

Filière oléicole

Qualité, prix, valorisation, les maîtres-mots

● Les «Journées méditerranéennes de l'olivier à Meknès» mettent l'accent sur le changement profond de la structure du marché mondial oléicole et sur les fluctuations annuelles de la production, de la consommation et des échanges induisant un niveau de prix bas et préoccupant, notamment pour les petits producteurs moins compétitifs.

L'intérêt mondial pour le régime méditerranéen a permis une augmentation notable de la consommation d'huile d'olives, notamment aux États-Unis, Japon, Australie, Canada et dans certains pays du Golfe. Celui-ci s'est traduit par l'émergence de nouveaux pays producteurs, une concurrence plus forte sur tous les marchés (grande consommation et niches), une diversification des produits et une amélioration de la qualité. Des défis soulevés par de nombreux intervenants aux «Journées méditerranéennes de l'olivier à Meknès», initiées et organisées par l'Agropôle olivier/École nationale d'agriculture de Meknès et l'Université internationale d'Andalousie (UNIA) à Meknès du 21 au 23 octobre. Au cœur de l'intervention du directeur exécutif du Conseil oléicole international, Jean-Louis Barjol figurait le thème : «La filière oléicole, marché international, compétitivité et stratégie de promotion et de commercialisation». Celui-ci a mis l'accent sur l'oléiculture d'aujourd'hui, dominée par l'Espagne qui participe en moyenne pour plus de 45% dans la production mondiale, ainsi que sur les pays producteurs à forte tradition oléicole, avec un système de production majoritairement traditionnel, ou avec des modèles de production plus intensifs. Il était aussi question des pays ayant récemment misé sur la production oléicole, notamment la Turquie,

la Syrie, le Maroc, l'Argentine et le Chili, dont les acteurs cherchent une rentabilité maximale. Face à une production en hausse, à une consommation mondiale en légère progression, à des exportations vers le marché mondial dominé par le commerce intracommunautaire et à une rentabilité fragilisée, la concurrence s'intensifie fortement entre les pays producteurs ainsi qu'entre différents acteurs présents au sein d'un même pays. L'évolution parallèle des circuits commerciaux d'approvisionnement traduit aussi

L'évolution parallèle des circuits d'approvisionnement traduit un changement de la structure du marché mondial oléicole.

un changement profond de la structure du marché mondial oléicole. «Si le secteur oléicole change au niveau de la structure de sa production, c'est le cas aussi au niveau des opérations postérieures, en particulier s'agissant du conditionnement. Nous observons depuis quelques années une augmentation de la part des importations d'huiles en vrac par les États-Unis au détriment des importations en bouteilles, ce qui traduit le développement d'une activité de conditionnement dans ce pays», indique Jean-Louis Barjol, lequel précise que si ce phénomène – qui repré-

sente aujourd'hui déjà plus de 40% des importations des États-Unis – venait à se confirmer, il signifierait une évolution des circuits commerciaux d'approvisionnement de ce pays. Une situation qui se traduirait à son tour par une diminution de l'importance des conditionneurs italiens, et si ce phénomène s'accompagnait d'un développement des exportations des États-Unis vers les pays de l'ALENA (Canada et Mexique), on assisterait à un changement profond de la structure du marché mondial (hors commerce intra Union européenne) actuellement dominé par l'Italie et l'Espagne. Dans ce contexte où les maîtres-mots sont : qualité, prix, valorisation, le Maroc, considéré aujourd'hui comme un grand pays producteur avec 22% de la production mondiale, a du pain sur la planche. Pour Dr Noureddine Ouazzani, responsable de l'Agropôle olivier et responsable marocain des dites journées, les enjeux actuels pour une oléiculture marocaine rentable, de qualité et compétitive exigent que les efforts des opérateurs du secteur oléicole portent, en particulier, sur plus de qualité ainsi que sur la stimulation de la demande d'huiles d'olives sur les marchés traditionnels de consommation et sa création sur les marchés émergents et potentiels. Aussi, le segment spécifique de l'oléiculture biologique et des produits qui en sont issus, représente une niche porteuse, dynamique et en croissance. ●

PAR RACHIDA BAMI
r.bami@leseco.ma

Q/R



Rachid Benali
Président d'Inter-olive

Les ÉCO : L'évolution du contrat-programme répond-elle aux attentes de la Fédération interprofessionnelle marocaine de l'olive ?

Rachid Benali : Aujourd'hui, le contrat-programme 2009-2020 évolue très bien. Il prévoit la plantation de 1.220.000 ha d'oliviers à l'horizon 2020, la production de 2,5 millions de tonnes d'huiles d'olives et l'exportation de 120.000 tonnes d'huiles d'olives. De plus, aujourd'hui, eu égard à la plantation d'1 million d'ha supplémentaires, aussi bien la production que l'exportation se portent bien. Au niveau industriel, nous sommes dans les normes internationales avec une capacité de trituration importante. Il reste la phase de commercialisation à développer.

De quoi avez-vous besoin réellement pour le développement de la commercialisation ?

Nous avons besoin de certaines lois pour protéger le secteur oléicole. Nous réclamons l'application de la loi de 1996 et la mise en place d'un arsenal juridique pour régler davantage le secteur. Aujourd'hui 85% des huiles sont vendus en vrac et c'est très mauvais pour le consommateur. J'insiste d'ailleurs sur sa responsabilité. Il doit être conscient que pour le bien de sa santé et celle de sa famille, il doit acheter une huile labellisée et étiquetée, une huile dont la traçabilité est assurée pour connaître l'origine de ce qu'il consomme.

La traçabilité est-elle assurée pour toutes les huiles étiquetées et labellisées ?

Quand un producteur met une étiquette sur son produit, il en est responsable. Et s'il y a des doutes, il existe le contrôle des fraudes, mais je tiens à préciser qu'avec le vrac, il est difficile de contrôler et retrouver les origines. Ce n'est donc pas contrôlable alors que les risques pour la santé du consommateur peuvent être énormes.

Quelles sont vos attentes aujourd'hui en tant que Fédération interprofessionnelle ?

Nous travaillons pour plus de qualité et nous réclamons plus de qualité à nos producteurs. Il y a aujourd'hui plusieurs marques qui sont commercialisées sur le marché marocain parmi lesquelles près de 17 grandes marques nationales. Celles-ci sont reconnues mondialement, elles s'exportent parce qu'elles peuvent l'être sans difficulté sur le marché international. Nous avons besoin de la reconnaissance du consommateur marocain, mais aussi de la grande distribution, qui préfère s'approvisionner à l'étranger alors qu'il existe des marques nationales de prestige. ●