

Le label à la conquête des marchés internationaux

Le Maroc était présent au Salon Sol & Agrifood à Vérone où le label marocain d'huile d'olive tente de se faire une place à côté des seigneurs du secteur oléicole.

L'huile d'olive marocaine s'est exposée fièrement au Salon Sol & Agrifood, qui s'est tenu à Vérone du 10 au 13 avril. Une dizaine de producteurs marocains appartenant à la filière oléicole ont présenté leurs produits à cette messe annuelle de l'huile d'olive et produits alimentaires gourmets. C'est la troisième participation marocaine à ce Salon, fréquenté par des exposants majoritairement italiens et les grands acheteurs internationaux.

Pour cette édition, L'Établissement autonome de contrôle et de coordination des exportations (EACEE), l'organisateur marocain, s'est voulu innovant. Outre la filière oléicole, le pavillon aux couleurs nationales a accueilli, pour la première fois, des producteurs d'huile d'argan et les conserves d'olives. «Nous avons fait appel à un cabinet spécialisé qui s'est chargé d'organiser des rendez-vous B to B entre les exposants marocains et de potentiels acheteurs», explique Madiha Rahali, chef de la division communication à l'EACEE. En effet, durant les trois jours de la foire, les opérateurs marocains ont pu nouer des contacts d'affaires avec de futurs clients, un détail apprécié par les exposants nationaux. Le pavillon comprenait aussi un espace dédiée à la dégustation des huiles premium du terroir, animé par un expert marocain en la matière.

De fait, les huiles d'olive présentes au pavillon national font la fierté du label marocain et n'avaient rien à envier à leurs concurrentes italiennes ou espagnoles. Le visiteur était invité par la suite à remplir une fiche de dégustation afin de recueillir ses impressions. Cette année et pour la première fois, des exposants d'huile d'argan ont pris part au Salon. D'ailleurs les stands dédiés à cette huile ont connu une grande affluence de la part des visiteurs. «Nous avons été approchés par une cinquantaine de futurs clients de divers pays et nous avons eu des promesses d'affaires mais rien n'est encore officielle», souligne Salem Tibokka, directeur de la coopérative Mogador Mall, producteur d'huile d'argan alimentaire et cosmétique. Le Salon était l'occasion de découvrir les avancées réalisées par certaines entreprises marocaines évoluant dans le secteur oléicole, car outre le produit phare, à savoir l'huile d'olive extra-

vierge, certaines firmes nationales ont pu développer des dérivés de cet or vert, comme le surnomme les professionnels.

Packaging moderne

La référence en la matière reste l'entreprise Atlas Olive Oils. L'entreprise qui n'a plus rien à prouver en matière de production et de commercialisation d'huile d'olive extra vierge, en attestent les prix internationaux obtenus par ces huiles, s'est lancée dans la commercialisation de produits pharmaceutiques issus de l'huile d'olive. À travers Olivie Pharma, un département intégré au sein de l'entreprise, Atlas Olive Oils a développé une gamme de produits pharmaceutiques à base d'huile d'olive extra vierge premium tels que des gélules anti-âge, de l'huile d'olive spéciale pour bébés et enfants en bas âge ou de la crème bio éclaircissante pour visage.

L'entreprise marocaine se dit être la première à avoir mis en place, il y a 7 ans déjà un département R&D. Ce spécialiste de l'export qui destine 70% de sa production d'1 million 600 litres/an, au marché extérieur dans 35 pays du monde mise sur l'innovation pour rester dans la course parce qu'outre la qualité incontestable de ses huiles, la firme marocaine se distingue par son packaging moderne et raffiné dans des bouteilles de divers contenants. Un atout de taille pour pouvoir se faire une place dans ce marché sélect.

«Le Maroc a commencé il y a à peine 10 ans à s'intéresser au label marocain alors que nos concurrents italiens ou espagnols sont dans cette course depuis il y a au moins 60 ans», souligne Othman Aqallal, directeur général de la firme marocaine. Un avis partagé par la vice-présidente de la fédération interprofessionnelle de l'olive Interprolive, Amal Chami et directrice générale d'Agro Naffis. Celle-ci reconnaît la féroce concurrence sur le marché de l'huile d'olive extra vierge et la difficulté rencontrée par certains opérateurs pour s'introduire dans de nouveaux marchés. «Il est difficile d'être compétitif question prix», juge-t-elle.

Les huiles produites par Agro Naffis sont présentes sur le marché japonais et «en petite quantité sur le marché américain», souligne Chami, toutefois il estime que le label marocain a encore du chemin à faire. «Il faut une stratégie nationale pour valoriser notre huile d'olives à l'échelle internationale et différencier entre les huiles commercialisées en vrac et celles embouteillées», suggère l'agricultrice. Sur le plan

national, la directrice générale d'Agro Naffiss estime qu'il faut éradiquer les unités de trituration traditionnelle qui portent un grand préjudice à la filière.

«Les Marocains se sont habitués à ces huiles issues des unités traditionnelles (massra) et n'apprécient pas l'authentique huile d'olive extra vierge», regrette Chami. En effet, de l'avis de plusieurs opérateurs, les Marocains ne sont pas de bons consommateurs ni connaisseurs en matière d'huile d'olive extra vierge. «Il est important d'encourager la consommation interne d'huiles d'olive issues des unités modernes et respectueuses des normes et ceci à travers des campagnes de sensibilisation et de promotion du produit marocain», suggère Amal Chami.

Certification

Le Maroc a intégré les normes reconnues à l'échelle internationale en matière de qualification des huiles. En effet, l'huile d'olive extra vierge de qualité doit réussir le test de l'analyse sensorielle et celui de l'analyse physico-chimique. Ces deux tests sont les garants de la qualité d'une huile d'olive extra vierge. «Ces tests sont réalisés au sein du laboratoire relevant de l'EACCE et sont compatibles avec les normes européennes», souligne Abdelkrim Adi, chef du département technique au l'EACCE.

Cet expert marocain en matière d'huile d'olive estime que toutes les huiles d'olive marocaines destinées à l'export sont certifiées et respectent les normes en vigueur. Toutefois, cet expert reconnaît la prolifération du marché de l'informel au Maroc et la commercialisation d'huiles inaptées à la consommation. «Il faut en finir avec les huiles issues des unités de trituration traditionnelles. C'est d'ailleurs l'un des objectifs du Plan vert dont les ambitions sont de moderniser ces unités à travers des subventions atteignant 100%», explique Adi.