

Les produits de la mer marocains en force en Corée du Sud

Sous l'égide du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime, le Maroc prend part, pour la première fois, au Salon International des produits de la mer «Busan International Seafood & Fisheries Expo » qui se tient du 02 au 04 juillet 2014 à Busan en Corée du Sud. Ce salon est considéré comme l'un des plus grands événements du commerce des produits de la mer dans le monde et en particulier en Asie.

Attirant plus de 350 exposants venus de 25 pays, le BISFE 2014 sera une plateforme privilégiée offrant aux professionnels marocains des produits de la mer un accès direct à des acheteurs qualifiés et à des fournisseurs représentant toutes les filières de l'industrie de la pêche.

Organisé par l'Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE), la participation marocaine s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre du volet international de la stratégie marketing institutionnel pour la promotion des produits de la mer. A travers l'organisation de salons, de missions B to B et de showrooms, cette stratégie vise à renforcer la notoriété des produits de la mer marocains sur les marchés les plus porteurs notamment l'Union européenne, la Corée du Sud, le Japon ... Les produits de la mer marocains y seront exposés sous l'étendard « Moroccan Seafood », une signature commune, visant notamment à améliorer le positionnement des produits de la mer marocains sur les débouchés internationaux à fort potentiel.

Aussi et afin d'assurer une présence remarquée dans ce Salon, l'EACCE a réservé un pavillon de 200 m² accueillant 12 entreprises exportatrices, afin d'offrir aux visiteurs professionnels un large éventail de produits allant du poisson congelé aux conserves et semi-conserves de poisson, en passant par le poisson mariné. Des séances de dégustation animées par un chef cuisinier de renommée sont aussi au programme, afin de permettre aux visiteurs de ce salon d'apprécier la qualité des produits de la mer marocains.

En outre, ce salon sera également, l'occasion d'instaurer une plateforme d'échange, de partage et de discussion entre les opérateurs marocains et coréens, via des rencontres B to B ainsi que des visites de sites programmées en marge.

L'objectif à travers la participation à cette manifestation est de renforcer la notoriété de l'offre marocaine en produits de la mer transformés sur le marché coréen et éventuellement asiatique, et ce notamment grâce à la mise en exergue des atouts des produits marocains : la qualité, l'authenticité, la diversité, et le savoir-faire marocain.

Le choix d'une action en Corée du Sud se justifie par l'importance et la taille de son marché des produits de la mer. Les importations de ce marché se chiffrent à 3,7 milliards \$ en 2013. La Corée du Sud occupe la place de 3ème importateur mondial de poisson vivant, 4ème importateur mondial de poisson congelé et deuxième importateur mondial de poulpe (après le Japon) représentant une part de près de 16,4% des importations mondiales.

Les exportations des produits de la mer du Maroc vers la Corée du Sud en 2013 sont chiffrées à 16,6 millions de dirhams avec un volume de 679 tonnes.

À travers la participation au BISFE, le Maroc s'ouvrira de nouvelles opportunités afin de renforcer la notoriété de ses produits, nouer de nouveaux partenariats commerciaux et surtout améliorer le positionnement de l'origine Maroc sur ce marché.

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 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
- Emplois directs 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.
- 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.
- Showrooms.
- 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.



Marché de la Corée du Sud

La Corée du Sud se classe au quinzième rang dans le monde pour l'importance de son économie. C'est une grande puissance économique en Asie, affichant un PNB par habitant proche de 24 500 USD en 2013.

Ce pays, qui compte plus de 50 millions d'habitants, représente un marché de taille pour les produits agroalimentaires notamment les produits de la mer.

La Corée du Sud occupe une position centrale en Asie de l'Est, ce qui en fait un point d'entrée à fort potentiel pour les entreprises marocaines qui souhaitent d'une part pénétrer les grands marchés et d'autre part consolider leur parts de marché sur les pays asiatiques.

Le pays demeure un marché de grande valeur pour les produits de la mer du Maroc en raison de son déficit commercial dans le domaine.

La Corée du Sud importe environ 3,5 milliards de dollars de produits de la pêche et enregistre par le fait même un déficit commercial de -1,8 milliards de dollars.

Par ailleurs, la Corée du Sud occupe la place de 3ème importateur mondial de poisson vivant, 4ème importateur mondial de poisson congelé et deuxième importateur mondial de poulpe (après le Japon) représentant une part de près de 16,4% des importations mondiales.

La consommation des poissons, mollusques et crustacés tournent autour de 40,6 kg/hab. Les Coréens ont des préférences pour le poisson vivant, ensuite le poisson frais ou réfrigéré, puis le poisson congelé. Les consommateurs coréens fondent leurs décisions d'achat sur la qualité, le prix, les bienfaits pour la santé et l'aspect pratique des aliments.

Les exportations marocaines vers la Corée du Sud

Les exportations des produits de la mer du Maroc vers la Corée du sud en 2013 sont chiffrées à 16,6 millions de dirhams avec un volume de 679 tonnes.

Quatre produits représentent 84 % des ventes des produits de la pêche sur ce marché à savoir le poulpe congelé (36%), le sabre congelé (24%), l'huile de poisson (16%) et les filets d'anchois à l'huile (8%).

Exportations des produits de la mer par marché (2013)

Marché	Quantité (T)	Valeur (millier DH)	Part en volume	Part en valeur
UE	261 921	8 961 349	48,5	61,9
Reste de l'europe	64 685	716 380	12,0	5,0
Amériques	36 896	690 562	6,8	4,8
Afrique	107 278	2 053 819	19,9	14,2
Asie	68 190	2 024 205	12,6	14,0
Dont Corée du Sud	679	16 606	0,1	0,1
Océanie	745	24 678	0,1	0,2
TOTAL	539 715	14 470 993	100	100



Le poids du Maroc dans les importations des produits de la mer de la Corée du Sud est limité à 0.1%. Néanmoins, le Maroc occupe la 7ème place des importations sud-coréennes de poulpe, avec seulement 0,6% de part de marché alors que la Mauritanie détient une part de 5,2%.

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, voire tripler les exportations agricoles et maritimes.

Pour rappel l'EACCE est un organisme public au service du secteur des produits agro-alimentaires destinés à l'exportation. Son intervention couvre les filières des fruits et légumes frais, des produits végétaux transformés et des produits de la pêche. Entre autres missions dévolues à l'EACCE on citera :

- 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.

Afin de mener l'ensemble de ces missions, 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 également de 4 délégations en Europe.

Partenariats nationaux et internationaux de l'EACCE :

L'EACCE noue des relations de synergie et de partenariat avec différents organismes à l'échelle internationale :

- Le Codex Alimentarius
- L'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE)
- Le Conseil Oléicole International (COI)
- Le Comité de liaison de l'agrumiculture méditerranéenne (Clam)
- Le Syndicat National des Importateurs Français de Fruits et Légumes (SNIFL).
- Le Kwaliteits Control Bureau (KCB) en Hollande et le Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) en Allemagne.
- L'Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer (France Agri Mer).

En 2002, le système de contrôle de la conformité de l'Établissement a eu la reconnaissance officielle de l'Union Européenne.

En 2004, l'EACCE a intégré le Régime de l'OCDE des fruits et légumes. L'année suivante, une autre distinction a concerné 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 l'EACCE à Casablanca, Agadir et Berkane ont été accréditées par le COFRAC selon la norme ISO 17 025 version 2005.

En 2010, le cabinet allemand TUV International a accordé à l'EACCE 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.

En 2011, le panel d'analyses sensorielles de l'EACCE 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 2012, le renouvellement de la certification ISO 9001 version 2008.

