

AUPARAVANT, LA DEMANDE PROGRESSAIT DE 10 À 15% PAR AN

Charcuterie : le marché se rétrécit depuis 2013

■ Constituée en grande partie de produits à base de dinde, la consommation moyenne par habitant est de 1,3 à 1,5 kg par an ■ Les industriels continuent d'innover et d'améliorer leur offre pour infléchir la courbe de la demande.

L'industrie de la charcuterie a du plomb dans l'aile. Depuis 2013, la demande se contracte de 15 à 20% contre une progression de 10 à 15% par an auparavant. Les professionnels peinent à expliquer ce retournement assez brutal et invoquent, sans trop insister, la baisse du pouvoir d'achat qui touche aussi d'autres produits alimentaires. Les conclusions des récentes études de l'Organisation mondiale de la santé (contestées par un certain nombre de chercheurs) classant la charcuterie dans la catégorie des produits cancérigènes pour l'homme viennent compliquer la situation. Selon l'OMS, 34 000 décès sont annuellement causés dans le monde par la consommation de la charcuterie et chaque portion de 50 grammes par jour augmenterait de 18% le risque de cancer et spécifiquement le cancer colorectal.

Pour les professionnels, le Maroc est loin d'être concerné par cette situation vu la faiblesse de la consommation de charcuterie. Selon le docteur Ahmed Daoudi, directeur de la recherche et du développe-

ment chez Koutoubia Holding, «la moyenne est de 1,3 à 1,5 kilo par habitant et par an. Soit, tout au plus, 4 grammes par jour. Ce qui est très faible si l'on compare avec la consommation moyenne en Europe qui se situe entre 80 et 100 kg par tête d'habitant et par an». Il est donc clair que le Maroc n'est pas un pays de tradition charcutière. Néanmoins, les professionnels n'hésitent pas à investir dans la recherche et le développement en vue d'agrandir le marché des produits de charcuterie et des viandes transformées de manière générale. «Les comportements des consommateurs changent et il faut donc développer de nouveaux produits de bonne qualité, pas chers et faciles à utiliser», indique Dr. Daoudi. C'est ainsi que nombre d'opérateurs ont investi dans la charcuterie halal préparée à base de viande de bœuf, de volaille ou même de poisson. Koutoubia Holding a d'ailleurs lancé, il y a une année, une gamme à base de poisson blanc.

Sur un plan plus général, la Fédération interprofessionnelle des viandes rouges (FIVIAR) réfléchit



à une campagne de sensibilisation ciblant les ménages dont émane l'essentiel de la demande qui reste cyclique. Par rapport à une période normale, elle augmente de 30 à 40% en été et pendant Ramadan.

40 000 à 45 000 tonnes produites par an

En face, l'offre, estimée entre 40 000 et 45 000 tonnes par an pour un chiffre d'affaires de 555 MDH, est constituée d'une large gamme de produits nature, fumés, saumurés ou rôtis. Le foie gras est aussi très demandé pendant la période des fêtes de fin d'année.

Selon les producteurs et

les distributeurs, ce sont les produits à base de dinde qui sont les plus consommés. «Etant donné le dynamisme de la filière avicole et les prix accessibles, la charcuterie de dinde est pour les petits budget un substitut à la viande en boucherie», expliquent des opérateurs. Les gammes de produits fabriquées à base de bœuf sont par contre limitées. Cette offre émane de 59 unités de production, toutes agréées par l'Office national de sécurité sanitaire des produits alimentaires (ONSSA). Les principaux opérateurs sont Koutoubia Holding, Blanchereau (Dindy), Foodis, Miami, Génial et Somafaco (Del Pacha).

La commercialisation se fait essentiellement dans les laiteries, les cafés-hôtels-restaurants (CHR) et la distribution moderne. Dans ce dernier circuit, les opérateurs parlent d'une régression des ventes, aussi bien en volume qu'en valeur. Estimé actuellement à 11,8 millions d'unités, le volume a reculé de 11% au cours des deux dernières années. La valeur a pour sa part chuté de 7%, à 150 MDH. L'offre est segmentée en deux : le rayon «Coupe» où les produits sont préparés et coupés devant le consommateur et le rayon «Libre service» proposant des produits industrialisés conditionnés. Il y a aussi une segmentation par type de viande comme la dinde, le poulet, le bœuf et le canard, en plus de produits de saurisserie (fumé de truite, de saumon...) et du surimi (poisson haché).

Les industriels tiennent à préciser que dans la grande distribution l'offre porte essentiellement sur les produits d'importation. Les prix peuvent atteindre ou même dépasser les 250 DH le kilo contre 20 à 90 DH pour les produits locaux ■