

Communiqué de presse – MAPM



Rabat le, 16/05/2014

Le Marché de gros de Rungis accueille un showroom des produits marocains de la mer

Le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime annonce l'organisation, le 23 mai 2014, d'un Showroom des produits de la mer frais marocains sur la plus grande plate forme de commercialisation des produits frais en Europe. L'objectif à travers l'organisation de cet événement sur le marché de gros de Rungis – France - est de promouvoir l'offre marocaine en produits de la mer frais auprès des opérateurs français et européens à travers une exposition collective du produit marocain et l'organisation d'un atelier de rencontres et d'échanges avec les opérateurs étrangers.

Ce concept innovant permettra de valoriser le produit de la mer marocain - en l'absence de stands promotionnels concurrents – auprès de nombreux clients potentiels (grossistes, importateurs, centrales d'achats, distributeurs, restaurateurs...).

Cet événement verra la participation d'une importante délégation marocaine composée notamment de représentants des institutions publiques et d'opérateurs privés du secteur des produits de la mer frais.

Le showroom des produits de la mer frais marocains sur le marché de Rungis donne le coup d'envoi des actions de promotion inscrites 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, la Chine ...

C'est la première opération de ce type qu'organise l'Établissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE) dans le cadre de ses nouvelles missions, notamment la promotion des exportations agricoles et maritimes,



Organisé au profit des opérateurs marocains spécialisés dans le conditionnement des produits de la mer à l'état frais, cet événement permettra de développer le positionnement du poisson frais marocain sur le marché français, mais aussi européen grâce notamment à :

- la présentation et l'exposition des produits de la mer marocains,
- la mise en avant des atouts des produits marocains : la durabilité, la valeur sensorielle, le savoir-faire, l'authenticité et la tradition, etc.
- la mise en valeur de l'origine Maroc et du savoir-faire marocain,
- l'instauration d'une plate-forme d'échange, de partage et de discussion entre les opérateurs marocains et français.

Etalé sur une journée, le showroom occupera un espace total de 450 m² au sein du pavillon principal de vente des produits de la mer du Marché de Rungis. Cet événement comprendra :

- un espace d'exposition réservé aux produits frais et où seront présentées les différentes espèces traduisant la qualité et la diversité de l'offre marocaine
- un espace B to B pour les rencontres entre les opérateurs marocains et les acheteurs potentiels visitant le marché de Rungis
- un espace de Cooking Show avec dégustation des produits de la mer marocains offerte aux visiteurs
- un atelier professionnel pour les tables rondes qui seront l'occasion d'échange, de discussion et de partage entre les opérateurs marocains et français ;
- un important dispositif de communication est mis en place pour annoncer l'évènement et mobiliser les acteurs ciblés, à travers une soixantaine de panneaux d'affichage, des insertions et des bannières publicitaires dans les principaux supports spécialisés (totalisant une audience de 28.000 professionnels, envois de SMS, flyers et voiturettes brandées « Moroccan Seafood »).

Le choix d'une première action en France se justifie par l'importance et la taille de son marché de produits de la mer. Elle est le cinquième pays importateur (en valeur) de produits de la mer au monde. Elle occupe la sixième place des destinations des exportations marocaines des produits de la mer frais. Avec 64 tonnes exportées en 2012 vers la France, soit un chiffre d'affaires de près de 8,5 millions de DH, ce marché représente un véritable potentiel de croissance pour le Maroc.





L'Europe est, pour sa part, le premier marché de destination des produits de la mer à l'échelle internationale : 8,38 millions tonnes y sont importées chaque année, soit 24 % des échanges mondiaux dans ce secteur. Sa consommation de produits de la mer figure parmi les plus élevées : 13 million de tonnes par an (dont seulement 38 % sont pêchées par la flotte européenne), soit 27 kg par an et par habitant. L'Europe s'approvisionne principalement auprès de la Norvège et de la Chine, notamment en crevettes (première espèce importée en valeur), en saumon et en cabillaud. Offrant une demande soutenue, stimulée par une consommation en pleine croissance, le marché européen est une cible attractive pour les exportations marocaines en produits de la mer. L'Europe est en outre la première destination des exportations marocaines de produits de la mer : elle représente 62 % du total en valeur et 49 % en volume. 262.000 tonnes sont ainsi exportées chaque année vers le marché européen (soit une valeur de 8.961 millions de dirhams). 80 % de la valeur de ces exportations se présente sous forme de surgelés, conserve et semi-conserve.

Apprécié par les institutionnels, professionnels et consommateurs, le marché de gros de Rungis, le plus grand au monde pour les produits frais, est un site attractif. Son positionnement premium, valorise la qualité des produits et le savoir-faire des professionnels. Réunissant plus de 1.190 entreprises opérant dans divers secteurs, ce marché a réalisé un chiffre d'affaires de 8,2 milliards d'euros en 2012. Avec plus de 148.000 tonnes de poissons et crustacés commercialisées en 2012, soit 11% des arrivages de produits alimentaires sur le Marché de Rungis, le hall des produits de la mer est une référence mondiale tant pour la qualité, l'hygiène, la sécurité et le respect de la chaîne du froid, que pour la diversité de ses produits et ses infrastructures. Plateforme commerciale d'envergure internationale, le Marché de Rungis est approvisionné par divers circuits logistiques: camions, trains et avions (l'aéroport d'Orly étant situé à proximité).

À travers l'organisation de ce showroom, le Maroc s'offrira de nouvelles opportunités de renforcer la notoriété de ses produits, de nouer de nouveaux partenariats commerciaux et d'accroître ses exportations des produits de la mer frais.





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 dans une zone privilégiée qui bénéficie, sur sa longue façade atlantique, de l'effet combiné du courant froid des Canaries et de l'upwelling mauritanien. 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 539.000 tonnes exportées en 2013 (soit un chiffre d'affaires à l'export de 14,5 milliards de dirhams), les produits de la mer représentent 16 % des exportations globales du Royaume et près de 55 % des exportations de produits agroalimentaires.

Les produits de la mer sont exportés sous forme de poisson congelé (44 %), de conserves de poisson (30 %), de produits dérivés (9 %) et de poisson frais (6 %).

En ce qui concerne les produits de la mer frais, le poisson représente 73 % des exportations, suivi par les mollusques (19 %), les crustacés (8 %) et les filets de poisson (à 0,1 %). Le Maroc est par ailleurs le premier exportateur mondial des sardines de l'espèce *Sardina Pilchardus* (Walbaum, 1792), reconnue pour sa qualité au niveau international.





Exportations des produits de la mer par marché (2013)

Marché	Quantité (T)	Valeur (millier DH)	Part (%)
UE	261 921	8 961 349	62%
RESTE DE L'EU-ROPE	64 685	716 380	5%
AMERIQUES	36 896	690 562	5%
AFRIQUE	107 278	2 053 819	14%
ASIE	68 190	2 024 205	14%
OCEANIE	745	24 678	0%
TOTAL	539 715	14 470 993	

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 hauteur 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 : 3,1 milliards de \$

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.





3. 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.

4. Le showroom marocain à Rungis : un concept novateur

Le showroom Rungis, est un événement promotionnel qui permettra de présenter les produits de la mer frais du Maroc aux opérateurs français et éventuellement européens.

Cet événement, organisé sur une journée et sur un espace total de 450 m² au niveau du pavillon principal de vente du hall des produits de la mer.

Le showroom comprendra :

- Un espace d'exposition avec étalage de produits de la mer frais de différentes espèces illustrant la qualité et la diversité de l'offre marocaine (de 2h à 6h du matin) ;
- Un espace de Show-cooking avec dégustation offerte aux visiteurs (de 2h à 6h du matin), animé par un traiteur marocain renommé ;
- Un atelier professionnel où seront organisées les tables rondes afin de favoriser l'échange et de partage entre les opérateurs marocains et français (de 9h du matin à midi).

Le showroom sera relayé par une importante campagne de communication, qui comprendra des insertions publicitaires, un catalogue des exposants, une animation au sein de la marée des poissons et une couverture médiatique à l'échelle nationale et internationale.





5. Le marché français : Une cible stratégique

- La France représente un marché très important pour les produits de la mer, elle est le cinquième pays importateur (en valeur) de produits de la mer au monde. Sa consommation est l'une des plus élevées d'Europe avec 33,9 kg/an/habitant.
- La France est une destination de taille pour les exportations marocaines des produits de la mer: elle se classe au cinquième rang en 2012 avec une valeur de plus de 826 millions de dirhams. Cependant, les exportations des produits de la mer vers la France ne représentent que 6,1 % du total des exportations en volume et 5,6 % en valeur.
- La France occupe en revanche la sixième place des destinations des exportations marocaines en produits frais. Avec seulement 64 tonnes soit près de 8,5 millions de dirhams enregistrés en 2012, les exportations marocaines de produits de la mer frais vers la France possèdent un réel potentiel d'expansion.

6 : Le Marché de gros de Rungis : une plate forme commerciale d'envergure internationale

Apprécié des professionnels et consommateurs, le Marché de gros de Rungis est un site attractif bénéficiant d'un positionnement premium qui valorise la qualité des produits et le savoir-faire des professionnels. Avec plus de 1.190 entreprises opérant dans divers secteurs, à savoir :

- Fruits & légumes,
- Produits carnés,
- Produits de la mer,
- Produits laitiers et traiteur,
- Horticulture,

En 2012 le marché de Rungis a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 8,2 milliards d'euros.





Chiffre clé du marché au titre de l'année 2012 :

Chiffre d'affaires	8,189 milliards euros
Nombre d'entreprises	1193
Nombre de salariés	11 826
Superficie	234 hectares aménagés
Arrivages sur le marché	1.372.304 tonnes de produits alimentaires
Fréquentation du Marché	6.670.269 entrées
Population desservie	18 millions de consommateurs
Occupation des surfaces	1.001.743 m ² de locaux soit 92,86 % de taux d'occupation
Nouveaux acheteurs	3.866 créations de cartes d'acheteur soit +0,4% par rapport à 2011

Chiffre clé du marché au titre de l'année 2012 :

Grâce à son attractivité et à sa notoriété, le Marché de Rungis offre à la branche d'activité des produits de la mer un accès à un volume d'affaires important.

Avec plus de 148.000 tonnes de poissons et crustacés commercialisés en 2012, soit 11 % des arrivages de produits alimentaires sur le marché, le secteur des produits de la mer du marché de Rungis est une référence mondiale tant pour la qualité, l'hygiène, la sécurité et le respect de la chaîne du froid, que pour la diversité de ses produits et pour ses infrastructures. Ce secteur comprend :

- 1 pavillon principal de vente,
- 1 bâtiment dédié à la vente d'accessoires,
- 3 entrepôts,
- 1 tour à glace.





Chiffres clés du secteur Produits de la Mer :

	Nombre d'entreprises	8,189 milliards euros
Grossistes	33	668 664
Courtiers et sociétés d'import-export	14	163 268
Total	47	831 932

Approvisionné par divers circuits logistiques: camions, trains et avions (l'aéroport d'Orly est situé à proximité) en provenance de plusieurs pays, le marché de Rungis est une plateforme commerciale d'envergure internationale.

7. À 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.

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.
- Animer les 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.
- Assurer une veille stratégique opérationnelle sur les marchés d'exportation des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains.
- Accompagner les 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 chargées.

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 :

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

Au niveau national, l'Établissement est partenaire avec des institutions, telles que l'Office National de sécurité sanitaire des produits alimentaires (ONS-SA) pour l'échange d'informations et d'expertise entre les deux organismes, ainsi que l'Office de Change 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.





Reconnaitssances internationales :

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.

