understand the reality of small food enterprises, through an entity located in Messaad (province of Djelfa) specializes in the manufacture and the marketing of date jam, and to highlight the promote of local agricultural products as an important lever to enroll in logic of sustainability for the agricultural sector. The methodological analysis approach was that the three E: enterprise - entrepreneur - environment, where we used some tools from the field of entrepreneurship to better identify the contractor (profile and spirit undertaking), small business (identification, strengths and weaknesses) and the environment (characteristics, opportunities and threats). The finding led us to confirm that the entrepreneurial spirit with the encouragement and accompanies this nascent entrepreneurship, is the keystone to promote local products.*

**Keywords:** Sustainable, Entrepreneuriat, Messaad, Company, Local product, Dates, Valuation.

**Corresponding author**

Benziouche Salah Eddine
E-mail: sbenziouche@yahoo.fr