

LES **ÉCO** SUPPLÉMENTS

INSPIRATIONS

Par Maryem Ouazzani
et Sanae Raqui



AGRO-INDUSTRIE

LE «MADE IN MOROCCO» À LA CONQUÊTE DU MONDE



AGRO-INDUSTRIE

LE «MADE IN MOROCCO» À LA CONQUÊTE DU MONDE

L'industrie agroalimentaire marocaine est bien plus qu'un secteur économique en plein essor. C'est une véritable success-story qui unit tradition, innovation, et ambitions à l'export. Forte d'une expérience de plusieurs décennies, marquée par un développement continu des process et de la production, cette industrie est aujourd'hui sur une nouvelle trajectoire. Le secteur s'est développé grâce à des investissements massifs dans des technologies de pointe, la recherche et le développement de nouvelles gammes de produits. Ce n'est pas tout, car la conformité aux normes de qualité internationales est devenue une priorité, garantissant des produits sûrs et compétitifs. Aujourd'hui, le Maroc ne se contente pas de satisfaire la demande intérieure, mais il a pu se positionner sur bon nombre de marchés à l'export et continue à en convoiter de nouveaux. Les produits marocains, tels que les agrumes, l'huile



d'argan, le vin, et les produits de la mer, sont recherchés sur les marchés internationaux. Et, d'un point de vue stratégique, une série d'accords commerciaux et des partenariats ont été conclus pour faciliter l'accès à ces marchés. Au cœur de cette dynamique, la durabilité environnementale et sociale s'est érigée parmi les grandes priorités des préoccupations de l'industrie agroalimentaire marocaine. Des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement, la promotion de l'agriculture biologique, et la responsabilité sociale des entreprises sont des piliers de cette industrie. À date, le secteur de l'industrie agroalimentaire génère pas moins de 30 milliards de dirhams en valeur ajoutée, soit 26 % du PIB industriel. À l'horizon 2030, le Maroc dispose de tous les ingrédients pour faire de son industrie agroalimentaire un nouveau fer de lance de sa souveraineté alimentaire, de son économie et de ses échanges commerciaux avec le reste du monde.

SOMMAIRE

- **Agro-industrie.** Le passé promis à un bel avenir **P. 4**
- **Agro-industrie .** Une nouvelle génération de défis **P. 5**
- **Agro-industrie.** Panorama du Made in Morocco **P. 6-7**
- **Développement des exportations.** L'accompagnement, un ingrédient clé **P. 8**
- **Made in Morocco.** Cosumar, un cas d'école **P. 9**
- **Entretien.** Brahim Laroui, directeur général de Lesieur Cristal **P. 10-11**
- **Entretien.** Adil Lamnini, président de l'Association professionnelle des marques marocaines **P. 12**
- **Promotion du Made in Morocco.** Une stratégie bien ficelée **P. 14**
- **Industrie de la pêche.** Les mesures d'incitation font défaut **P. 15**



*Eclatante
de Vie!*

- ✓ légère
- ✓ contient du magnésium
- ✓ faible en sodium

CONTIENT DU MAGNÉSIUM
FAIBLE EN SODIUM

VITALYA
EAU DE TABLE LÉGÈRE

1,5 L

AGRO-INDUSTRIE

Le passé promis à un bel avenir

L'histoire a montré que le Maroc a bravé vents et marées pour décrocher la position qu'il détient actuellement en matière d'industrialisation. Et même si l'exploitation de ce potentiel n'est pas à son paroxysme, l'avenir s'avère prometteur eu égard aux perspectives de développement qui s'offrent au pays. Il suffit d'appuyer sur le «champignon» et de renforcer les acquis.

Il fut un temps où le Maroc disposait d'un dispositif industriel axé sur la diversification du tissu productif. Il était question de renforcer l'héritage légué par les forces coloniales notamment dans le textile et l'agro-industrie. Une orientation industrielle qui s'est estompée au fil des années, avant qu'un tournant majeur ne finisse par être pris. Aujourd'hui, le Maroc s'inscrit dans cette logique de la configuration des modèles industriels qui prônent l'ouverture et la diversification notamment dans des niches de proximité dans des secteurs dans lesquels le pays a réalisé des progrès progressifs. Ces niches concernent éventuellement l'agriculture et l'agroalimentaire. Le Royaume a adopté une stratégie ambitieuse, connue sous le nom de Plan Maroc Vert, qui vise à renforcer la compétitivité du secteur agricole. Ce plan s'est concentré sur l'agriculture durable, l'irrigation et le développement des chaînes de valeur. En conséquence, le Maroc a connu une croissance significative de ses exportations de fruits et légumes, se limitant ainsi à la production de primeurs, laissant de côté la transformation qui pourrait augmenter davantage sa capacité d'exportation et conquérir de facto de nouveaux marchés internes comme externes. Dans ce sens, le Haut Commissariat au Plan avait présenté, en 2018, une étude sur le potentiel de diversification de l'économie marocaine et les nouvelles opportunités de sa croissance, basée sur une étude de Harvard effectuée en 2006. Cette étude relate une approche



Le secteur de l'industrie agro-alimentaire (IAA) génère 30 milliards de dirhams en valeur ajoutée, soit 26 % du PIB industriel.

relative à l'économie complexe, ou ce qu'on appelle communément les capacités. En d'autres termes, les produits destinés à l'international requièrent des connaissances technologiques et des dispositions de l'environnement

AMONT VS AVAL

Certes le pays reste à vocation agricole et grand exportateur de produits alimentaires, mais aux yeux de l'OMC (Organisation mondiale du commerce), il est considéré comme importateur net de ces derniers. Selon des experts

À l'horizon 2030, le Maroc pourrait faire de son industrie agroalimentaire un nouveau fer de lance de sa souveraineté alimentaire, de son économie et de ses échanges commerciaux avec le reste du monde.

social et institutionnelles pour être fabriqués. Ainsi, à travers ces acquis, le pays est capable de produire des produits similaires ou proches de ceux qu'il importe. Un pari que le Maroc tente de gagner à travers des stratégies telles que le développement de zones agro-industrielles orientées vers l'exportation, comme les agropoles, lesquelles attirent des investissements nationaux et étrangers. Ces zones encouragent la production de cultures à haute valeur ajoutée pour l'exportation.

dans le domaine, cette ambivalence s'explique en grande partie par le fossé entre l'amont et l'aval de la chaîne de valeur. En effet, si la production agricole a été massifiée ces dernières années grâce notamment au Plan Maroc Vert et son successeur «Génération Green», la transformation de la matière brute pour en faire un produit industriel ciblant à la fois le marché intérieur et les marchés internationaux n'est pas encore au rendez-vous. Cependant, à l'horizon 2030, le Maroc pourrait faire de son industrie agroalimentaire un nouveau fer de lance de sa souveraineté

alimentaire, de son économie et de ses échanges commerciaux avec le reste du monde. Sécurité, Intégration, Durabilité et Innovation constituent à cet égard les piliers d'une vision renouvelée.

LE SECTEUR EN CHIFFRES

Le secteur de l'industrie agro-alimentaire (IAA) génère 30 milliards de dirhams en valeur ajoutée, soit 26 % du PIB industriel, et regroupe environ 2.000 entreprises et emploie plus de 150.000 personnes, soit l'équivalent de 25% de l'effectif industriel global. Ceci dit, l'agro-industrie, l'un des secteurs phare du Plan d'Accélération Industriel du Maroc, connaît depuis près de 10 ans une croissance de l'ordre de 6% par an en moyenne, et constitue donc un pilier important de l'industrie marocaine avec près de 5% du PIB national. Ce qui lui vaut d'être le deuxième secteur industriel du pays en taille. Les produits marocains de l'agro-industrie sont en effet principalement destinés au marché domestique, les biens exportés ne représentant que 12% du total des exportations industrielles pour une valeur d'à peine 1,7 milliard de dollars. Les exportations restent ainsi inférieures par rapport à leur potentiel, aux opportunités du marché mondial et aux nombreux accords de libre-échange signés par le Maroc, situation due essentiellement à l'insuffisance de l'offre exportable, aux irrégularités des campagnes agricoles et au cadre réglementaire et fiscal actuel qui, selon les professionnels, empêche l'émergence d'un marché intérieur organisé à cause de la vente en vrac de produits transformés et d'une imposition de la TVA à 20% sur les produits alimentaires emballés. S'agissant des exportations du secteur de l'agriculture et agro-alimentaire, elles ont avoisiné les 62,4 MMDH à fin septembre 2023, en légère baisse de 0,5%, après une hausse significative enregistrée un an auparavant (+23,4%). Cette évolution est attribuable au retrait de la valeur des expéditions de l'industrie alimentaire de 2,2% et à une quasi-stagnation de celles des produits d'agriculture, sylviculture et chasse (+0,2%). Toutefois, au titre du troisième trimestre 2023, les exportations de l'agriculture et agro-alimentaire se sont accrues de 1,7%, recouvrant un raffermissement des expéditions des produits d'agriculture, sylviculture et chasse de 11,8%, et une baisse des expéditions de l'industrie alimentaire de 1,5%.

AGRO-INDUSTRIE

Une nouvelle génération de défis

Face à des défis de taille, l'industrie agroalimentaire se trouve à un tournant crucial, nécessitant une adaptation rapide. Il est préconisé une révision profonde de l'approche des acteurs agro-industriels, basée sur la digitalisation, l'innovation et la décarbonation.

Situé à la croisée de l'agriculture et de l'industrie, le secteur agroalimentaire représente un moteur essentiel pour la croissance du pays. Son impact, tant sur la vie rurale que sur la stabilité économique nationale, en fait un acteur stratégique pour la sécurité alimentaire et la régulation de la balance commerciale. L'agro-industrie fait désormais face à des défis certes, mais peut profiter d'une multitude d'opportunités. Selon un rapport de l'Institut marocain de l'intelligence stratégique (IMIS), réalisé par Ahmed Azirar, économiste, coordinateur de recherches à l'IMIS, Aicha Kortbi, consultante en agro-industrie, et Ahlam Mohammadi, professeure à l'UEMF, sur la thématique « Industrie agroalimentaire, le Maroc futur champion régional ? », le secteur se trouve face à des défis importants, tels que la modernisation des méthodes de production et de distribution des différentes filières, ainsi que la valorisation de davantage de ressources agricoles. « Le secteur agroalimentaire au Maroc est au cœur des enjeux économiques du pays. Sa vitalité impacte non seulement la vie rurale, mais contribue également de manière significative à la stabilité économique nationale », est-il souligné dans ce sens.

OBJECTIF : RÉDUIRE LA DÉPENDANCE EXTERNE

En dépit de sa vocation agricole, le Maroc reste un importateur net de produits alimentaires, exposant ainsi l'économie nationale aux fluctuations des marchés mondiaux. La crise de la covid-19 a mis en lumière cette dépendance, accentuée par des conflits géopolitiques tels que celui opposant la Russie à l'Ukraine,



En dépit de sa vocation agricole, le Maroc reste un importateur net de produits alimentaires, exposant ainsi l'économie nationale aux fluctuations des marchés mondiaux.

entraînant des perturbations dans les chaînes d'approvisionnement mondiales. Ceci dans un contexte où le secteur dispose d'opportunités certaines en matière d'équipements, de développement de la recherche et de l'innovation, d'accès à des matières premières de qualité et de formations aux méthodes et techniques les plus performantes. Un autre défi de plus en plus prégnant, le changement climatique, qui se manifeste au Maroc par une sécheresse et un stress hydrique persistants, s'ajoute aux problèmes existants. La saison agricole 2021-2022, marquée par des résultats médiocres, met en évidence la vulnérabilité des modèles de production. Les perturbations logistiques soulignent les tensions sur l'approvisionnement en denrées alimentaires et en matières premières. « La gestion durable, la diversification industrielle, la meilleure valorisation et la maîtrise des marchés constituent, dans ce cadre, le seul moyen de réduire l'impact de cette dépendance au marché international », estiment les experts.

LES SOLUTIONS POUR UNE NOUVELLE ÉMERGENCE

Les entretiens des rédacteurs du rapport de l'IMIS, avec les acteurs du secteur, soulignent la

nécessité d'une stratégie intégrée pour traiter les effets de la crise et relancer l'industrie. Il est préconisé dans ce sens une révision profonde de l'approche des acteurs agro-industriels, mettant en avant la digitalisation, l'innovation et la décarbonation comme des leviers essentiels pour surmonter les défis et assurer une nouvelle émergence du secteur. La relance des marchés et la restructuration de l'industrie se concentrent sur trois axes. Pour les filières exportatrices, la diversification vers des produits plus demandés sur de nouveaux marchés est préconisée. Concernant les produits intermédiaires dépendant des importations, la réduction des coûts, par la diminution des taxes et la flexibilisation des réglementations, est essentielle. Pour les filières orientées vers le marché intérieur, la recommandation est de réduire les prix, renforcer la protection contre les importations, diversifier les produits et promouvoir le produit local.

L'IMPORTANCE DE LA DIGITALISATION ET DE L'INNOVATION

La digitalisation est perçue comme un outil majeur d'amélioration de la performance industrielle, particulièrement dans un contexte où la diversification

et la conquête de nouveaux marchés sont pressantes. Tant les grandes entreprises que les agriculteurs doivent acquérir les connaissances nécessaires pour accéder à l'innovation technologique, aux marchés et aux ressources financières. En outre, dans un contexte mondial en mutation, la décarbonation de la production industrielle se révèle incontournable. La nouvelle stratégie industrielle du Maroc aspire à positionner le pays comme une base industrielle décarbonée et circulaire, tirant parti de ses énergies renouvelables pour ancrer une industrie propre. Le rapport rappelle que la crise de la covid-19 souligne l'importance cruciale de la maîtrise de la data et du déploiement d'un marketing intelligent. La convergence de la digitalisation, de l'innovation et de la décarbonation ouvre une nouvelle ère pour l'industrie agroalimentaire marocaine. En surmontant ces défis, le secteur peut non seulement assurer sa durabilité économique, sociale et écologique, mais également jouer un rôle central dans la croissance du « Made in Morocco » sur la scène mondiale. La transformation structurelle du secteur apparaît comme une nécessité pour répondre aux enjeux actuels et préparer l'avenir.

PANORAMA DU M



Le secteur de l'industrie agroalimentaire c'est :



30 milliards de dirhams en valeur ajoutée générées, soit 26 % du PIB industriel.



Près de 2.000 entreprises.



La stratégie nationale du secteur agricole «Génération Green» vise la valorisation de 70% de la production à l'horizon 2030.



Plus de 150.000 personnes employées, soit l'équivalent de 25% de l'effectif industriel global.



Les PMI représentent 95% du secteur.



Près de 40% des revenus générés par les entreprises de l'agro-industrie sont liés à la transformation de produits importés



Les principaux pays investisseurs dans l'industrie agroalimentaire au Maroc sont la France (59%), Singapour (24,2%) et la Grande-Bretagne (14,7%).

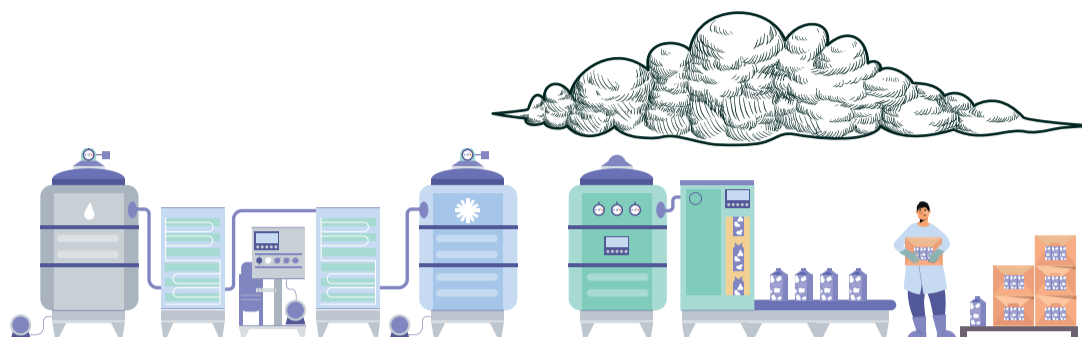
57,5
MILLIARDS DH

AU TERME DES HUIT PREMIERS MOIS DE 2023, LE CHIFFRE D'AFFAIRES À L'EXPORT DU SECTEUR AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE S'EST ÉLEVÉ À 57,5 MILLIARDS DE DIRHAMS, EN AMÉLIORATION DE 0,5%, APRÈS UNE BAISSSE DE 1,2% À FIN JUIN 2023 ET UNE HAUSSE DE 27,2% UN AN AUPARAVANT.



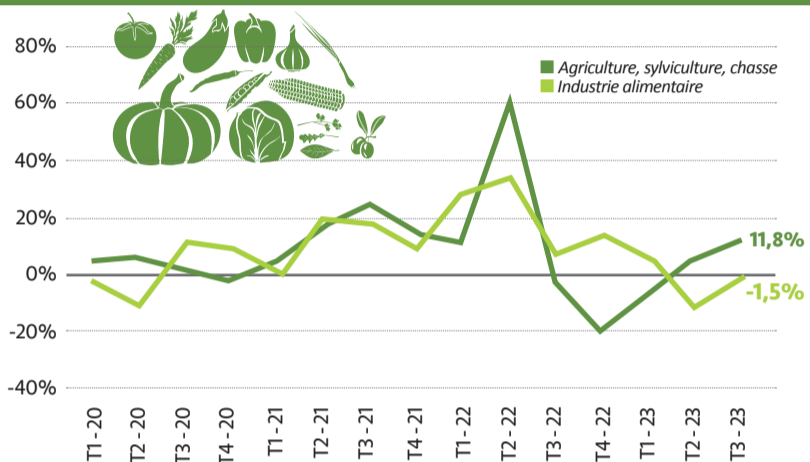
DUSTRIE

MADE IN MOROCCO



Évolution des exportations du secteur agriculture et agroalimentaire

Source : DEPF



Exportations par produits agroalimentaires remarquables

Source : OFFICE DES CHANGES

	JANVIER-SEPTEMBRE 2023 POIDS TONNE	VALEUR 1.000 DH	JANVIER-SEPTEMBRE 2022 POIDS TONNE	VALEUR 1.000 DH
Préparations et conserves de poissons et crustacés	122.809	6.040.442	137.273	6.112.875
Légumes frais, congelés ou en saumure	392.826	5.471.852	417.160	4.630.553
Fruits frais ou secs, congelés ou en saumure	91.831	4.267.457	113.167	4.162.751
Poissons frais, salés, séchés ou fumés	220.296	3.491.340	249.310	3.807.009
Sucre brut ou raffiné	439.123	2.941.053	575.442	3.301.392
Farine et poudre de poissons	97.318	1.551.390	116.691	1.738.556
Conserves de légumes	73.077	1.402.475	102.510	1.448.359
Pâtisseries et préparations à base de céréales	60.519	789.627	49.284	708.584
Tabacs	3.465	786.810	1.823	492.047
Préparations alimentaires diverses	9.715	741.759	10.099	603.507
Thé	929	290.658	937	253.165
Préparations à base de sucre	14.623	214.071	7.355	153.897
Épices	6.571	213.154	8.612	221.985
Conserves de fruits et confitures	7.909	176.502	8.084	160.793
Eaux minérales et boissons non alcooliques	31.465	165.999	22.797	145.958
Extraits et essences de café ou de thé	1.047	157.471	2.222	240.603
Bières; vins; vermouths; et autres boissons spiritueuses	4.624	105.363	4.329	76.169
Fromage	1.369	94.385	2.471	131.243
Jus de fruits et de légumes	4.833	70.005	8.822	92.230
Cacao et préparations à base de cacao	1.412	58.795	1.155	36.559
Lait et produits de la laiterie autres que le beurre et le fromage	5.249	56.007	5.538	48.078
Préparations pour l'alimentation des animaux.	7.054	48.081	5.525	31.895
Autres produits alimentaires	15.838	223.136	67.145	435.044



+9,6%

LES EXPORTATIONS DU SECTEUR DE L'AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE SE SONT RENFORCÉES DE 9,6% AU TITRE DES DEUX PREMIERS MOIS DU T3-2023.

DÉVELOPPEMENT DES EXPORTATIONS

L'accompagnement, un ingrédient clé

En dépit de l'évolution des exportations des produits alimentaires durant la dernière décennie, bien des freins entravent le développement du secteur. Mais pour que ce pilier fondamental de l'économie nationale poursuive sur sa lancée, il est urgent d'opter pour un accompagnement inclusif et une offre plus complète.

L'industrie agroalimentaire revêt un enjeu stratégique pour le Maroc dans sa quête de souveraineté alimentaire. Ce pilier fondamental de l'économie nationale, hors transformation des produits de la mer (TPM) est organisé, selon la fédération nationale de l'agroalimentaire (FENAGRI), en treize branches d'activités, employant environ 150.000 personnes et réalisant un chiffre d'affaires de près 126 milliards de dirhams avec environ 24 MMDH de valeur ajoutée, soit l'équivalent de 8% du PIB industriel du Royaume. Toutefois, en dépit de ces réalisations, l'industrie agroalimentaire locale présente une balance commerciale déficitaire. En effet, en 2019, le déficit était d'environ 6 MMDH. Et au grand dam des opérateurs, ce dernier continue de se creuser. Pour cause, le secteur fait face à une flambée des cours de l'énergie et des matières premières ainsi qu'à une baisse de l'offre agricole, en raison essentiellement du déficit hydrique qui devient de plus en plus chronique.

FREINS À L'EXPORT

Dans le même temps, les exportations de produits agroalimentaires finis hors TPM demeurent limitées, réalisant un chiffre d'affaires de 11 MMDH en 2019. Ainsi, ce segment a connu une croissance de l'ordre de 9% par an sur la période allant de 2010 à 2019. Par ailleurs, ces exportations en produits agroalimentaires, hors TPM, sont concentrées sur trois destinations à savoir la France, l'Espagne et les États-Unis. À elle seule, la France totalise 40% de ces exportations. La branche de transformation des



L'industrie agroalimentaire, ce sont 13 filières employant environ 150.000 personnes et réalisant un CA de près 126 milliards de dirhams avec environ 24 MMDH de valeur ajoutée, soit l'équivalent de 8% du PIB industriel du royaume.

fruits et légumes représente près du tiers du total des exportations agroalimentaires réalisées. Mais à en croire la FENAGRI, les industriels locaux sont confrontés à de nombreux freins à l'export, prin-

aussi des difficultés à écouler leurs produits sur les marchés internationaux. Les barrières tarifaires et non tarifaires rencontrées, même en cas d'accords de libre échange avec les pays de destination, en-

gnement inclusive intégrant un appui individualisé. Afin d'assurer un meilleur accompagnement des entreprises agroalimentaires à l'export, les opérateurs de l'industrie agroalimentaire proposent des actions clés telles que le développement des exportations. Cette étape constitue un levier incontournable pour asseoir l'industrie agroalimentaire et la souveraineté alimentaire. Autre mesure proposée : la protection de l'industrie agroalimentaire locale contre les importations à travers l'application du principe de réciprocité pour garantir la compétitivité du secteur. La FENAGRI propose aussi de définir une offre d'accompagnement sur mesure pour les différentes filières de cette industrie, afin de mieux orienter les efforts afin de répondre efficacement à leurs besoins spécifiques. L'instance recommande également la concentration des efforts sur des champions nationaux, ce qui entraînerait un effet d'émulation du secteur et permettrait d'asseoir la souveraineté régionale. L'organisation d'un salon international de l'agroalimentaire au Maroc constituerait un levier clé pour la stimulation des exportations locales et positionnerait le pays comme un hub en Afrique. Last but not least, la contractualisation des engagements des parties sur un horizon pluriannuel est nécessaire pour assurer la coordination, ainsi qu'un suivi rigoureux et concerté du plan d'action.

Les exportations en produits agroalimentaires, hors TPM, sont concentrées vers trois destinations, à savoir la France, l'Espagne et les États-Unis. La France se taille la part du lion avec 40% des exportations.

cipalement en ce qui concerne la connaissance de certains marchés à l'export, ou ce qu'on appelle communément, le Market intelligence. La compétitivité fait également défaut. Dans ce sens, la fédération indique que le gap de compétitivité reste étroitement lié aux coûts logistiques élevés et à des taux d'utilisation encore faibles. S'ajoute à cela l'absence de certifications internationales qui complique la tâche aux opérateurs dans leur quête de marchés à l'international. Parmi les obstacles figure également l'accès aux marchés à travers le marketing et la promotion. En effet, la capacité à développer des marques et à communiquer efficacement sur les produits à l'export reste limitée. Le pouvoir de négociation reste par ailleurs relativement faible. Les exportateurs ont

travert le développement du secteur. Les industriels se plaignent aussi du volet assurance, car ils ont du mal à se prémunir des risques liés aux échanges internationaux (défaillance des clients, dévaluation de la monnaie...).

POUR UN ACCOMPAGNEMENT INCLUSIF

Néanmoins, l'industrie agroalimentaire locale offre un potentiel additionnel estimé à environ 13,3 MMDH d'exportations à l'horizon 2026. Afin de booster les exportations, un changement de paradigme dans le dispositif d'accompagnement à l'export est progressivement déployé. Pour ce faire, la FENAGRI insiste sur l'offre et l'accompagnement. En effet, il devient de plus en plus urgent de proposer une offre d'accompa-

MADE IN MOROCCO

Cosumar, un cas d'école

Cosumar est bien plus qu'une entreprise prospère. Elle incarne le succès de l'industrie sucrière marocaine sur la scène mondiale, conjuguant partenariats internationaux de renom, investissements durables et une présence affirmée. Cosumar se profile ainsi comme un ambassadeur-clé du «Made in Morocco».

Depuis 2005, le groupe Cosumar s'est imposé comme le fer de lance de la transformation de l'industrie sucrière marocaine, se hissant au sommet de la compétitivité et de la modernisation. L'acquisition des sucreries publiques a été le point de départ d'une série d'initiatives stratégiques, marquées par un contrat-programme signé avec le gouvernement en 2008, mettant l'accent sur la sécurité alimentaire et le développement socio-économique régional. Aujourd'hui, Cosumar est bien plus qu'une entreprise nationale, c'est un acteur majeur du «Made in Morocco» qui opère avec succès sur les marchés internationaux.

CHAMPION À L'EXPORT

Avec une capacité de production de deux millions de tonnes de sucre blanc, surpassant la demande nationale de 1,2 million de tonnes, Cosumar joue un rôle crucial dans la stabilité et la résilience de l'approvisionnement alimentaire du pays. La stratégie de développement s'est intensifiée en 2013 avec l'ouverture à l'export, et depuis, les performances à l'international ont explosé, le volume des ventes à l'export ayant été multiplié par 100 depuis 2013. L'exportation du sucre blanc, qui représente maintenant plus de 30% de l'activité du groupe, a contribué significativement à l'augmentation des rentrées en devises et à l'amélioration de la balance commerciale du Maroc. L'objectif initial de Cosumar était de consolider la notoriété de la marque à l'international. Aujourd'hui, les résultats parlent d'eux-mêmes.

DES PARTENARIATS INTERNATIONAUX SOLIDES

La qualité du sucre Cosumar, répondant aux normes internationales, a ouvert les portes à



En 2022, le groupe a exporté 752.000 tonnes de sucre blanc, marquant ainsi une nouvelle étape dans sa présence à l'international.

des partenariats prestigieux avec des géants mondiaux tels que Coca-Cola, Nestlé, Mondelez et Pepsi. Ces alliances renforcent la position de Cosumar sur la scène internationale tout en soulignant son engagement en faveur du développement durable et socio-économique local. «En 2022, le groupe a exporté 752.000 tonnes de sucre blanc, marquant ainsi une nouvelle étape dans sa présence mondiale», est-il noté auprès du groupe.

MODERNISATION ET EXPANSION

Depuis l'acquisition des sucreries publiques en 2005, Cosumar a investi plus de 10 milliards de dirhams dans la modernisation et l'expansion de la filière sucrière nationale. L'accent a été mis sur le développement durable et socio-économique local, avec des résultats significatifs. La productivité de l'amont agricole sucrier a doublé, les équipements de production ont été modernisés, et l'innovation technologique a optimisé les coûts de production. Cosumar a adopté un

modèle intégré, couvrant l'extraction, le raffinage, le conditionnement et la commercialisation du sucre, consolidant sa position en tant qu'acteur majeur de l'agroalimentaire en Afrique.

UN MODÈLE RÉUSSI

En intégrant les processus d'extraction, de raffinage, de conditionnement et de commercialisation du sucre, le groupe se positionne comme un acteur majeur, à la fois résilient et intégré, dans le secteur agroalimentaire en Afrique. Le groupe étend sa présence sur le continent grâce à l'exportation du sucre blanc vers plusieurs pays et à l'établissement d'une unité industrielle de conditionnement de sucre en Guinée Conakry. Après le succès d'opérations d'exportation en Afrique, Cosumar confirme son ambition de renforcer sa présence commerciale en Afrique de l'Ouest, en se lançant dans le conditionnement et la commercialisation de sucre blanc dans ce pays. Des investissements supplémentaires ont été déployés au niveau de la

chaîne d'approvisionnement et de la capacité de stockage pour garantir l'approvisionnement du marché local et poursuivre le développement de l'exportation du sucre blanc. Deux projets d'extension de stockage ont été réalisés, l'un portant sur un nouveau silo de sucre blanc, d'une capacité de 40 Kt, et l'autre sur un nouveau silo de stockage de sucre brut de 340 Kt.

UNE SUCCESS STORY «MADE IN MOROCCO»

Cosumar se positionne comme une véritable success-story du «Made in Morocco» dans l'industrie sucrière. Des partenariats internationaux prestigieux à des investissements massifs pour la durabilité, le groupe marocain a su transformer les défis en opportunités, contribuant ainsi à la souveraineté alimentaire nationale tout en étant un acteur majeur sur la scène mondiale. L'histoire de Cosumar est non seulement celle d'une entreprise prospère, mais aussi celle d'une économie marocaine qui réussit à s'affirmer dans un monde économique globalisé.



ENGAGEMENT ENVERS LA DURABILITÉ

Les investissements massifs de Cosumar dans la modernisation technologique et l'innovation témoignent de son engagement envers une filière sucrière durable. La réduction de l'empreinte carbone a été une priorité, avec une diminution de 46% entre 2006 et 2016, suivie d'une réduction supplémentaire de 20% en 2022. L'introduction d'un procédé innovant, remplaçant le fuel par le séchage solaire de la pulpe de betterave, en est un exemple concret.

Lesieur Cristal a pu conquérir les marchés européen et africain. Le groupe capitalise sur son ancrage profond sur le marché marocain et sur ses métiers de base adaptant ses offres aux spécificités locales tout en maintenant des normes de qualité élevées.

Comment Lesieur Cristal s'est-elle positionnée sur les marchés internationaux, et quels ont été les facteurs clés de ce succès à l'exportation ?

Le succès de l'internationalisation de Lesieur Cristal repose sur plusieurs facteurs clés qui ont contribué à sa position sur les marchés internationaux. Tout d'abord, l'ancrage profond de l'entreprise dans l'histoire et les habitudes des citoyens marocains a constitué une base solide. Cette connexion préexistante a permis à l'entreprise de développer une relation étroite avec la diaspora marocaine, particulièrement en Europe, où la présence régulière de ses produits a renforcé sa notoriété. Dans les années 2000, la vision stratégique du management a été un élément déterminant. La reconnaissance d'une opportunité d'expansion vers les marchés africains a conduit Lesieur Cristal à s'engager activement dans le développement de relations commerciales en Afrique subsaharienne et en Afrique du Nord. Les similitudes dans les besoins des consommateurs, notamment en matière alimentaire, d'hygiène corporelle et domestique, ont été identifiées entre le Maroc et d'autres pays du continent. L'entreprise a su capitaliser sur ses métiers de base, axés sur la production alimentaire et les produits liés à l'hygiène, adaptant ses offres aux spécificités locales tout en maintenant des normes de qualité élevées. La capacité de production et le savoir-faire de Lesieur Cristal ont été des atouts majeurs dans cette démarche, permettant une adaptation efficace aux besoins locaux et une réponse agile aux évolutions du marché. Au cours des vingt dernières années, Lesieur Cristal a consolidé sa présence en Afrique en saisissant les opportunités de croissance offertes par le continent. En 2022, le fait que près de 20% du chiffre d'affaires provienne des exportations témoigne du succès de cette stratégie d'expansion internationale. Cette performance



BRAHIM LAROUI
Directeur général de Lesieur Cristal

“Tous les ingrédients sont réunis pour positionner le Maroc sur la scène internationale”

souligne la capacité de l'entreprise à comprendre et à s'adapter aux marchés mondiaux, tout

oriente ses efforts vers deux marchés majeurs : l'Europe et l'Afrique. En Europe, la focalisation

En 2022, le fait que près de 20% du chiffre d'affaires provienne des exportations témoigne du succès de cette stratégie d'expansion internationale.

en maintenant la qualité et la pertinence de ses produits à travers les frontières.

Quels marchés cibles Lesieur Cristal vise-t-elle actuellement, et quels sont les critères de choix de ces marchés ?

Actuellement, Lesieur Cristal

sur la diaspora marocaine offre un avantage significatif, grâce à une connexion établie avec des citoyens déjà familiarisés avec nos produits. L'attrait de l'Europe réside également dans le pouvoir d'achat considérablement supérieur à celui du Maroc, offrant ainsi des opportunités pour répondre à

des besoins plus diversifiés et approfondis. En ce qui concerne les marchés africains, souvent des économies émergentes avec un pouvoir d'achat moindre, Lesieur Cristal adopte une stratégie d'horizontalité. Cette approche implique initialement la création de relations commerciales par le biais de l'exportation, suivie d'un développement accru de la production locale lorsque cela est viable. Des réussites notables de cette stratégie incluent des initiatives au Sénégal et en Tunisie. Le modèle commercial est adapté en fonction des particularités de chaque marché. Lorsqu'un modèle réussit, Lesieur Cristal explore d'autres opportunités similaires. La recherche de nouveaux pays cibles se fait en tenant compte de la facilité de prospérer, en mettant l'accent sur des relations solides et une connexion adéquate avec le marché local. Les marchés prioritaires actuels sont les pays d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique centrale, où Lesieur Cristal a déjà établi des relations commerciales. La présence dans une quinzaine de pays africains souligne notre engagement continu dans cette région en expansion, démontrant notre capacité d'adaptation dans des contextes économiques variés.

Quels types d'investissements réalisés pour moderniser les processus de production ? En quoi ces investissements ont-ils amélioré l'efficacité opérationnelle et la qualité des produits ?

Les investissements réalisés pour moderniser les processus de production chez Lesieur Cristal se concentrent principalement sur les métiers du raffinage de l'huile. L'intégration en amont, notamment la production de matières premières telles que le colza et le tournesol au Maroc, renforce la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise. L'efficacité opérationnelle s'améliore considérablement avec l'élargissement de la base industrielle et l'ajout de nouvelles lignes de production. Cette expansion offre des avantages significatifs auprès de nos fournisseurs de matières premières, générant des économies d'échelle. La création de masse industrielle permet également une gestion plus efficace de nos programmes de maintenance, avec la possibilité de mutualiser les ressources et de partager l'expertise entre nos différentes usines. La diversification des sites opérationnels favorise aussi les transferts de connaissances et d'expertise. La présence de

compétences spécifiques sur plusieurs sites, nous permet d'optimiser les processus et d'encourager l'émergence d'idées créatives pour améliorer notre efficacité opérationnelle. Cette approche collaborative a permis à nos équipes au Sénégal de développer un procédé de recyclage des matières traditionnellement considérées comme des déchets, une initiative qui a eu un impact significatif sur l'environnement. Ces investissements contribuent donc non seulement à moderniser les processus de production, mais aussi à renforcer la position de Lesieur Cristal en tant qu'acteur responsable et novateur dans l'industrie agroalimentaire. La reconnaissance de ces initiatives par notre actionnaire de référence, le groupe Avril, souligne l'impact positif sur l'environnement et la durabilité de l'entreprise.

Selon votre perspective, quels sont les principaux atouts de l'industrie agroalimentaire marocaine sur la scène internationale ?

L'industrie agroalimentaire marocaine présente plusieurs atouts majeurs sur la scène internationale. Tout d'abord, le savoir-faire et l'intelligence collective sont des éléments clés. Le Maroc se distingue par la présence et le développement continu de compétences dans divers domaines. La force humaine marocaine est internationalement reconnue, ce qui constitue un avantage significatif pour l'industrie agroalimentaire du pays.

En deuxième lieu, le Maroc affiche des ambitions agricoles claires, soutenues par des programmes et des stratégies déployés à travers des contrats-programmes privé-public. La collaboration entre les filières de transformation agroalimentaire et le gouvernement, notamment le ministère de l'Agriculture, permet de définir des orientations communes pour le développement du secteur. La souveraineté



Pour les marchés africains, souvent des économies émergentes avec un pouvoir d'achat moindre, Lesieur Cristal adopte une stratégie d'horizontalité.

alimentaire est au cœur de ces initiatives, renforcée par les événements récents et la nécessité de garantir la sécurité alimentaire. Le potentiel agricole du Maroc, en particulier dans les oléagineux tels que le colza, le tournesol, et l'olive, offre des opportunités significatives à exploiter de manière responsable, notamment en tenant compte des enjeux liés aux ressources hydriques. Enfin, l'industrie agroalimentaire marocaine bénéficie d'un marché intérieur dynamique. Avec une population de 37 millions d'habitants, et une amélioration notable du PIB par habitant au cours des vingt dernières années, le Maroc offre un marché suffisamment développé pour soutenir des investissements industriels. La combinaison d'un capital humain qualifié, d'une ambition agricole affirmée et d'un marché en expansion, crée un environnement propice au développement des filières agroalimentaires. En résumé, le

Maroc réunit tous les ingrédients nécessaires pour positionner son industrie agroalimentaire de manière compétitive sur la scène internationale.

Quels défis spécifiques l'industrie pourrait-elle rencontrer à l'avenir, et quelles solutions envisagez-vous ?

Le défi principal auquel l'industrie pourrait faire face à l'avenir réside dans la constante identification des facteurs contribuant à la création de valeur pour les acteurs industriels. Le développement du Maroc est largement attribuable à une croissance industrielle soutenue. Les défis incluent la nécessité de stabiliser ou atténuer les impacts de la volatilité des prix des hydrocarbures, une considération cruciale étant donné la consommation énergétique inhérente à l'industrie. L'objectif est de maximiser le recours à des alternatives énergétiques responsables, telles que la production de vapeur à partir de

chaudières biomasse, l'utilisation de l'énergie solaire, et la prise en compte des énergies renouvelables, notamment éolienne. La volatilité des matières premières, notamment dans des secteurs comme les corps gras, constitue un défi majeur au cours des dernières années. Heureusement, le système financier du Maroc, en collaboration avec les banques locales, offre des mécanismes de couverture financière permettant de limiter rapidement les impacts et les niveaux de risque associés. Un autre défi crucial, particulièrement pour les acteurs agro-industriels avec une composante agricole en amont, réside dans la conscientisation de l'impact de la ressource hydrique. Dans ce contexte, les cultures oléagineuses offrent une opportunité significative pour renforcer la souveraineté alimentaire, générant de la valeur tout en consommant moins d'eau que d'autres cultures. Ces défis sont simultanément des responsabilités essentielles et des enjeux vitaux.



LA R&D UN ATOUT MAJEUR

Les efforts de Lesieur Cristal en matière de recherche et développement sont concentrés au sein d'un laboratoire dédié à Casablanca. Ce laboratoire a joué un rôle crucial dans la période 2012-2020 en soutenant la diversification et l'expansion des gammes de produits, notamment les marques marocaines emblématiques El Kef et Taous. Ces marques, bien établies avec un riche héritage, ont traditionnellement proposé des solutions de savon dur, l'une axée sur l'hygiène corporelle (Taous) et l'autre sur l'hygiène domestique (El Kef). Le laboratoire a répondu aux évolutions du marché, notamment avec le développement de la classe moyenne au Maroc, en adaptant les gammes de produits pour répondre à des besoins de plus en plus sophistiqués et spécialisés. La sophistication des besoins, l'augmentation du pouvoir d'achat et la diversification des attentes ont conduit à la création de produits spécialisés, remplaçant progressivement les produits à large spectre. Les formules développées par ce laboratoire sont ancrées dans la tradition marocaine et fabriquées localement. Ces formules sont également conçues de manière à pouvoir être déclinées dans les autres pays africains où Lesieur Cristal est présent. L'objectif affirmé de l'entreprise est de devenir une entreprise africaine.

Le succès du secteur agro-alimentaire à l'international est sans équivoque. Les stratégies adoptées par le pays ont fini par donner des fruits. Chaque succès devant être préservé, le Maroc ne devrait en aucun cas lâcher du lest : Il faut mettre les bouchées doubles pour réaliser davantage de «prouesses». Adil Lamnini, président de l'Association professionnelle des marques marocaines, met l'accent sur la nécessité d'activer tous les leviers pour y parvenir.

Le Maroc a réussi à percer le marché international, au point de se positionner parmi les leaders en matière d'exportations agricoles. Comment stimuler davantage cet écosystème ?

Le Maroc s'affirme aujourd'hui comme un acteur majeur sur la scène mondiale des exportations agricoles, un succès résultant d'une vision stratégique et d'un dynamisme exceptionnel. Cependant, derrière cette réussite éclatante, se profilent des opportunités à saisir et des défis à relever au sein de l'écosystème agro-alimentaire national. Toutefois, un appel à l'innovation s'avère impératif pour stimuler l'écosystème agro-alimentaire. En effet, malgré la conquête de parts de marché internationales, l'innovation demeure essentielle. Stimuler davantage l'écosystème implique une exploration audacieuse de nouvelles frontières, des investissements substantiels dans la recherche et le développement, ainsi que le renforcement des partenariats internationaux. Ces initiatives sont cruciales pour maintenir la dynamique de croissance actuelle.

Quid de la promotion du «Made in Morocco» ?

Ce succès doit se maintenir, car les ambitions sont croissantes. Les actions actuelles pour promouvoir le «Made in Morocco» sont positives, mais une diversification stratégique des initiatives est nécessaire. Campagnes de marketing ciblées, événements promotionnels et partenariats stratégiques doivent



ADIL LAMNINI

Président de l'Association professionnelle des marques marocaines

SECTEUR AGRO-ALIMENTAIRE

“Une approche intégrée s'impose”

renforcer l'image de marque du Maroc, garantissant la cohérence et la qualité des produits pour pré-

tion géographique protégée (IGP) ou l'appellation d'origine contrôlée (AOC), jouent un rôle crucial dans

Stimuler davantage l'écosystème implique une exploration audacieuse de nouvelles frontières, des investissements substantiels dans la recherche et le développement, ainsi que le renforcement des partenariats internationaux. Ces initiatives sont cruciales pour maintenir la dynamique de croissance actuelle.

server la crédibilité de ce label. Car les labels dédiés sont des garants d'authenticité à forte valeur. Ainsi, les labels dédiés, tels que l'indica-

la promotion des produits agro-alimentaires marocains. Ils offrent une reconnaissance officielle de la qualité et de l'origine des produits,

lesquels permettent de renforcer la notoriété et la confiance des consommateurs.

À votre avis, comment le digital peut-il servir cette cause ?

Le digital et la blockchain représentent des leviers puissants pour l'expansion et la traçabilité. En effet, l'avènement du digital, conjugué à l'utilisation de la blockchain, est un levier puissant pour l'expansion des exportations agricoles marocaines. La présence en ligne, les médias sociaux, et les plateformes de commerce électronique dédiées sont des stratégies essentielles pour maximiser la portée mondiale des produits nationaux. La blockchain, quant à elle, offre une traçabilité inégalée, renforçant la transparence et la confiance des consommateurs, en assurant l'authenticité des produits. Néanmoins, l'avenir n'est pas dénué de défis environnementaux. Les questions cruciales, telles que l'empreinte carbone du secteur agroalimentaire, nécessitent une réponse proactive. Intégrer des pratiques respectueuses de l'environnement, notamment l'utilisation des énergies renouvelables dans les processus de production, devient impératif pour atténuer l'impact écologique de l'industrie.

Le secteur est voué à un avenir encore plus prometteur. Que préconisez-vous ?

Aujourd'hui, comme je l'ai évoqué, le Maroc est positionné en tant que leader mondial des exportations agricoles, mais il se trouve à un moment décisif. Stimuler davantage l'écosystème, promouvoir le «Made in Morocco», exploiter les labels dédiés, capitaliser sur le potentiel du digital, intégrer la blockchain, et adopter des pratiques respectueuses de l'environnement sont des axes de développement incontournables. Toutefois, la durabilité doit être au cœur de cette croissance, avec une réponse proactive aux défis environnementaux. L'avenir prometteur du secteur agricole marocain nécessite une approche intégrée, mêlant innovation, durabilité, promotion mondiale, traçabilité renforcée par la blockchain, et une transition vers des énergies renouvelables pour assurer un impact écologique minimal. La stimulation continue de l'écosystème agro-alimentaire marocain à l'international requiert une approche intégrée pour consolider et étendre la présence des produits nationaux sur la scène mondiale.

Nous puisons dans
nos racines...



MOSAÏK

... pour conquérir l'avenir

Depuis plus d'un demi-siècle, Holmarcom n'a cessé d'évoluer et de se renouveler. Fort de ses racines et porté par une stratégie de croissance entrepreneuriale, le Groupe poursuit sa politique d'investissement dans des secteurs stratégiques pour l'essor durable du Maroc et s'ouvre à de nouveaux défis dans le continent africain.

Maroc - Sénégal - Bénin - Côte d'Ivoire - Burkina Faso - Kenya

www.holmarcom.ma



HOLMARCOM
GROUP

PROMOTION DU MADE IN MOROCCO

Une stratégie bien ficelée

Le Maroc s'est résolument engagé sur la voie de la promotion active du «Made in Morocco» à l'échelle internationale, une démarche façonnée par d'importants investissements et une coordination étroite entre les institutions clés.

Le Maroc a clairement mis le cap sur une démarche proactive pour promouvoir le «Made in Morocco» à l'international. Cela se concrétise à travers des investissements substantiels et une coordination étroite entre les acteurs concernés. Les budgets conséquents alloués à cette entreprise reflètent la volonté délibérée du gouvernement de transformer la réputation économique du pays sur la scène mondiale. Au cœur de l'économie marocaine, l'industrie agroalimentaire s'épanouit, tirant profit du climat favorable à l'agriculture et de la diversité géographique du pays. Ces atouts naturels, combinés à une vision stratégique axée sur l'internationalisation, font du Maroc un acteur clé dans le secteur agro-industriel mondial. Le dynamisme et la résilience du secteur sont évidents, non seulement à travers ses impressionnants 17 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel, mais également par la création de plus de 161.000 emplois. Cela témoigne de l'impact positif de l'industrie sur le tissu socio-économique du pays. Dans sa quête d'internationalisation, le Maroc a attiré l'attention d'entreprises étrangères, séduites par le potentiel du marché et les incitations gouvernementales. Cette attractivité s'explique également par des initiatives novatrices visant à promouvoir le label «Made in Morocco» sur la scène mondiale.

LA PROMOTION BAT SON PLEIN

Un élément clé de cette stratégie est le budget de promotion de l'Établissement autonome de contrôle et de coordination des exportations (Morocco Foodex - EACCE), qui s'élève à 110 millions de dirhams par an pour les exercices 2024, 2025 et 2026, selon le rapport sur les EEP accompagnant le projet de loi de Finances de l'année prochaine (PLF-2024). Rappelons dans ce sens que le budget «Promotion» de l'EACCE, prévu en 2022 pour 112



Ces atouts naturels, combinés à une vision stratégique axée sur l'internationalisation, font du Maroc un acteur clé dans le secteur agro-industriel mondial.

MDH, a été réalisé à hauteur de 88% (soit 98 MDH). Celui de 2023, établi à 108 MDH, a été réalisé, à fin mai 2023, à hauteur de 20% (soit 22 MDH) pour des prévisions de clôture de 101 MDH. Le programme de promotion de 2023 du Morocco Foodex, structuré autour de l'ouverture de nouveaux marchés, de la consolidation de la position du Maroc sur les marchés classiques, et de l'utilisation du numérique pour renforcer l'attractivité de la marque Maroc à l'export, démontre une vision globale et proactive du développement de l'agro-industrie.

Les 200 millions de dollars mobilisés dans le cadre de cet accord reflètent l'ampleur des ambitions du pays sur la scène internationale.

UN ACCOMPAGNEMENT COMPLET

Morocco Foodex, en tant qu'acteur central de la promotion des exportations agroalimentaires marocaines, déploie des efforts considérables pour renforcer la notoriété des produits à l'échelle mondiale. La participation aux salons professionnels internationaux, les

Le budget de promotion de l'Établissement autonome de contrôle et de coordination des exportations (Morocco Foodex - EACCE) s'élève à 110 millions de dirhams par an, au titre des exercices 2024, 2025 et 2026.

En parallèle, la signature d'un protocole d'accord du ministère des Finances avec la Société islamique internationale de financement du commerce (ITFC) et la Société islamique pour le développement du secteur privé, souligne l'engagement du Maroc à renforcer ses exportations et à promouvoir l'inclusion financière.

séminaires de sensibilisation et les formations des conseillers à l'export contribuent à élargir les horizons et à établir des partenariats fructueux. Les campagnes de communication spécialisées, menées par Morocco Foodex, ne se contentent pas de promouvoir les produits agroalimentaires, mais mettent

également en lumière la sophistication de la chaîne de valeur, soulignant le professionnalisme déployé à chaque étape du processus, de la production à l'exportation. Enfin, la coopération nationale et internationale de Morocco Foodex, caractérisée par des échanges continus d'informations et de savoir-faire, des missions d'appui et une expertise étrangère, contribue à hisser l'industrie agroalimentaire nationale vers de nouveaux sommets.

CAP'EXPORT, FACILITATEUR CLÉ POUR LES EXPORTATEURS MAROCAINS

Lancé en mars 2017, Cap'export, le centre d'accompagnement des petits et moyens exportateurs, vise à soutenir les opérateurs nationaux souhaitant s'aventurer sur le marché international. Investi de missions variées, le centre oriente les primo-exportateurs, offre un appui pour l'obtention de l'agrément Morocco Foodex, informe sur les conditions d'accès aux marchés, anime des formations pratiques, et réalise des diagnostics à l'export. Pour renforcer l'orientation des primo-exportateurs, un site web convivial a été mis en place, fournissant des informations sur les conditions réglementaires et tarifaires pour l'accès aux marchés internationaux. Ce site détaillera également la taille du marché des pays cibles. Il se concentre sur les principales exportations agroalimentaires marocaines, établissant une liste de 300 couples produits/marchés prioritaires, et ce, en rassemblant continuellement des données sur les produits exportés et les marchés cibles. Le Maroc s'affirme comme un acteur agro-industriel de premier plan, conjuguant habilement ses ressources naturelles avec des initiatives stratégiques, des partenariats internationaux et des investissements judicieux pour propulser ses produits agroalimentaires sur la scène mondiale. Un succès qui renforce la position du Maroc en tant que plaque tournante compétitive pour sourcer, transformer et exporter des produits agroalimentaires de qualité.

**DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE ÉQUITABLE**

La promotion du commerce équitable est une tendance croissante dans l'agro-industrie. Le Maroc s'inscrit dans cette dynamique en mettant en avant des pratiques agricoles durables, des méthodes de production respectueuses de l'environnement et en assurant des conditions équitables pour les travailleurs agricoles. Ces initiatives renforcent la réputation du Royaume en tant que fournisseur responsable.

INDUSTRIE DE LA PÊCHE

Les mesures d'incitation font défaut

Riche de sa façade maritime qui s'étend sur 3.500 km, le Maroc s'est érigé en champion régional et même mondial sur certains produits de la mer. Toutefois, en dépit du potentiel dont regorge le secteur, il demeure peu exploité. Les industriels restent dans l'attente d'un contrat programme pour monter au créneau.

L'on ne peut parler d'exportation des produits alimentaires sans évoquer les produits de la pêche. Une richesse halieutique qui permet au Maroc de se targuer du rang de premier exportateur de la sardine, la star des poissons pélagiques. Certes, l'industrie de la pêche relève de l'économie bleue, mais elle occupe une place significative dans les exportations des produits alimentaires transformés. En effet, l'industrie de la pêche assure, à elle seule, plus de 8% des exportations totales du Maroc et contribue à hauteur de près de 35% aux exportations alimentaires du pays.

À QUAND UN CONTRAT-PROGRAMME ?

En termes de volume, les débarquements se sont chiffrés à plus de 1,5 million de tonnes de poissons en 2022, dont 89% de poissons pélagiques, pour 1,3 million de tonnes d'une valeur de 3,9 milliards de dirhams. Et, sans surprise, ce sont les régions du Sud qui raflent la mise et représentent 81% du volume des débarquements. Dans ce paysage, la valorisation et la transformation ne revêtent pas moins d'importance. Elles se font principalement sous forme de conserves, et semi-conserves de poissons, de produits congelés, de poissons frais, de farine et d'huile de poisson. Au titre de l'exercice 2021-2022, les exportations de sardines et de maquereaux ont enregistré une croissance de 6,6% en quantité. En termes de valeur, l'évolution a été de 29,64%. Les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, les Pays-Bas, le Gabon, le Nigéria et le Congo sont les principales destinations des conserves de sardines marocaines qui représentent plus de 38%. Pour les conserves de poisson,



Les industries de la pêche assurent, à elles seules, plus de 10% des exportations totales du Maroc et contribuent à hauteur de 35% aux exportations alimentaires du pays.

49% des exportations en volume sont orientées vers l'Afrique et 34% vers l'Union européenne. Certes la position actuelle du Maroc est à envier, mais des opportunités prometteuses, aussi bien sur le marché local qu'à l'export, s'offrent aux opérateurs. «Le Maroc dispose des atouts nécessaires pour permettre la transformation en produit à haute valeur ajoutée. Le potentiel de croissance du secteur est réel lorsque l'on considère la forte demande en produits de la mer, la position géographique du pays, et les caractéristiques de sa ressource halieutique. Les enjeux de la croissance du secteur sont tout aussi importants lorsque l'on considère le chiffre d'affaires et le nombre d'emplois rattachés à la filière. Malgré l'existence d'une stratégie sectorielle, notre fédération a été systématiquement occultée», s'indigne Hassan Sentissi, président de la Fédération nationale des industries de transformation des produits de la pêche (FENIP). Un constat corroboré par de nombreuses études, lesquelles ont démontré le potentiel des industries de la transformation et recommandent également d'accorder une priorité au développement d'activités à forte valeur ajoutée.

APPROVISIONNEMENT IRRÉGULIER

Cependant, bien des défis persistent. Malgré une croissance de la capture nationale de 15,2% durant les cinq dernières années, soit 2% de la capture mondiale, l'appareil de production reste peu productif.

La capture est insuffisante pour répondre à la demande des industries de transformation. Pour la FENIP, la production marocaine gagnerait à être mieux valorisée en encourageant la fabrication localement de produits à haute valeur ajoutée. Les faiblesses du secteur portent essentiellement sur l'irrégularité de l'approvisionnement en matières premières et sur la qualité des produits fournis aux industries de transformation. Les infrastructures de base sur l'ensemble de la valeur devraient être optimisées et adaptées

stimuler la croissance du secteur de la pêche. Il s'agit, notamment, de la mise en place d'un contrat programme spécifique pour le secteur, offrant un cadre clair et lisible pour le soutien aux acteurs. La fédération insiste aussi sur l'importation de la durabilité, la préservation des ressources, et l'accompagnement dans la sécurisation de l'approvisionnement à travers le renforcement de la logistique froide et en développant des relais de stockage. L'accès au financement pose également problème. Pour encourager

Les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, les Pays-Bas, le Gabon, le Nigéria et le Congo sont les principales destinations des conserves de sardines marocaines qui représentent plus de 38% du total.

aux évolutions technologiques internationales. «Le Maroc manque également d'une stratégie commerciale agressive pour la promotion de ses produits sur les marchés extérieurs. Le label marocain souffre d'un manque de notoriété et la demande interne reste très faible. L'innovation et le développement de nouveaux produits sont très faibles. Le manque de communication et de collaboration avec la tutelle reste un obstacle», reproche la FENIP. Néanmoins, ces défis restent surmontables puisqu'il existe plusieurs leviers de développement. Ces derniers peuvent être activés pour

les investissements, la fédération incite à l'instauration de taux préférentiels. Le capital humain n'est pas en reste. Parmi ses recommandations, la FENIP préconise l'assistance technique à la valorisation et à la formation, impliquant le renforcement des compétences humaines par le biais de formations et la mise à niveau des entreprises. Le soutien administratif, incluant la mise en place d'un guichet unique et d'une procédure fast-track administratif, ainsi que des mesures telles que l'exonération des droits de douane permettraient de rattraper le manque à gagner.