

Emballage en carton : trois écosystèmes en cours de création

- Le marché pèse près de 7 milliards de DH ■ La production a augmenté de 50% depuis 2008, à 300 000 tonnes.
- Les investissements appelés à augmenter.



C'est un paradoxe. Alors que nombre d'industriels et de commerçants ne cessent de se plaindre de la morosité, le secteur de l'emballage en papier et en carton, un indicateur de la santé de l'économie ne cesse de croître. Pesant près de 7 milliards de DH, il est passé d'une production annuelle de 200 000 tonnes en 2008 à 300 000 tonnes en 2018, soit une croissance des activités de 50%, princi-

palement tirée par la multiplication des investissements dans la machine-outil et la modernisation des lignes de production, ce qui a eu pour effet d'augmenter significativement le niveau de productivité et de couvrir ainsi les besoins des industriels.

Aujourd'hui, un Marocain consomme près de 20 kilos d'emballages chaque année. Le marché est porteur, et certaines niches, comme l'automobile et l'agriculture,

ont fortement contribué au développement de la filière, qui compte aujourd'hui quelques acteurs structurés dont le marocain Gharb Papier et Carton (GPC), filiale de Ynna Holding et CMCP IP, filiale du papetier américain International Paper. Le renforcement continu de leur positionnement stratégique a fait que le secteur, jusque-là peu structuré et gangrené par l'informel, s'organise pour lancer trois nouveaux écosystèmes : collecte de papier et de carton recyclable, impression et conception d'emballages. L'étude de faisabilité est en cours. Leur mise en place sera annexée aux objectifs du Plan d'accélération industrielle (PAI).

Les investissements sont donc appelés à se multiplier au fur et à mesure que ces écosystèmes industriels se développent.

Production à flux tendu chez les grands industriels

Bertrand Laplaud, directeur général d'International Paper Région Maroc et

LE MARCHÉ EST PORTEUR ET CERTAINES NICHES COMME L'AUTOMOBILE ET L'AGRICULTURE ONT FORTEMENT CONTRIBUÉ À L'ESSOR DE LA FILIÈRE, QUI COMPTE QUELQUES ACTEURS STRUCTURÉS DONT LE MAROCAIN GHARB PAPIER ET CARTON ET L'AMÉRICAIN CMCP INTERNATIONAL PAPER

Afrique de l'Ouest –maison mère de CMCP IP–, confie à *La Vie éco* que «le renforcement de la grande distribution, par exemple, génère plus de demandes d'emballages, notamment pour des produits spécifiques tels que les emballages à haute qualité d'impression», ce qui permet à CMCP IP

non seulement d'accroître son chiffre d'affaires, mais aussi de diversifier son offre en proposant des références très peu, voire pas du tout, concurrencées localement. «Aujourd'hui, nous sommes un groupe multi-site qui intervient dans tous les domaines d'activité, de l'automobile à l'agroalimentaire incluant les fruits et légumes», poursuit Bertrand Laplaud. Ce dernier précise que les unités de production d'IP «vont naturellement se positionner pour répondre aux besoins des clients en fonction de leurs besoins. Nous nous devons de les anticiper». M. Laplaud fait référence au positionnement stratégique choisi par la filiale, qui se base sur l'acquisition (Europac à Tanger) ou la construction d'unités industrielles à proximité des zones concentrant le plus de demande. L'idée est d'installer des unités de production à proximité des clients permettant de réaliser d'énormes économies sur les coûts transport.

Sur ce point, Mounir El Bari, DG de GPC et prési-

Le Gharb génère le quart du chiffre d'affaires du secteur

Une étude réalisée par MEDPA, un acteur du secteur, fait ressortir que 30% du chiffre d'affaires réalisé se fait dans la région Gharb-Chrarda-Beni Hssen, tandis que 24% est réalisé dans le Grand Casablanca. Rabat-Salé-Zemmour-Zaër concentre 18% du chiffre d'affaires global et la région Tanger-Tétouan, 14%. Les autres régions, Chaouia-Ourdigha, Doukkala-Abda, Meknès-Tafilelt, Fès-Boulmane, Souss-Massa-Draâ, la région de l'Oriental, Marrakech-Tensift-El Haouz et Taza-Al Hoceima-Taounate, captent chacune 5% à 4% ■



dent de la Fédération des industries forestières, des arts graphiques et de l'emballage (FIFAGE), indique que «l'impact de l'emballage sur le coût de revient dépasse aisément les 10%. Dans certains cas, cela peut dépasser les 17% en fonction du produit et de la nature du carton ondulé que son emballage requiert. Par conséquent, la question de la proximité est particulièrement importante car sa maîtrise décide du coût de revient à la fois du producteur et de l'industriel-client». Pour M. El Bari, le secteur doit, certes, sa croissance au développement des activités industrielles, mais cela n'explique pas entièrement sa bonne

**LES INVESTISSEMENTS
ENGAGÉS PAR LES
OPÉRATEURS LOCAUX
ONT DOTÉ LE PAYS D'UNE
INDUSTRIE CAPABLE DE
FOURNIR UN EMBALLAGE
D'UNE QUALITÉ RECONNUE
MONDIALEMENT**

Les industriels en quête de débouchés en Afrique subsaharienne

Les exportations marocaines d'emballages en papier et en carton dépassent celles européennes, brésiliennes et mauritaniennes, notamment dans plusieurs marchés africains, en Egypte et même en Chine. Le Ghana, le Sénégal et le Cameroun constituent des marchés porteurs où le Maroc, positionné sur les références préfabriquées - que l'on peut adapter à tous les usages, est en concurrence sur le produit fini avec des pays européens, principalement l'Espagne d'où proviennent 16% des importations. Le Royaume importe aussi de France (10% du total) et de l'Arabie Saoudite (plus de 50%). Ces importations sont constituées généralement de papier utilisé dans la fabrication du carton ondulé et de matières premières diverses) ■

tenue ; les investissements engagés par les opérateurs locaux ont doté le pays d'une industrie capable de fournir un emballage d'une qualité reconnue mondialement, «qui n'a rien à envier aux produits allemands, espagnols, émiratis ou chinois».

Par contre, et étant donné que le seul moyen de se maintenir et de se développer dans la filière est d'investir dans plusieurs sites pour être proche des clients, certains petits producteurs n'arrivent pas à suivre par manque de moyens. Ces derniers se trouvent ainsi contraints à se limiter à la capacité de production dont ils disposent. «Le ticket d'entrée pour le secteur est lourd en investissements et nécessite beaucoup de capitaux», confirme M. El Bari.

500 MDH pour démarrer

Une unité de production d'emballages en papier et en carton nécessite en moyenne 500 MDH d'investissement. C'est ce qui explique la faible propension des producteurs marocains à s'implanter dans les zones industrielles porteuses. Selon le DG de GPC, ces producteurs «souffrent beaucoup plus de l'importation massive de produits concurrents, en provenance d'Égypte pour ce qui est des boîtes à pizza par exemple». Certaines industries locales sont même en surcapacité et peinent à

écouler leur production. «Les nouvelles usines qui se sont installées ces dernières années au Maroc font que l'offre est bien supérieure à la demande marocaine», confirme le DG de IP Région Maroc et Afrique de l'Ouest.

Mais ce n'est pas là le seul problème lié à l'exploitation d'une telle industrie. Le coût de l'énergie alourdit les charges de production. Il s'en suit des difficultés à rentabiliser les investissements. Ce sont les groupes mieux lotis financièrement qui s'en sortent.

Autre particularité du secteur : «Le coût de l'emballage pour les produits alimentaires de première nécessité n'augmente pas. Les appels d'offres émis par les industriels de l'agroalimentaire stipulent que la nature de produits tels le sucre et l'huile impose une maîtrise des coûts de production à des niveaux bas pour ne pas augmenter le prix de vente. Nous sommes ainsi tenus, dans ces cas de figure, de maintenir les prix aussi bas que possible afin de répondre à ces exigences», souligne le DG de GPC.

Un potentiel encore sous-exploité

«Notre stratégie est d'accompagner le Maroc et ses différents plans (Plan Maroc Vert, Plan Haliéutis, Plan Emergence...) pour ainsi bénéficier de la croissance générée. Par ailleurs, les solutions d'emballages vont se développer notamment de façon cohérente par rapport aux décisions environnementales prises par le gouvernement, telle la maîtrise des sacs en plastique», explique Bertrand Laplaud. Pour que ces missions soient honorées, Mounir El Bari insiste sur la nécessité de revoir le modèle économique et stratégique du secteur, en apportant des réponses concrètes aux nombreuses difficultés que connaît la filière. La formation est l'une des problématiques que la FIFAGE montre du doigt depuis des années. «A ce jour, aucun institut de formation, école d'ingénieurs ou université ne dispense de formations sur les métiers de la transformation du papier, du carton et de l'emballage. Ceux qui travaillent dans le secteur y ont été formés sur le tas, sans la moindre préparation préalable. La filière ne pourra se développer davantage que si la question de la formation est résolue. Si l'on prend l'exemple de l'Espagne, les industriels de

l'emballage produisent 50 fois plus que le Maroc. Ce n'est pas uniquement une question de nombre d'usines ou de lignes de production. Ces industriels parviennent à se maintenir à des niveaux compétitifs même à l'international grâce à leurs compétences. Il n'y a aucune raison pour que le Maroc ne puisse pas faire pareil», s'exclame le président de la fédération. La création d'un institut de formation à l'instar des écosystèmes automobile et aéronautique viendra, on l'espère, combler le gap ■

MEHDI MOUTALIB

Matières premières : un marché à part

La maîtrise des coûts par la proximité des sources d'approvisionnement en matières premières ne s'applique pas à l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur. L'approvisionnement au niveau national ne permet pas aux producteurs de couvrir l'ensemble de leurs besoins. Avec seulement 13% de surface exploitable, les ressources forestières nationales sont extrêmement restreintes, d'où l'obligation pour les industriels de recourir aux importations. Les importateurs-distributeurs de préfabriqué et de produits finis sont les plus exposés, car le produit fini (emballage en carton) ne peut être stocké de manière optimale dans les conteneurs, à l'inverse du papier qui peut occuper l'ensemble de l'espace de stockage. Les produits importés reviennent chers, mais arrivent tout de même à concurrencer la production locale sur certains segments, en l'occurrence le préfabriqué et le standardisé ■