

PARTICIPATION DU MAROC AU SALON “FOODEX JAPAN 2015”

Dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie “Plan Maroc Vert” et du “Plan Halieutis” notamment dans les volets concernant le développement des exportations agroalimentaires et la stratégie marketing institutionnelle pour la promotion des produits de la mer, le Maroc participe par le biais de l’Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE), au Salon “FOODEX JAPAN 2015” qui se tiendra du 03 au 06 Mars 2015 à Tokyo au Japon.

Sous la présidence du Ministère de l’Agriculture et de la Pêche Maritime, la délégation marocaine sera composée de hauts responsables des deux Départements, d’opérateurs privés du secteur oléicole et de la pêche ainsi que des représentants des coopératives et de groupements d’intérêt économique des produits de terroir, qui vont présenter la richesse, la diversité et la qualité de l’offre marocaine.

La participation marocaine à ce salon intervient suite à la mission B to B, qui s’est déroulée du 24 au 26 Septembre 2014 à Tokyo. Mission conduite par Monsieur le Ministre de l’Agriculture et de la Pêche Maritime, en présence d’une importante délégation des opérateurs privés des deux secteurs, elle avait pour objectifs principaux de :

- Explorer les opportunités de promotion et de partenariat entre les deux pays ;
- Faciliter l’accès des produits marocains sur le marché japonais ;
- Augmenter le volume des investissements japonais au Maroc et aussi de mieux connaître et cerner les besoins de ce marché.

Le Foodex Japon est la plus grande exposition professionnelle des produits alimentaires au niveau de la région de l’Asie et de la zone pacifique. L’édition 2014 a regroupé plus de 2800 entreprises représentant 78 pays et a drainé plus de 75 000 visiteurs professionnels sur une superficie dépassant les 29.000 m².

D’une superficie de 108 m², le pavillon marocain accueillera une dizaine d’entreprises marocaines spécialisées dans l’huile d’olive extra vierge, l’huile d’argan, le safran, les dérivés du cactus, le poulpe congelé, la conserve et la semi-conserve de poissons. Autant de produits qui seront exposés dans l’objectif de :

- Accroître la notoriété des produits de la mer et communiquer sur le label “Moroccan Seafood” ;
- Promouvoir les exportations de conserves de poissons ;
- Renforcer la position du Maroc en tant que leader sur le segment du poulpe congelé et faire face notamment à des concurrents ;
- Mettre en valeur le potentiel de l’origine Maroc dans le secteur de l’huile d’olive sur le plan variétal et qualitatif ;

- Communiquer autour de la stratégie de développement des produits du terroir élaborée par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime ;
- Promouvoir la richesse, la finesse, la diversité et l'authenticité du terroir marocain, notamment le safran, l'huile d'argan et les dérivés du cactus.

Réputé pour la qualité de ses produits alimentaires agricoles et maritimes, le Maroc ambitionne à travers sa participation à cette édition du "FOODEX JAPAN 2015", d'explorer de nouvelles opportunités de partenariats économiques, de communiquer sur les nouveautés de l'offre exportable marocaine et de s'accaparer de nouvelles parts de marchés.

L'agriculture, levier de développement pour le Maroc

L'agriculture est un secteur stratégique pour Maroc, car il joue un rôle déterminant dans les équilibres macro-économiques du pays. Il contribue en effet à hauteur de 19 % au PIB national (15 % pour l'agriculture et 4 % pour l'agro-industrie). Ce secteur emploie plus de 4 millions de personnes vivant dans les campagnes. Il représente ainsi une source de revenus pour 80 % de la population rurale marocaine. L'agriculture crée également environ 100.000 emplois dans le domaine de l'agro-industrie.

Le Plan Maroc Vert, une stratégie ambitieuse

Le Royaume a lancé le plan Maroc Vert en 2008 afin de développer et d'optimiser son potentiel agricole et permettre au secteur agroalimentaire de jouer pleinement son rôle de levier de croissance. Basé sur une approche globale et intégrée, ce plan définit la stratégie de développement agricole à l'échelle nationale et régionale. L'objectif est de relancer ce secteur clé de l'économie marocaine, tout en assurant la sécurité alimentaire de la population et en protégeant les ressources naturelles des différentes régions.

Volet essentiel du Plan Maroc Vert, l'agriculture solidaire vise à moderniser le secteur agricole traditionnel et à améliorer le revenu des petits agriculteurs en créant des emplois durables.

Le Plan Maroc vert repose sur deux piliers majeurs. Le pilier I a pour optique de développer une agriculture moderne et à forte valeur ajoutée en s'appuyant sur les investissements, notamment privés. Ce pilier a aussi pour vocation d'améliorer la productivité agricole et de renforcer la compétitivité des produits marocains sur les marchés internationaux. Le pilier II concerne, quant à lui, la mise à niveau et l'accompagnement solidaire de la petite agriculture. L'objectif est d'augmenter la production des filières végétales et animales dans les zones rurales défavorisées afin d'accroître le revenu agricole des exploitants.

Après son lancement, le Plan Maroc affiche un bilan très positif. À fin 2012, 134 projets de type Pilier I ont été lancés pour un montant global d'investissement de 28,55 millions de

dirhams. En ce qui concerne l'agriculture solidaire (Pilier II), 319 projets ont été réalisés pour un investissement de plus de 10,3 milliards de dirhams.

17 contrats programmes ont par ailleurs été signés avec chaque filière agricole (céréales, agrumes, ovins...) afin de fixer des objectifs de productivité clairs et chiffrés.

En parallèle, plusieurs réformes ont été engagées afin de favoriser les investissements et améliorer le climat des affaires : réforme du Fonds de développement agricole, amélioration du système d'assurance, adaptation du service public...

Le développement des produits du terroir au cœur de la stratégie du Plan Maroc Vert

Les produits de terroir sont un levier de développement durable, car ils permettent de valoriser les productions agricoles traditionnelles en mettant en avant l'authenticité et le goût. Le Plan Maroc Vert a consacré un pilier principal de sa stratégie au développement des produits de terroir. Cette stratégie vise notamment à faciliter la transition de cette filière traditionnelle, non intégrée et peu organisée, vers un secteur plus structuré, qui offre des produits de qualité, à forte valeur ajoutée, et attractifs sur le marché national et international.

Cette stratégie s'articule autour de cinq leviers d'intervention prioritaires, qui interviennent à différents niveaux de la chaîne de valeurs :

1. Développement des filières amont et mise en place de partenariats d'agrégation équitables ;
2. Création de plateformes logistiques et commerciales régionales à proximité des producteurs ;
3. Amélioration de l'accès aux circuits de distribution moderne au niveau national et à l'international ;
4. Appui aux efforts de labellisation des produits du terroir ;
5. Réalisation de campagnes de communication institutionnelle pour asseoir la notoriété des produits de terroir auprès du grand public.

Le secteur halieutique au Maroc

Avec près de 3500 km de côtes (dont un sixième situées en Méditerranée), le Maroc dispose de ressources halieutiques diversifiées dans une zone privilégiée qui bénéficie, sur sa longue façade atlantique, de l'effet combiné du courant froid des Canaries et de l'upwelling. La surface maritime des côtes marocaines totalise plus d'un million de km², ce qui constitue un avantage compétitif important dans cette filière.

Le secteur de la pêche joue un véritable rôle de locomotive dans le développement socio-économique du Maroc et contribue à hauteur de 2,5% du PIB national. Le secteur emploie directement 170.000 personnes tout en générant 490.000 emplois indirects.

Avec 540.000 tonnes exportées en 2013 (générant un chiffre d'affaires à l'export de 14,5 milliards de dirhams), les produits de la mer représentent 8 % des exportations globales du Royaume et près de 40 % des exportations de produits agroalimentaires.

Les exportations marocaines des produits de la mer sont composées de poisson congelé (44 %), de conserves de poisson (30 %), de produits dérivés (9 %) et de poisson frais (6 %).

Le Maroc est par ailleurs le premier exportateur mondial des sardines de l'espèce *Sardina Pilchardus* (Walbaum, 1792), reconnue au niveau international pour sa qualité exceptionnelle.

Plan Halieutis : Une stratégie pour la compétitivité de l'offre Maroc

Le Maroc s'est doté, depuis 2009, d'une stratégie de développement et de compétitivité du secteur halieutique national, baptisée HALIEUTIS. Cette stratégie entend ériger le secteur en un véritable créneau de développement pour le Royaume. Le Plan Halieutis a pour ambition de valoriser durablement la richesse halieutique marocaine. Son objectif est de porter les exportations marocaines en produits halieutiques à de 2,24 milliards d'euros et de tripler le PIB du secteur d'ici 2020 pour en faire un véritable moteur de croissance pour l'économie marocaine.

Objectifs à l'horizon 2020 :

PIB du secteur	: 21,9 milliards de DH
Consommation locale	: 16 kg/habitant/an
Emploi direct à terre	: 115 000 emplois
Production nationale	: 1,66 millions de tonnes
Exportations	: 2,24 milliards d'euros
Durabilité de la ressource	: 95% des espèces gérées durablement

Cette vision sectorielle s'appuie sur trois axes majeurs :

- **Durabilité** : une ressource exploitée durablement pour les générations futures ; il s'agit de :
 - assurer la pérennité de la ressource ;
 - procurer aux acteurs économiques la visibilité nécessaire pour investir ;
 - faire des pêcheurs les premiers acteurs d'une pêche responsable.
- **Performance** : un secteur équipé et organisé pour une qualité optimale, du débarquement à la commercialisation, ceci de manière à :
 - assurer des conditions optimales de qualité dans le traitement des produits ;
 - créer plus de transparence tout le long de la chaîne de valeur ;
 - assurer des mécanismes de mise en vente sur les marchés efficients.

- **Compétitivité** : des produits mieux valorisés et compétitifs et sur les marchés les plus porteurs, à travers la mise en œuvre d'actions pour :
 - assurer la disponibilité et la régularité d'une matière première de qualité ;
 - conquérir des parts de marché au niveau national et mondial.

Stratégie marketing institutionnel pour la promotion des produits de la mer

Le Maroc se positionne parmi les principaux producteurs mondiaux des produits de la mer, notamment la sardine et le poulpe, produits phares du Royaume.

L'offre marocaine se distingue par de nombreux atouts, parmi lesquels :

- des pêcheries durables ;
- des espèces aux valeurs sensorielles (goût, aspect, texture) distinctives ;
- un savoir-faire confirmé ;
- des espèces authentiques et une tradition pêche bien vivante.

Au niveau international, un effort considérable a été mené dans le cadre de la stratégie Halieutis pour soutenir l'action des professionnels -y compris la promotion commerciale dédiée aux produits de la mer - afin d'asseoir leur présence sur les marchés internationaux.

Toutefois, en raison de la faiblesse des actions de communication et de promotion, les atouts de l'offre marocaine restent peu connus.

C'est en ce sens que le Département de la Pêche Maritime a défini une stratégie de marketing institutionnel pour renforcer la notoriété et l'image de marque des produits halieutiques marocains.

Moroccan Seafood

Programme du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime dédié à la labellisation et au marketing institutionnel des produits de la mer marocains



Label



Signature de communication

Une stratégie pour promouvoir les produits de la mer marocains à l'échelle nationale et internationale et soutenir les efforts de qualité entrepris par l'ensemble des acteurs de la filière halieutique marocaine

Fondée sur 2 objectifs stratégiques du Plan Halieutis :

- augmenter et encourager la consommation des produits de la mer au niveau national ;
- orienter le choix des consommateurs étrangers vers les produits d'origine marocaine.

Cette stratégie vise à accroître la notoriété et améliorer l'image des produits de la mer marocains sur le marché national et sur les marchés d'exportation et ce :

- en labellisant les produits de qualité pour apporter une garantie au consommateur ;
- en communiquant sur la filière et en assurant la promotion collective des produits de la mer marocains.

À l'échelle internationale, la stratégie marketing institutionnel prévoit quatre axes de communication :

- **Axe Durabilité** : valoriser les initiatives entreprises pour contribuer à la gestion durable de la pêche au Maroc ;
- **Axe Valeur Sensorielle** : mettre en avant les valeurs sensorielles des produits de la mer marocains (goût, aspect, texture) ;
- **Axe Savoir-faire Industriel** : communiquer sur le savoir-faire de l'industrie halieutique marocaine ;
- **Axe Authenticité & Tradition** : promouvoir l'authenticité des espèces halieutiques marocaines et valoriser les méthodes de pêche traditionnelles et artisanales.

Sur le plan opérationnel cette stratégie marketing a défini un plan de promotion global, intégré et axé autour de neuf actions stratégiques, à savoir :

- participation aux salons ;
- rencontres B2B ;
- showroom ;
- campagne publicitaire tourisme ;
- campagne publicitaire sur les marchés en forte croissance ;
- concours de recettes à base de sardine ;
- colloque sur les produits de la mer marocains en écoles hôtelières ;
- séances de dégustation de poulpe pour la restauration ;
- campagne promotionnelle des produits de la mer marocains, sous label.

A propos de l'EACCE

Dans le cadre de ses nouvelles missions, notamment la promotion des exportations agricoles et maritimes, l'Établissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE) organise une panoplie d'événements à l'échelle internationale, réalise plusieurs études de marché opérationnelles et lance des campagnes de communication importantes sur les marchés les plus porteurs pour accompagner les stratégies Plan Maroc Vert et HALIEUTIS qui ambitionnent de doubler, voir tripler les exportations agricoles et maritimes.

L'EACCE est un organisme public, crée en 1986, au service du secteur des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains destinés à l'exportation.

Missions de l'EACCE:

- Le contrôle technique des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains destinés à l'exportation.
- L'animation des comités sectoriels spécialisés de coordination des exportations des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains.
- La promotion de l'image et de la qualité des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains sur les marchés extérieurs de destination.
- L'organisation, la réalisation et la participation, au Maroc et à l'étranger, à des manifestations ou actions ayant pour objet la promotion et le développement des exportations des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains.
- La veille stratégique opérationnelle sur les marchés d'exportation des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains.
- L'accompagnement des exportations des petites entreprises pour la qualification et la valorisation des produits destinés à l'exportation.

L'EACCE dispose de 21 représentations régionales réparties dans les différentes zones de production et d'exportation, en vue de garantir un service de proximité aux professionnels du secteur de l'agro-alimentaire.

Il dispose aussi de 4 délégations en Europe dont une récemment implantée en Russie. Leur rôle est de contribuer au bon déroulement des missions de contrôle technique et de coordination, en fournissant des indications sur l'état d'arrivée des produits exportés en termes de qualité et de conformité et en assurant une veille commerciale avec la remontée d'informations utiles au service du secteur agro-alimentaire d'exportation.

Partenariats nationaux et internationaux de l'EACCE :

L'EACCE noue des relations de synergie et de partenariat avec différents organismes à l'échelle internationale, il s'agit du :

- Codex Alimentarius
- Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE)
- Conseil Oléicole International (COI)
- Comité de liaison de l'agrumiculture méditerranéenne (Clam)
- Syndicat National des Importateurs Français de Fruits et Légumes (SNIFL).
- Kwaliteits Control Bureau (KCB) en Hollande.
- Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) en Allemagne.

- Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer (France Agri Mer).

Au niveau national, l'Etablissement est partenaire avec des institutions, telles que l'Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires (ONSSA), à travers une convention signée dans le but de mutualiser et de développer l'échange d'informations et d'expertise entre les deux organismes, ainsi que l'office des changes (OC) et le Conseil National du Commerce Extérieur (CNCE) pour l'échange d'informations statistiques sur le commerce extérieur et la mise en place d'un répertoire des exportateurs marocains.

Aussi, une convention a été signée avec l'administration des douanes et impôts indirects (ADII), pour la facilitation des procédures douanières pour l'exportation des produits alimentaires agricoles et maritimes.

Reconnaisances internationales :

En 2004, l'EACCE a intégré le Régime de l'OCDE des fruits et légumes.

En 2005, l'EACCE a été primé par le Prix de l'ONU en reconnaissance de « sa contribution pour l'amélioration de l'efficacité, de l'efficience et de la qualité du service public ».

En 2006 et 2011, des sections importantes des laboratoires de Casablanca, Agadir et Berkane ont été accréditées par le COFRAC selon la norme ISO 17 025 version 2005.

En 2010, le cabinet allemand TÜV RHEINLAND a accordé la certification ISO 9001 version 2008.

En 2011, l'Office Alimentaire et Vétérinaire (OAV) relevant de la Commission Européenne a conclu que les dispositions mises en place en matière de contrôle officiel des résidus de pesticides respectent les limites légales fixées par l'Union Européenne.

La même année, le panel d'analyses sensorielles pour les huiles d'olive a officiellement reçu l'agrément du Conseil Oléicole International (COI). Il s'agit de la première reconnaissance internationale d'un panel au niveau du Maroc.

En 2013 : les sections des laboratoires de l'EACCE ont maintenu leurs accréditations ISO 17 025 et ont procédé à l'élargissement de leurs portées.

En 2013, le renouvellement de la certification ISO 9001 version 2008.