

DOSSIER DE PRESSE

LE MAROC PAYS A L'HONNEUR AU SALON MARITIME DE DAKAR

Du 10 au 13 Décembre 2015, l'Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE) sous l'égide du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime prend part au Salon Maritime de Dakar au Sénégal en tant que pays à l'honneur

Le choix du Maroc comme invité d'honneur de cette édition 2015 traduit l'excellence et la qualité des relations historiques empreintes d'amitié et d'estime qui lient le Sénégal au Royaume du Maroc.

A ce titre, plusieurs accords sont signés entre les deux pays, se déclinant sur plusieurs secteurs et domaines d'activités, notamment en matière de coopération halieutique, et ce à travers l'Accord de Coopération signé à Dakar le 25 mai 2015 à l'occasion de la Visite Royale. A cet effet, une convention pour la réalisation par le Maroc d'un projet de construction d'un Point de

Débarquement Aménagé dans la localité de Soumdeioune, Dakar, a été signée pour un montant de 20 millions de Dirhams.

La 2ème participation marocaine à ce Salon s'inscrit dans le cadre de la mise en oeuvre 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.

D'une superficie de 192m², le pavillon marocain accueillera plus de 15 entreprises marocaines pour exposer une palette diversifiée des produits de la mer, notamment, les conserves et semi conserves de poisson, produits de la mer frais et congelés.

La délégation marocaine sera composée des acteurs privés du secteur de la pêche maritime marocain, ainsi que des hauts responsables institutionnels relevant du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime.

A l'occasion de cet événement, les produits de la mer marocains seront exposés sous l'étendard « Moroccan Seafood », une signature commune, visant notamment à améliorer le positionnement des produits de la mer marocains sur cette région.

Réputé pour la qualité de ses produits maritimes, le Maroc ambitionne à travers sa participation à cette édition du « SMD 2015 », d'explorer de nouvelles opportunités de partenariats économiques, de communiquer sur les nouveautés de l'offre exportable marocaine et de consolider la dynamique de partenariat gagnant - gagnant entre les deux pays.

Le Salon Maritime de Dakar est un événement majeur qui vise à promouvoir le développement harmonieux de la pêche, de l'aquaculture, des fonds marins et des transports maritimes, ainsi que des secteurs d'activités connexes. Etalé sur plus de 6000 m², ce salon abritera divers espaces

d'expositions et de rencontres B to B et connaîtra l'organisation d'un forum thématique et des visites de sites stratégiques. Cette manifestation est une véritable plateforme qui réunit une palette de professionnels et d'experts, des représentants d'institutions publiques et privées, outre des représentants d'organisations internationales et régionales concernées.

1. 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. La surface maritime des côtes marocaines totalise plus d'un million de km². 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.

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.

2. 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 3,1 milliards USD et de tripler le PIB du secteur d'ici 2020 pour en faire un véritable moteur de croissance pour l'économie marocaine.

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 oeuvre 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 plusieurs actions stratégiques.

3. MARCHÉ DU SÉNÉGAL

Avec ses 14 millions d'habitants, le Sénégal est classé parmi les plus importantes économies de la sous-région ouest africaine. Ses principales

recettes proviennent de la pêche, du tourisme et de l'aquaculture mais compte tenu de sa situation géographique, le Sénégal fait partie des pays africains les plus industrialisés avec la présence de plusieurs multinationales. Le Sénégal est un allié et partenaire stratégique et économique de premier ordre du Maroc.

En effet, plusieurs accords sont signés jusqu'ici en 2015, se déclinant sur plusieurs secteurs et domaines d'activités, notamment en matière de pêche et d'aquaculture, avec un accord de coopération public-public, visant la mise en place d'une coopération bilatérale dans le domaine de la pêche maritime et l'aquaculture.