

Salon “Sol & Agrifood” : Huile d’olive marocaine en Guest Star en Italie

Des exportateurs marocains de l’huile d’Olive exposent, du 6 au 9 courant, leurs produits au salon international de l’huile d’olive “Sol & Agrifood” de Vérone, inauguré officiellement, lundi, en présence notamment du secrétaire général du ministère de l’Agriculture et de la Pêche Maritime, Mohammed Sadiki, et de responsable de l’Etablissement autonome de contrôle et de coordination des exportations (EACCE).

D’une superficie de 128 m², le pavillon marocain, qui bénéficie d’un emplacement stratégique et un agencement personnalisé avec un design typiquement marocain, comporte outre les différentes marques d’huile d’olive produites au Royaume, un espace de dégustation animé par un spécialiste en matière d’analyse sensorielle de l’huile d’olive pour faire découvrir aux visiteurs les qualités gustatives du produit Maroc.

La participation marocaine à cette manifestation vise à mettre en relief les qualités intrinsèques de l’huile d’olive marocaine issue de variétés très réputées, soulignent les membres de la délégation marocaine, faisant remarquer que cette première participation à ce salon, qui est à son 27^e édition, a pour objectif de promouvoir l’origine Maroc et mettre en évidence la richesse et la qualité de l’huile d’olive extra vierge marocaine.

Selon les responsables de l’EACCE , Il s’agit également de communiquer sur l’huile d’olive marocaine et ses avantages concurrentiels afin de renforcer son positionnement sur le marché international, de bénéficier de la présence des principaux acteurs du secteur pour rencontrer des partenaires, et de mettre en avant les potentialités, les réalisations et les projections de développement de ce secteur vital de l’agriculture nationale dans le cadre du Plan Maroc Vert.

Dans une déclaration à la MAP, M. Sadiki, qui s’est informé auprès des exposants marocains à ce salon sur l’origine et la qualité de leurs produits, a souligné que cette manifestation internationale constitue “une opportunité d’extrême importance pour exposer le label marocain” et “une occasion précieuse pour nos professionnels pour accéder aux marchés internationaux”.

M. Sadiki a fait observer que la participation du Maroc à ce Salon d’envergure s’inscrit dans le cadre de la stratégie globale du Plan Maroc Vert pour diversifier les marchés et améliorer la qualité de l’huile d’olive marocaine.

Erigée depuis 2008, à la faveur du lancement du plan Maroc Vert, en priorité agricole nationale et secteur stratégique pour le développement économique, l’oléiculture marocaine a enregistré en l’espace d’un quinquennat un véritable bond quantitatif, mais surtout qualitatif, a-t-il poursuivi, rappelant que la superficie consacrée aux oliviers a atteint en 2013 un million d’hectares, alors qu’en termes de production, la

filière oléicole a connu une nette croissance passant de 850 000 tonnes en 2009 à un 1,5 million de tonnes en 2013/14.

“Le Maroc est donc en bonne voie pour atteindre, voire dépasser l’objectif initial de 1,2 million d’hectares d’oliveraies et 2.500.000 tonnes de production annuelle à l’horizon 2020”, a-t-il relevé, rappelant que le secteur oléicole marocain participe à hauteur de 5 pc dans la formation du PIB agricole et de 15 pc dans les exportations agro-alimentaires nationales.

Pour atteindre l’ensemble de ces objectifs le Département de l’Agriculture déploie un important effort financier en allouant d’importantes enveloppes budgétaires pour l’encouragement de la plantation d’oliviers dans les différentes régions/terroirs du Maroc, a-t-il poursuivi, estimant que l’objectif étant de positionner à court et moyen terme, le Royaume comme un producteur mondial incontournable d’huile d’olive.

Selon, M. Sadiki le Contrat-programme signé par l’Etat et la Fédération Interprofessionnelle Marocaine de l’Olive (INTERPROLIVE) constitue, à cet égard, le cadre de référence de leurs actions pour le développement de la filière oléicole et un outil d’une “extrême importance” dans la mise à niveau de la filiale oléicole aussi bien en amont qu’en aval.

En amont, la politique suivie dans le secteur a amplement donné ses fruits, alors qu’en aval l’attention est “orientée vers la valorisation au sens large du terme, c’est-à-dire, le travail de la qualité et de la commercialisation que ce soit au niveau national qu’international”, a-t-il dit, relevant qu’à travers cette participation au Salon de Verone, le Maroc compte tirer le maximum d’avantage sur les plans du savoir-faire et en matière de marketing

Source : <http://www.Int.ma/economie/international-economie/> 08/04/2014