

L'approche production-marketing s'impose

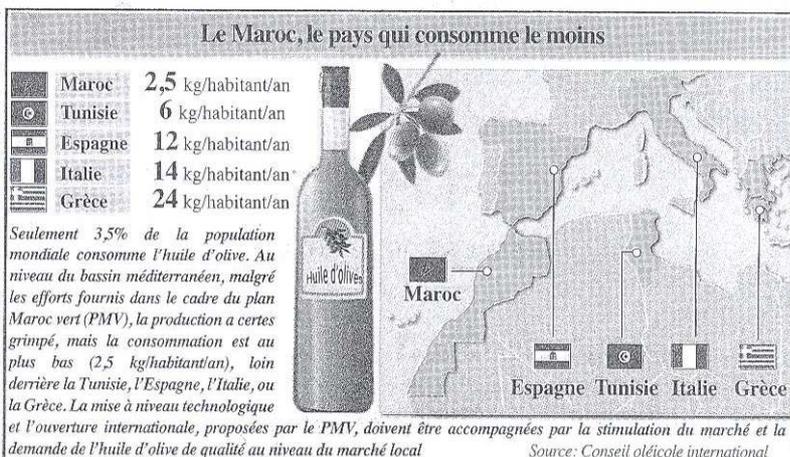
- Grâce à la promotion, la consommation progresse... mais pas assez
- Le Maroc, dernier de la classe dans le bassin méditerranéen
- Il doit s'aligner sur les objectifs des pays de l'UE en termes de promotion

LE secteur oléicole offre d'innombrables opportunités de développement pour le Maroc, tant sur le plan national qu'international. Et pourtant, dans le bassin méditerranéen, fief de cette filière, le Royaume fait partie des derniers de la classe en matière de consommation. Le marché marocain ne dépasse pas 2,5 kg/habitant/an, loin de la moyenne de consommation de l'huile d'olive au niveau du bassin méditerranéen (6 kg/habitant/an en Tunisie, 12 kg/habitant en Espagne, 14 kg/habitant en Italie, et la Grèce 24 kg/habitant).

Le développement du marché interne est indispensable pour structurer l'offre et prévoir une croissance à l'export. Pour y parvenir, les professionnels doivent absolument forcer le trait sur plusieurs aspects et démarches. L'avantage compétitif ne peut s'acquérir que grâce à la qualité du produit, gage indispensable de la réussite, ou encore sa labellisation (le Maroc dispose tout de

même de certains crus labellisés, mais ce n'est pas suffisant). Toutefois, d'autres approches de la filière peuvent créer des sources de rendement importantes. La première s'articule autour de la diète méditerranéenne, qui privilégie une alimentation riche en céréales, légumes, légumineuses, fruits, noix et surtout en huile d'olive. L'olivier, grâce à sa biomasse, représente une autre source d'énergie et de richesse non négligeable. Au Maroc, son traitement même balbutiant répond aux normes environnementales internationales en vigueur, et représente, pour de nombreux experts internationaux, le cœur de la compétitivité et du développement durable de la filière de l'huile d'olive. Une quarantaine de spécialistes des pays oléicoles, présents aux dernières journées méditerranéennes de l'olivier à Meknès, ont d'ailleurs partagé leurs expériences respectives avec les professionnels marocains. Une rencontre qui a permis de prévenir sur les défis qui attendent la filière oléicole marocaine en particulier pour la commercialisation, l'amélioration de la qualité, le développement de la labellisation.

Pour Noureddine Ouazzani, initiateur de la rencontre de Meknès, et directeur de l'Agro-pôle olivier de Meknès, les défis pour une oléiculture marocaine rentable et durable exigent que les efforts des producteurs doivent porter sur l'innovation technologique qui peut assurer la qualité, la notoriété et la distinction du produit. Les normes strictes de qualité et de composition régies par le Conseil oléicole international (COI) exigent de la part des producteurs un professionnalisme sans faille aussi bien au niveau de la récolte, de la trituration, du stockage que du conditionnement. «Ce n'est qu'avec la qualité qu'on peut créer la demande du produit "huile d'olive Maroc", sur les marchés traditionnels, émergents et potentiels avec une approche in-



La filière au Maroc et dans le monde

Superficie actuelle	960.000 ha	Export Espagne	1.000.000 tonnes
Production huile d'olive	100.000 à 120.000 tonnes	Export Maroc	10.000 tonnes en moyenne
Programme plan Maroc Vert 2020	1 million d'hectares	Production huile d'olive biologique	180.000 tonnes
Rythme de plantation au niveau international	150.000 ha/an	Biomasse filière oléicole espagnole	600.000 tonnes équivalent pétrole
Production huile d'olive 2014-2015	2.560.000 t	Biomasse et énergie 2 kg de noyaux d'olives	Equivalent de 1 litre de gasoil, soit 10 kW
Consommation huile d'olive	Maroc 2 kg huile d'olive/habitant Grèce: 24 kg huile d'olive/habitant	Importation marocaine en huile d'olive	Plus de 400.000 tonnes/an

Source: Agro-pôle olivier ENA Meknès

tégrée "production-marketing-commercialisation". Ces marchés présentent des opportunités intéressantes à saisir surtout si l'on sait que seuls 3,5% de la population pla-

par la stimulation du marché et la demande de l'huile d'olive de qualité au niveau du marché local». A noter que le Maroc importe annuellement plus de 400.000 tonnes

La consommation diététique

AUJOURD'HUI, la part de la consommation mondiale dans les pays non traditionnellement consommateurs d'huile d'olive est passée de 11 à 24%. Ceci montre qu'il y a une demande mondiale qui doit trouver sa source d'approvisionnement en Méditerranée et des opportunités à saisir pour la filière marocaine. «Meknès est pionnière dans cette démarche à travers le projet "AOP Huile d'Olive Meknès", explique Ouazzani. Ce projet, conçu et pensé pour assurer la promotion de l'huile d'olive de qualité, est similaire aux AOP de Jaén (Espagne) et de la Toscane (Italie)». Et c'est là, selon Jean Louis Barjol, directeur exécutif du COI, «tout l'enjeu». Ce dernier insiste sur «l'innovation technologique et la sécurité sanitaire qui garantissent la qualité d'un produit compétitif, préservent sa diète ainsi que ses bienfaits gustatifs et de santé (rôle anti-cancérigène...), et encouragent le recrutement de nouveaux consommateurs d'huile d'olive au niveau du bassin méditerranéen, et dont la demande ne cesse de grimper».

nétaire consomment l'huile d'olive. «Il est donc de notre devoir d'encourager le reste de la population (96,5%) à en faire autant, profitant du moment où la "diète méditerranéenne" est reconnue par l'Unesco comme patrimoine mondial culturel immatériel de l'humanité», explique Ouazzani. Pour lui, la mise à niveau technologique et l'ouverture internationale doivent être accompagnées

d'huile végétale alimentaire. D'où la nécessité de booster la production nationale, améliorer sa qualité, et moderniser l'outil de transformation.

Youness SAAD ALAMI