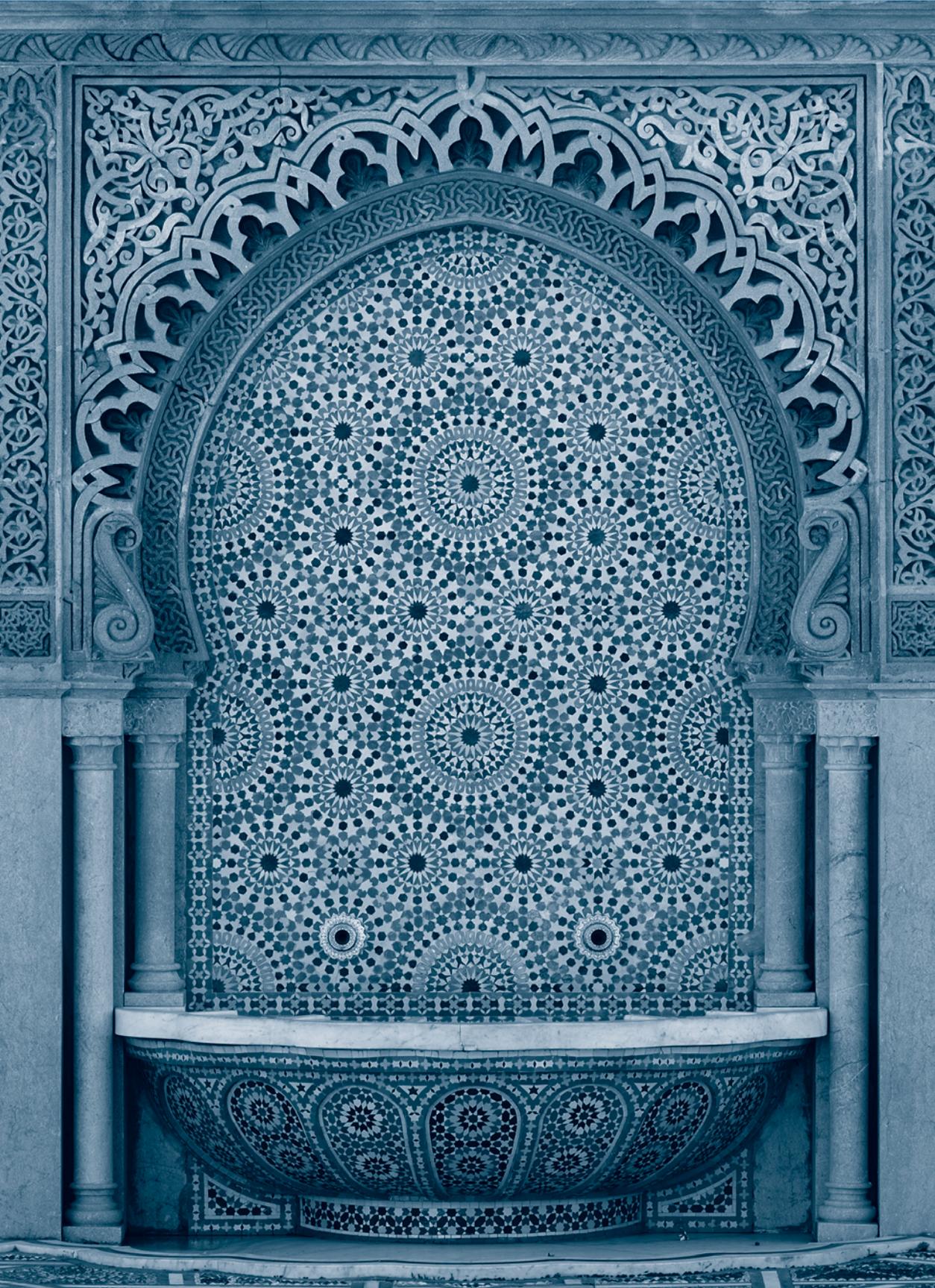




Examen national de l'export vert du Maroc : produits oléicoles, romarin et thym



MAROC



Note

Les appellations employées dans la présente publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Le texte de la présente publication peut être cité ou reproduit, sous réserve qu'il soit fait mention de la source et qu'un exemplaire de la publication où sera reproduit l'extrait cité soit communiqué au secrétariat de la CNUCED.

Le présent document n'a pas été revu par les services d'édition.

Remerciements

Le rapport de l'Examen National de l'Export Vert (ENEV) du Maroc a été rédigé par les professeurs Mohamed Rahmani et Saadia Zrira en leur qualité d'experts nationaux.

Les travaux de l'ENEV ont été coordonnés au Maroc par Mohamed Nbou et Nadia Zine du Ministère Délégué Chargé de l'Environnement. Le déroulement de l'ENEV a également bénéficié de la participation active du Ministère l'Agriculture et de la Pêche Maritime et du Haut-Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte Contre la Désertification ainsi que de celle de l'ex-AMABIO (transformée en FIMABIO depuis le 2 juin 2016), de la FEPAM, de la FICOPAM et de l'INTERPROLIVE.

Un appui technique a été apporté dans le cadre de ce projet par Robert Hamwey et Malick Kane de la CNUCED.

La présente publication a été formatée par Rafe Dent de la CNUCED.

L'ENEV du Maroc a été réalisée avec le soutien financier du Compte de Développement des Nations Unies (projet 1415L) et de la CNUCED.

M. Guillermo Valles
Directeur

Division du commerce international des biens et services, et des produits de base

le 31 mai 2017

UNCTAD/DITC/TED/2017/1/Rev.1

Table des matières

Note	ii
Remerciements.....	ii
Liste des acronymes.....	v
INTRODUCTION ET RÉSUMÉ EXÉCUTIF	vii
SECTION 1. LE SECTEUR OLÉICOLE VERT AU MAROC	1
1.1 Présentation générale.....	1
1.2 Caractéristiques de production.....	1
1.2.1 Sous filière conventionnelle	1
1.2.2 Sous filière biologique	2
1.3 Formes de valorisation des produits de l'olive.....	2
1.4 Impact environnemental et lutte contre le changement climatique.....	2
1.5 Impact social	3
1.6 Structure de la filière et chaîne de valeur	3
1.6.1 Structure de la filière	3
1.6.2 Organisation professionnelle	3
1.6.3 Structure des coûts	4
1.7 Éléments pertinents du cadre politique et réglementaire	5
1.7.1 Orientations stratégiques de la filière oléicole	5
1.7.2 Réglementation relative aux produits oléicoles	6
1.7.3 Réglementation horizontale.....	7
1.8 Commercialisation des produits oléicoles verts	7
1.8.1 Sous filière conventionnelle	7
1.9 Exportations mondiales des produits oléicoles verts	9
1.9.1 Importations - Exportations/Principaux pays.....	9
1.9.2 Tendances du marché mondial en termes de prix et de consommation	11
1.9.3 Stratégies du business international des produits oléicoles verts.....	11
1.10 Analyse SWOT et plan d'action	12
SECTION 2. LE SECTEUR DES PAM AU MAROC: LES FILIÈRES DU THYM ET DU ROMARIN.....	17
2.1 Présentation générale.....	17
2.2 Caractéristiques de production.....	17
2.2.1 Le romarin	17
2.2.2 Le thym	18
2.3 Formes de valorisation du romarin et du thym	18
2.3.1 Formes actuelles de valorisation	18
2.3.2 Formes potentielles de valorisation du romarin et du thym	18
2.4 Impact environnemental	19
2.5 Impact social	19
2.6 Chaînes de valeur des filières huiles essentielles et feuilles séchées	20
2.6.1 Filière huile essentielle	20
2.6.2 Filière feuille séchée	20
2.7 Politiques et stratégies nationales pertinentes pour les filières ciblées	21
2.7.1 Stratégie Nationale de développement du secteur des PAM	21
2.7.2 Plan Maroc Vert	21
2.8 Exportations Marocaines	21

2.8.1	Exportations marocaines en huiles essentielles (HE) de romarin	21
2.8.2	Exportations marocaines en feuilles séchées de romarin	22
2.8.3	Le thym séché	23
2.8.4	L'HE de thym	23
2.8.5	Le thym et romarin bio	23
2.9	Tendances du marché mondial	25
2.9.1	Tendances du marché mondial pour les HE de romarin	25
2.9.2	Tendances du marché mondial pour les feuilles de romarin	25
2.9.3	Tendances du marché mondial pour le thym séché	26
2.10	Analyse SWOT	26
2.11	Plan d'action	26

SECTION 3. PROCHAINES ÉTAPES DE L'ENEV ET MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ACTION. 31

Bibliographie	32
Notes	34

Liste des figures

Figure 1.	Exportations marocaines de l'huile d'olive (campagnes 2010 à 2014).....	8
Figure 2.	Evolution de la superficie et de la production du romarin exprimée en ha et en tonne de matière végétale (2008-2012).....	18
Figure 3.	Evolution de la superficie et de la production du thym (2008-2012)	18
Figure 4.	Evolution du prix moyen d'HE de romarin	22
Figure 5.	Evolution des exportations des HE de romarin en poids et en valeur entre 2002 et 2015.....	22
Figure 6.	Evolution des exportations des feuilles de romarin	23
Figure 7.	Evolution du prix moyen des feuilles de romarin.....	23
Figure 8.	Exportations totales du romarin (2002-2014) (l'EACCE, 2015).....	24
Figure 9.	Evolution des exportations de thym	24
Figure 10.	Prix moyen du thym	24
Figure 11.	Importance des principales PAM bio exportées en termes de quantité et de valeur	25

Liste des tableaux

Tableau 1.	Evolution des productions du secteur oléicole	1
Tableau 2.	Coût moyen des huiles d'olive conventionnelles (campagne 2013/2014).....	4
Tableau 3.	Coût moyen des olives de table conventionnelles (campagne 2013/2014).....	5
Tableau 4.	Prix de vente de l'huile d'olive «bio» et marges dégagées	5
Tableau 5.	Projections du PMV pour la filière oléicole à l'horizon 2020	5
Tableau 6.	Echanges mondiaux des olives conventionnelles	9
Tableau 7.	Echanges mondiaux des huiles d'olive de table	10
Tableau 8.	Exportations des dix principales espèces de PAM au Maroc	17
Tableau 9.	Formes d'exportation du romarin séché (valeurs moyennes entre 2002 et 2015).....	22
Tableau 10.	Objectifs, axes stratégiques et actions spécifiques du Plan d'action	30

Liste des acronymes

ADA	Agence de Développement Agricole
ADS	Agence de Développement Social
AFNOR	Association Française de Normalisation
AMABIO	Association Marocaine de la Filière des Productions Biologiques
ANPMA	Agence Nationale des Plantes Médicinales et Aromatiques
AOC	Appellation d'Origine Controlée
AOP	Appellation d'Origine Protégée
BO	Bulletin Officiel
BPA	Bonnes Pratiques Agricoles
BPF	Bonnes pratiques de Fabrication
BPH	Bonnes Pratiques d'Hygiène
BRC	British Retail Consortium
CBI	Centre for the Promotion of Imports from developing countries
CE	Commission Européenne
CNCE	Centre National du Commerce Extérieur
CNPB	Commission Nationale de la Production Biologique
CNUCED	Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement
COI	Conseil Oléicole International
DDF	Direction du Développement Forestier
DDFP	Direction de Développement des Filières de Production
DEPF	Direction des Etudes et des Prévisions Financières
DPA	Direction Provinciale de l'Agriculture
DPVCTRF	Direction de la Protection des Végétaux, du Contrôle Technique et de la Répression des Fraudes
DRA	Direction Régionale de l'Agriculture
DSS	Direction de la Stratégie et des Statistiques
EACCE	Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations
EESS	Evaluation Environnementale et Sociale Stratégique
ENA	Ecole Nationale d'Agriculture, Meknès
ENAM	Ecole Nationale d'Agriculture de Meknès
ENEV	Examen National de l'Export Vert
ENFI	Ecole Nationale Forestière d'Ingénieurs
FAO	Food and Agriculture Organization
FDA	Fonds de Développement Agricole
FIBL	Institut de Recherche de l'Agriculture Biologique
FICOPAM	Fédération des Industries de la Conserve des Produits Agricoles du Maroc
FIMABIO	Fédération Nationale Interprofessionnelle de la Filière Biologique
GAP	Good agricultural practices
GBPS	Guide des Bonnes Pratiques Sanitaires
GES	Gaz à Effet de Serre
GIE	Groupement d'Intérêt Economique
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
HACCP	Hazard Analysis Critical Control Point
HCP	Haut-Commissariat au Plan
HE	Huile Essentielle
HEFLCD	Haut-Commissariat aux Eaux et Forêts et à la Lutte Contre le Désertification
HTO	Holding de Traitement d'Olive

IAV	Institut Agronomique et Vétérinaire
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
IFS	International Food Standard
IGP	Indication Géographique Protégée
INDH	Initiative Nationale du Développement Humain
INRA	Institut National de la Recherche Agronomique
INTERPROLIVE	Fédération Interprofessionnelle Marocaine de l'Olive
IRES	Institut Royal des Etudes Stratégiques
ISO	International Organization for Standardization
ITC	International Trade Center
LA	Label Agricole
LHSB	Les Huileries du Souss Belhassan
MANE	Stratégie de Mise à Niveau de l'Environnement
MAPM	Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime
MCA	Millenium Challenge Account
MI	Ministère de l'Intérieur
MICMNE	Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Mise à Niveau de l'Economie
MNT	Mesures Non Tarifaires
NOP	National Organic Program
OCC	Organisme de Contrôle et de Certification
ODCO	Office de Développement de la Coopération
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
OMPIC	Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale
ONCA	Office National du Conseil Agricole
ONG	Organisation Non Gouvernementale
ONSSA	Office National de la Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires
ONUDI	Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel
ORMVA	Office Régional de Mise en Valeur Agricole
OTC	Obstacles Techniques au Commerce
PAC	Politique Agricole Commune
PAM	Plantes Aromatiques et Médicinales
PAPSA	Programme d'Appui de l'Union Européenne à la Politique Sectorielle Agricole du Maroc
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PME	Petite et Moyenne Entreprise
PMI	Petite et Moyenne Industrie
PMV	Plan Maroc Vert
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
SDOQ	Signes Distinctifs d'Origine et de Qualité
SIAL	Salon International de l'Alimentation
SIAM	Salon International de l'Agriculture de Meknès
SNDD	Stratégie Nationale de Développement Durable
SNPE	Stratégie Nationale de Protection de l'Environnement
SPS	Mesures Sanitaires et Phytosanitaires
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TCAM	Taux de Croissance Annuel Moyen
UE	Union Européenne
USAID	United States Agency for International Development
USDA	United States Department of Agriculture

INTRODUCTION ET RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Le processus de l'ENEV du Maroc

Le projet d'Examen National de l'Export Vert (ENEV) du Maroc a été lancé en 2015 par les autorités marocaines et la CNUCED. Il a pour objectif de favoriser le développement de filières d'exportation compétitives basées sur des productions générant des retombées environnementales et sociales positives.

Lors de la première phase de l'ENEV, une analyse des exportations marocaines a permis d'identifier un ensemble de productions dotées d'un avantage comparatif élevé et pouvant permettre de contribuer au développement de filières d'export vert. Sur la base de cette analyse et à l'issue d'un atelier national rassemblant des représentants des services de l'Etat et d'organisations professionnelles, les secteurs de l'olive et des plantes aromatiques et médicinales ont été choisis comme secteurs cibles de l'ENEV. A ce titre, chacun de ces secteurs a fait l'objet d'un diagnostic approfondi débouchant sur la préparation d'un plan d'action visant à développer les exportations de produits verts, favoriser l'adoption de modes de production durables et contribuer à la création de valeur ajoutée au profit des opérateurs économiques marocains.

Les diagnostics et les plans d'action sectoriels contenus dans le présent rapport ont été préparés par des experts nationaux sous la guidance de la CNUCED et du Ministère de l'Environnement du Maroc. Ils sont le fruit d'une étude ayant porté sur les techniques de production durable, les tendances en matière d'export, les opportunités de diversification et de création de valeur ajoutée et les retombées sociales et environnementales générées par les secteurs cibles. Aussi bien les diagnostics que les plans d'action qui les accompagnent ont été finalisés sur la base de consultations avec les acteurs clés des filières cibles (olive et PAM). Un examen collectif des conclusions initiales des diagnostics sectoriels et du contenu des plans d'action a notamment été mené au travers du second atelier national de l'ENEV qui a rassemblé plus de 100 parties prenantes lors de 3 journées de concertation organisées à Fès et à Rabat en mai 2016.

Présentation du rapport national

Le présent rapport constitue l'aboutissement des travaux de recherche et des consultations sectorielles conduites dans le cadre de l'ENEV. Il vise à présenter les conclusions de l'ENEV aux acteurs des filières ciblées et constitue également une source d'information pour un public plus large intéressé par les questions de promotion de l'export vert et des modes de production durable.

Le rapport comporte 2 sections sectorielles, chacune d'entre elles dressant un panorama complet du secteur auquel elle est dédiée. Ces sections abordent ainsi les questions liées aux modes de production, aux formes de valorisation, à l'impact environnemental et social, à la structure de la chaîne de valeur, au cadre stratégique et réglementaire et aux principales tendances en matière d'exportation. Chaque examen sectoriel est accompagné d'une matrice SWOT synthétisant les principales forces, faiblesses, menaces et opportunités liées aux filières ciblées. Sur la base de ce diagnostic, un plan d'action visant à promouvoir le développement de l'export vert est ensuite détaillé.

La troisième et dernière section de ce rapport est pour sa part consacrée aux modalités de mise en œuvre du plan d'action et aux suites de l'ENEV.

Principaux résultats des examens sectoriels

i. Le secteur oléicole vert

Le secteur oléicole vert représente 64,8% environ de la superficie totale occupée par l'olivier au Maroc et génère un impact important en matière d'emploi, de protection de l'environnement et de sécurité alimentaire (exportations des huiles d'olive et des olives de table, conventionnelles et biologiques).

En s'appuyant sur des éléments de classification retenus par le conseil oléicole international (COI), le secteur oléicole vert au Maroc peut être défini comme l'ensemble des productions réalisées selon des procédés durables à partir de matière première issus d'oliveraies dites traditionnelles, principalement caractérisées par une densité d'arbres inférieure à 180 arbres/ha.

Les travaux menés dans le cadre de l'ENEV se sont ainsi concentrés sur les produits de l'oléiculture de type raisonné/agro écologique, ou biologique de même que sur l'oléiculture labellisée au moyen de signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ).

Plus précisément, les produits du secteur oléicole vert au Maroc regroupent:

- ◇ Les huiles d'olives vierges;
- ◇ Les olives de table (vertes, tournantes, et noires au sel sec) et transformées sans usage de la soude pour la désamérisation des olives.
- ◇ Le compost biologique (bio compost) issu du compostage des grignons d'olive, avec d'autres matériaux structurants (bois de taille de l'olivier, restes végétaux terreux issus du lavage-éfeuillage des olives, paille, etc.).
- ◇ Le savon « Beldi » ou « savon noir », à base d'huile d'olive et de pâte d'olive noire.

De façon générale, on observe que malgré un accroissement de 29,1% de la superficie oléicole entre 2009 et 2015, la production marocaine d'olives connaît d'importantes fluctuations. Celles-ci sont principalement attribuées à des facteurs tels que les aléas climatiques ou à l'alternance de l'olivier. On note également que le rendement moyen national demeure très modeste avec une valeur inférieure à 2T/ha (0,5 à 1,5T/ha en bour et entre 1,5 à 3T/ha en irrigué). De ce fait, les niveaux actuels de production ne correspondent pour l'instant qu'à 31.3% de l'objectif fixé pour 2020 pour l'olive de table et 41,9% de celui fixé pour l'huile d'olive.

Pour ce qui est de la production certifiée bio, on note que la superficie consacrée à l'oléiculture biologique au Maroc a quadruplé entre 2001 et 2010, passant de 240 ha en 2001 à 1070 ha en 2014, avec une production de 3.210t d'olives en 2014. Par ailleurs, pour le segment bio, les rendements moyens sont de 1 à 2 t/ha en zone bour (pluvial) et de 2 à 3 t/ha en zone irriguée. Certains producteurs « bio » revendent cependant des rendements allant jusqu'à 8T/ha, en zone irriguée.

Avec la mise en œuvre du Plan Maroc Vert en 2008, le secteur oléicole a connu un mouvement de structuration autour d'un modèle contractuel spécifique, reposant sur l'agrégation des petits producteurs autour de GIE. Ce schéma, décliné en plusieurs niveaux d'organisation permet aux acteurs économiques de se regrouper pour faciliter les opérations de production, de valorisation, de conditionnement ou de commercialisation.

Afin de consolider l'organisation professionnelle, l'Etat a mis en place des interprofessions. Dans le cas de l'olive, la sous-filière oléicole conventionnelle est structurée autour de la Fédération Marocaine Interprofessionnelle de l'Olive (INTERPROLIVE). Pour ce qui est de la sous filière biologique, elle est organisée autour de la FIMABIO qui a pour objectif d'œuvrer au développement et à la promotion des productions biologiques.

Concernant la commercialisation des produits oléicoles verts, on relève que le Maroc opère dans un environnement fortement concurrentiel, spécialement pour ce qui est du marché de l'huile d'olive. Ce dernier est en effet influencé par les subventions à l'export attribuées par de nombreux pays producteurs et par une croissance mondiale de la production supérieure de 2.2% en moyenne à celle de la consommation. Par ailleurs, en termes de rentabilité, les données récoltées tendent à indiquer que les olives de table (environ 11% de marge) et l'huile d'olive biologique (jusqu'à 16% de marge) offrent un retour supérieur à celui de l'huile d'olive conventionnelle.

Dans le détail, les principaux marchés d'exportation du Maroc sont les Etats Unis et l'UE. Ces derniers absorbant l'essentiel des exportations d'huile d'olive et d'olives de table du Royaume. Il apparaît également que les exportations de produits oléicoles certifiés biologiques et celles de savon noir restent limitées.

Le diagnostic du secteur oléicole vert a permis de relever un ensemble d'enjeux majeurs mis en évidence au travers d'une analyse SWOT et d'une consultation des parties prenantes. Ces derniers incluent notamment:

- ◇ la maîtrise de la qualité, de la fiabilité et la traçabilité de la production
- ◇ la valorisation des déchets et la gestion de l'impact environnemental lié aux margines
- ◇ le renforcement des capacités et du cadre stratégique en matière de valorisation des produits, de marketing et de commercialisation
- ◇ le développement de la filière bio
- ◇ le rôle de potentiel tremplin pour l'export du marché national

◇ la poursuite de la structuration et le renforcement de la coordination du secteur

Afin de faire face à ces enjeux, un plan d'action national (2017-2020), décliné autour des 4 axes stratégiques suivants a été élaboré:

- ◇ Axe stratégique 1: Améliorer la productivité et la durabilité du secteur oléicole vert
- ◇ Axe stratégique 2: Améliorer la qualité et valoriser les sous-produits
- ◇ Axe stratégique 3: Renforcer le développement du marché local
- ◇ Axe stratégique 4: Développer l'export des produits oléicoles verts

ii. Le secteur des produits du romarin et du thym

Fort du deuxième niveau de biodiversité le plus élevé du bassin méditerranéen, le Maroc dispose d'un important potentiel dans le domaine des plantes aromatiques et médicinales (PAM). Le pays abrite notamment plus de 600 espèces, dont près de 20% endémiques, reconnues pour leurs propriétés aromatiques ou médicinales et se classe également au 12ème rang mondial des exportateurs de PAM.

Suite à des consultations menées auprès des opérateurs économiques et des autorités, l'ENEV s'est focalisée sur les filières du thym et du romarin qui génèrent à elles deux près de 10 millions de \$US de revenus d'exportation et constituent avec l'argan les principales sources d'exportations de PAM spontanées du Royaume. Ce choix s'explique entre autre par les perspectives en matière de production durable, les opportunités de création d'emplois et les potentialités en termes de développement des exportations offertes par ces deux espèces.

D'après les données disponibles, la production de romarin se caractérise par une tendance à l'augmentation des surfaces de récolte et une forte variabilité des quantités de matière végétale collectée (environ 17'000 t en 2008, moins de 4 000t en 2010 et près de 19 000 t en 2012). A l'opposé, bien que caractérisé par des volumes de production largement inférieurs à ceux du romarin, le thym connaît une hausse continue tant des surfaces de collecte que des quantités récoltées (265 t en 2008, 320 en 2010 et 420 en 2012).

Les principales formes de valorisation du romarin et du thym rencontrées au Maroc sont les feuilles séchées, les poudres végétales et les huiles essentielles (essentiellement pour le romarin). On relève également la production de sommités fleuries fraîches, d'eaux florales et d'antioxydants (produits à partir du romarin).

Des opportunités supplémentaires de valorisation de la production existent notamment en relation avec les cosmétiques (savon, shampoing, crème), et les tisanes en sachets infusettes généralement recommandées en cas de refroidissement.

Les principaux acteurs de la chaîne de valeur des produits du thym et du romarin sont:

- ◇ les coopératives forestières et les opérateurs privés détenteurs de permis d'exploitation du domaine forestier. Ces deux types d'acteurs ont recours à une main d'œuvre locale pour la récolte et les premières opérations de transformation de la matière première
- ◇ Les intermédiaires et les grossistes qui jouent un rôle de relais entre les producteurs de premier niveau et les exportateurs
- ◇ Les industriels exportateurs qui peuvent assurer des opérations de tri, de nettoyage et retraitement des produits du romarin et du thym et assurent leur commercialisation auprès de clients internationaux

Au niveau des données d'exportation, on observe pour les produits phares des filières romarin (feuilles séchées et huiles essentielles) et thym (feuilles séchées), une tendance à la hausse des prix à l'export se traduisant par une augmentation quasi continue des revenus d'exportation. Parmi les principaux marchés d'export du Maroc figurent la France, l'Espagne, les Etats Unis mais aussi la Turquie ou le Nigeria.

Pour ce qui est du segment des produits labellisés "biologique", on peut également relever que le thym et le romarin génèrent les revenus d'export les plus importants de l'ensemble des PAM marocains avec respectivement 40% et 23% du total des revenus d'export des PAM "bio".

A l'issue du diagnostic sectoriel et des concertations réalisés au niveau des filières thym et romarin il apparaît que les enjeux cruciaux pour le développement de l'export vert en relation avec ces deux espèces cibles incluent:

- ◇ le développement de la culture afin d'accroître la durabilité de la ressource et de sécuriser la production

- ◇ l'industrialisation et la modernisation de la production ainsi que l'accroissement de la valeur ajoutée
- ◇ le développement de la certification et de la labellisation notamment pour ce qui touche au "bio" et aux produits du terroir
- ◇ la collecte et dissémination d'informations sur les dispositifs existants et les succès enregistrés en vue du développement de la filière PAM

Sur la base de ces conclusions, un Plan d'Action a été élaboré afin de consolider pendant les 5 prochaines années (2017-2021) l'offre d'exportation des produits du romarin et du thym dans des conditions d'harmonie avec la nature et de respect des cycles de vie de ces deux espèces. Ce plan comporte les 4 objectifs stratégiques suivants:

1. Assurer et pérenniser une production durable de thym et de romarin
2. Améliorer la qualité de l'offre, moderniser la production et développer la création de valeur ajoutée
3. Appuyer la commercialisation des produits verts issus du thym et du romarin au niveau national et international
4. Consolider l'organisation des deux filières et contribuer au renforcement des capacités des acteurs

Le second atelier national de l'ENEV a permis de générer l'adhésion d'un certain nombre de parties prenantes vis-à-vis de mesures du plan d'action et il a notamment été convenu que ce plan servirait de base à la négociation du futur contrat programme conclu entre l'Etat les représentants de la filière PAM.

SECTION 1.

LE SECTEUR OLÉICOLE VERT AU MAROC

1.1 Présentation générale

Le secteur oléicole revêt une importance essentielle au Maroc. Avec près de 998 000 ha dédiés à la culture de l'olivier (DDFP, 2016) il mobilise 65% de la superficie arboricole du pays et participe à hauteur de 5% dans la formation du PIB agricole. On estime également que l'exploitation de l'olive constitue la principale source de revenu pour plus de 450 000 exploitations agricole.

Sur la base de la classification du COI (2015a), le secteur oléicole vert au Maroc peut être défini comme l'ensemble des productions réalisées selon des procédés durables à partir de matière première issus d'oliveraies dites traditionnelles principalement caractérisées par une densité d'arbres inférieure à 180 arbres/ha.

Sont ainsi visés par l'ENEV les produits de l'oléiculture de type raisonné/agro écologique, ou biologique. L'oléiculture labellisée au moyen de signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) peut être également incluse dans le secteur oléicole vert.

Sur la base de la définition précédente, les produits de l'olive issus de systèmes de culture dits intensifs et super intensifs caractérisés par des densités pouvant dépasser les 800 arbres/ha sont exclus du périmètre de l'ENEV. Ces deux derniers modes de production sont notamment considérés comme trop exigeants

en intrants et pouvant générer un impact négatif sur l'environnement.

Les systèmes oléicoles verts occupent près de 64,8% de la superficie oléicole au Maroc et sont caractérisés par la présence de cultures intercalaires, entre les rangs d'arbres. La variété d'olivier qui prédomine dans ces systèmes est la variété autochtone «Picholine marocaine». C'est une variété population (poly-clonale), aux caractères très hétérogènes touchant plus particulièrement celui de sa productivité. La sélection génétique au sein de cette variété population, par l'INRA, a permis la sélection de deux clones (Haouzia et Menara) qui sont diffusés auprès de la profession aussi bien en irrigué qu'en bour (Boulouha et al, 1992; Boulouha, 2002).

A l'exception des productions irriguées réalisées sur des terrains plats ou en pente, les rendements des oliveraies traditionnelles sont faibles et ne dépassent guère 2 t/ha.

1.2 Caractéristiques de production

1.2.1 Sous filière conventionnelle

Au cours des 5 dernières campagnes, plus de 90% des olives récoltées ont été destinées à la production de l'huile d'olive, principalement en vue de répondre à la demande du marché national. Sur la même période, la production d'olives de table, représentant moins de 10% de la production totale d'olives, a été plus largement destinée à l'exportation.

On observe de façon générale que, malgré un accroissement de la superficie oléicole de 29,1% entre 2008 à 2009 (773 000 ha) et 2014/2015 (998 000 ha), la production marocaine d'olive connaît d'importantes fluctuations. Ces variations sont principalement

Tableau 1. Evolution des productions du secteur oléicole

Campagne	Superficie (ha)	Production olives (t)	Rendement moyen (t/ha)*	Production huilée d'olive (t)	Production olives de table (t)
2008/09	773 000	850 000	1,10	85 000	100 000
2009/2010	813 000	1 500 000	1,85	140 000	90 000
2010/2011	839 000	1 500 000	1,79	150 000	120 000
2011/2012	885 000	1 300 000	1,47	130 000	100 000
2012/13	922 000	1 114 000	1,21	120 000	100 000
2013/2014	947 000	1 570 000	1,66	150 000	120 000
2014/2015	998 000	1 143 000	1,15	120 000	100 000

* Le rendement moyen ne tient pas compte des superficies non productives (jeunes plantations)

Source : Interprolive (2015)

attribuées à des facteurs tels que les aléas climatiques ou à l'alternance de l'olivier. On note également que le rendement moyen national demeure très modeste avec une valeur inférieure à 2 t/ha (0,5 à 1,5 t/ha en bour et entre 1,5 à 3 t/ha en irrigué).

Le tableau 1 présente l'évolution de la production d'olive, d'huile d'olive et d'olive de table au Maroc entre 2008 et 2015. Il révèle que la production nationale demeure pour l'instant assez éloignée des objectifs de production de la filière tels qu'assignés par le PMV. Les niveaux actuels de production correspondent ainsi à 31,3% de l'objectif fixé pour 2020 pour l'olive de table et 41,9% de celui fixé pour l'huile d'olive.

1.2.2 Sous filière biologique

La superficie consacrée à l'oléiculture biologique au Maroc a quadruplé entre 2001 et 2010, passant de 240 ha en 2001 à 1 070 ha en 2014, avec une production de 3 210 t d'olives en 2014 (Chibane, 2015). A l'horizon 2020, les projections de superficie occupée par l'oléiculture «Bio» sont de 15 090 ha (DDFP, 2016).

Une quinzaine de producteurs «bio» ont été recensés par la DDFP, et se situent principalement au Nord, au Centre et au Sud du Maroc. Les olives issues de la sous filière «bio» sont destinées à la trituration (avec une séparation dans le temps de l'extraction) et à la production d'olives de table (zones irriguées et de bour favorable). La taille des superficies déclarées par les producteurs est variable, de quelques hectares à 400 ha (GIE Femmes du Rif).

Les rendements moyens sont de 1 à 2 t/ha en zone bour (pluvial) et de 2 à 3 t/ha en zone irriguée. Certains producteurs «bio» revendiquent cependant des rendements allant jusqu'à 8 t/ha, en zone irriguée.

1.3 Formes de valorisation des produits de l'olive

Les principaux produits transformés de l'oléiculture sont les huiles d'olive et les olives de table. En l'absence d'écolabels spécifiques à l'oléiculture raisonnée/ agro écologique au Maroc, cette dernière sera assimilée à l'oléiculture pratiquée en dehors des zones irriguées, à vocation intensive et super intensive.

Une partie des olives issues des zones du bour favorable est utilisée dans l'élaboration des olives de table. A noter cependant que la plus grande partie de la production des olives de table est issue des zones irriguées, compte tenu de l'influence positive de

l'irrigation sur le calibre des fruits et sur la régulation de leur maturation.

Les produits du secteur oléicole vert identifiés dans le cadre de l'ENEV incluent :

- Les huiles d'olives vierges;
- Les olives de table (vertes, tournantes, et noires au sel sec) et transformées sans usage de la soude pour la désamérisation des olives.
- Le compost biologique (bio compost) issu du compostage des grignons d'olive, avec d'autres matériaux structurants (bois de taille de l'olivier, restes végétaux terreux issus du lavage-éffeuillage des olives, paille, etc.).
- Savon «Beldi» ou «savon noir», à base d'huile d'olive et de pâte d'olive noire.

Les huiles d'olive et les olives de table issues du secteur oléicole vert peuvent faire l'objet d'une certification biologique ou être labellisées AOP, IGP ou LA.

1.4 Impact environnemental et lutte contre le changement climatique

L'oléiculture traditionnelle contribue de manière significative à la préservation de l'environnement, en fournissant un couvert végétal résistant à la sécheresse, en contribuant à la lutte contre l'érosion du sol, et en apportant d'importantes matières organiques au sol.

On note également que la substitution de l'olivier aux céréales (peu rentables et érosives), permet d'améliorer le revenu des agriculteurs tout en préservant l'environnement.

En ce qui concerne l'impact environnemental des opérations de transformation des olives, on estime à 700 000 m³/an le volume total des margines éliminées annuellement par les huileries marocaines. Le rejet de ces margines dans la nature, sans traitement préalable, cause de graves préjudices au milieu naturel avec une forte pollution des cours d'eau, nappes phréatiques, etc.

La signature récente (2015) d'une convention tripartite entre le Ministère chargé de l'Agriculture, le Ministère de l'Economie et des Finances et le Ministère Délégué chargé de l'Environnement pour la valorisation des sous-produits de l'olive, va contribuer à réduire l'impact environnemental de ces rejets.

Cette Convention (2015-2020) vise la valorisation de près de 80% des grignons humides (issus des chaînes

continues à 2 phases) et des margines produites à l'horizon 2020, soit respectivement 730 000 t et 900 000 t. Le schéma retenu pour la valorisation des margines est l'épandage sur sols agricoles. On considère en effet que l'épandage raisonné des margines sur des terres agricoles représente une technique d'élimination simple, efficace et peu onéreuse.

Le projet de décret pour l'autorisation et la réglementation de l'épandage des margines et des résidus liquides issus des unités de trituration des olives sur les terres agricoles est actuellement en cours de réflexion.

Par ailleurs, la culture de l'olivier permet de lutter contre le changement climatique. En effet, l'olivier présente une grande rusticité ainsi qu'une grande résilience aux aléas climatiques et est, de ce fait, peu vulnérable au changement climatique.

Selon le COI (2016), l'effet puits de carbone (c'est-à-dire de séquestration du dioxyde de carbone) de l'olivier dans la biomasse et dans le terrain, est très supérieur aux émissions de gaz à effet de serre générées par la production d'un litre d'huile d'olive «vierge» ou «vierge extra».

1.5 Impact social

Le secteur oléicole dans son ensemble a pour objectif de générer 200 000 emplois additionnels entre 2009 et 2020. Même si la répartition de ces futurs emplois entre les différents maillons de la chaîne de valeur du secteur oléicole n'est pas mentionnée dans les statistiques du MAPM, on pense qu'au moins la moitié reviendra à l'amont agricole car ce dernier requiert une main d'œuvre importante.

Par ailleurs, le développement du secteur oléicole vert peut participer à la création de nouveaux emplois liés à la gestion durable de l'environnement (cabinets de conseil, traitement des margines, valorisation des grignons, écotourisme,...).

Outre son importance en matière d'emploi, le secteur oléicole joue un rôle non négligeable en matière de sécurité alimentaire. Il intervient ainsi à hauteur de 16% dans la satisfaction des besoins du pays en huiles végétales fluides alimentaires. Il pourvoit également le marché local d'environ 50 000 à 60 000 t d'olives de table/an.

1.6 Structure de la filière et chaîne de valeur

1.6.1 Structure de la filière

La filière oléicole peut être considérée comme un système complexe composé de quatre sous-ensembles caractérisés par leur finalité respective:

- *Le cœur de la sous filière:* représenté par l'ensemble des activités permettant la production des produits finis (huiles d'olive, olives de table, ..) depuis l'amont (fournisseurs de plants, d'intrants, d'équipements,...) jusqu'à l'aval (marchés destinataires).
- *L'environnement institutionnel et l'organisation économique:* il s'agit de l'appareil administratif (Ministères, ADA, DDFP, DPAs, ORMVAs,...) chargé de concevoir, négocier, et/ou mettre en œuvre les politiques agricoles et économiques, des acteurs économiques de l'organisation de la production (organisations de producteurs, coopératives, GIE, associations nationales) et de l'interprofession (FIMABIO, INTERPROLIVE);
- *Les organismes d'appui et de services :* institutions bancaires de crédit, organismes de contrôle et de certification (OCC), sociétés d'assurance, ONG, sociétés de transport routier, transitaires, compagnies maritimes,
- *L'environnement scientifique et technique (ENAM, IAV, INRA), le conseil agricole (ONCA) et la formation:* ce sous ensemble a pour fonction de produire des innovations (techniques, économiques, organisationnelles et juridiques) destinées au cœur de la filière.

1.6.2 Organisation professionnelle

Avec la mise en œuvre du Plan Maroc Vert en 2008, on assiste à l'adoption d'un modèle contractuel spécifique pour l'agrégation des petits producteurs autour de GIE. Trois niveaux d'agrégation sont à distinguer :

- Un premier niveau d'organisation (coopératives) pour faciliter l'approvisionnement en facteurs de production, l'encadrement des agriculteurs, l'accroissement de la productivité, et l'organisation de la récolte ;
- Un deuxième niveau d'organisation dans l'optique d'une auto-agrégation (GIE) pour la valorisation de la production, le conditionnement et la commercialisation.
- Un troisième niveau est représenté par le Privé, qui peut assurer éventuellement les opérations

de conditionnement, de commercialisation et de traitement des grignons.

Pour consolider davantage l'organisation professionnelle, l'Etat a mis en place des interprofessions pour différentes filières agricole dont la filière oléicole (loi 03-12 sur les interprofessions). Il a également fixé par arrêté les critères de représentativité de ces interprofessions.

Dans le cas de l'olive, la sous-filière oléicole conventionnelle est structurée autour de la Fédération Marocaine Interprofessionnelle de l'Olive (INTERPROLIVE), créée en 2012. Cette Fédération rassemble et représente les acteurs de la filière conventionnelle, de la production à la commercialisation.

La sous filière biologique est pour sa part structurée autour de l'ex-AMABIO, créée en avril 2010. Elle a pour objectifs d'œuvrer pour le développement et la promotion des productions biologiques à l'échelle nationale et internationale. Récemment (2015), les opérateurs de l'ensemble de la filière ont mis en place les associations de base qui vont conduire naturellement à la création de la Fédération des Professionnels du Bio (FIMABIO). Cette dernière interprofession a été officiellement créée le 2 juin 2016.

Dans le cadre du PMV, l'Etat a signé des contrats-programmes avec l'INTERPROLIVE et l'ex-AMABIO.

1.6.3 Structure des coûts

Huile d'olive

Le COI (2015 a) a établi les coûts de production des olives et de l'huile d'olive dans 15 pays membres. Il ressort de cette analyse que le coût de production de l'olive marocaine au champ (culture et récolte) représente globalement plus de 80% des coûts de production de l'huile d'olive. **L'optimisation de la production agricole représente donc un élément clé de l'amélioration de la compétitivité de l'huile d'olive marocaine.**

Les données disponibles (COI 2015a) révèlent également que le coût moyen pondéré de production de l'huile d'olive au Maroc est de 27% inférieur à celui de la moyenne des 15 pays du COI (1,91 €/kg pour le Maroc contre 2,63 €/kg en moyenne). A noter toutefois que ce faible coût de production de l'huile d'olive marocaine n'équivaut pas à une meilleure compétitivité, car ce coût ne tient pas compte de la productivité de l'huile d'olive à l'hectare. Par ailleurs, les subventions à l'export accordées par les Etats

influencent grandement la compétitivité de l'huile d'olive sur le marché international (ex. subvention d'1 €/kg en UE et 6 à 7 DH/kg en Tunisie).

Pour renforcer sa compétitivité à l'export du Maroc des réflexions ont été menées sur l'opportunité de réviser la subvention de 2 000 DH/t actuellement accordée à l'huile d'olive exportée. Cette dernière n'a en effet pas donné les effets escomptés et aurait même, selon les professionnels du secteur, contribué au renchérissement de la matière première. Ainsi, durant la campagne 2013/2014 les prix moyens d'achat des olives destinées à la trituration ont atteint 4 DH/kg (Tableau 2).

Tableau 2. Coût moyen des huiles d'olive conventionnelles (campagne 2013/2014)

Poste	DH/kg *	%
Coût matières premières	22,2	80
Marge négociant	3,0	11
Coût industriel et indirect	2,7	9
Prix de vente (vrac)	27,9	100
Prix de vente NET moyen (export 2013/2014)	29,4	5% marge

* Subvention (2 DH/kg) incluse, taux d'extraction: 18%

Source : FICOPAM

Malgré une augmentation de la production des olives de +34,5% entre 2008/2009 et 2014/2015, le prix de cette denrée a connu un renchérissement de plus de 10% durant la même période, qui s'est traduit par un renchérissement du prix de l'huile d'olive sur le marché local. Ce dernier est même devenu plus rémunérateur que l'export. Ce phénomène peut s'expliquer en partie par les pratiques spéculatives de certains intermédiaires.

Olives de table

Selon les données communiquées par la FICOPAM, les prix moyens d'achat des olives ont doublé entre la campagne 2010/2011 (3,82 DH/kg) et la campagne 2013/2014 (7,31 DH/kg). Ce renchérissement du coût moyen d'achat des olives, qui représente 75% du coût de revient total d'élaboration des olives de table, conjugué à la réduction des prix de vente à l'export, a beaucoup réduit la marge des opérateurs (Tableau 3).

Tableau 3. Coût moyen des olives de table conventionnelles (campagne 2013/2014)

Poste	DH/kg	% du prix de vente
Coût olive	7,3	75
Marge négociant	0,6	5
Coût industriel et indirect	1,8	20
Prix de vente (vrac)	9,5	100
Prix de vente NET moyen (export 2013/2014)	10,6	11% marge

Source: FICOPAM

Il ressort cependant de l'analyse des tableaux 2 et 3 que l'olive de table dégage à l'export (campagne 2013/2014) une marge qui est pratiquement le double de celle dégelée par l'huile d'olive; et ce malgré le fait que seule la production d'huile d'olive bénéficie d'une subvention.

Sous-filière biologique

En période de conversion, les couts de production sont plus élevés pour l'olive biologique que l'olive conventionnelle, à cause des faibles rendements de la première. Au bout d'un certain temps, les coûts de production auront cependant tendance à devenir similaires. De même, après la certification «bio», les rendements tendent à se stabiliser et se rapprocheraient même de ceux des productions conventionnelles.

A titre d'illustration, le coût de revient de l'huile d'olive «bio», en vrac, déclaré par le GIE Femmes du Rif, est égal à DH51,79/litre (DH33.19 de charges fixes plus DH16,60 de marge de gain payée aux femmes productrices plus DH2/litre correspondant aux frais de la certification biologique, payée par le GIE).

Les prix de vente, après conditionnement, et la marge dégelée par le GIE sont indiqués dans le tableau ci-dessous (Tableau 4).

Tableau 4. Prix de vente de l'huile d'olive «bio» et marges dégelées

Capacité	Prix de vente	Marge nette
250 ml	30 DH	5 DH
500 ml	45 DH	5 DH
750 ml	60 DH	5 DH

Source : GIE «Femmes du Rif»

En ce qui concerne les olives de table «bio», et

aux dires des professionnels, elles présentent une rentabilité meilleure (+2 à +3 DH/kg), et ce malgré un prix d'achat plus cher de la matière première.

1.7 Éléments pertinents du cadre politique et réglementaire

1.7.1 Orientations stratégiques de la filière oléicole

Filière oléicole conventionnelle

Le PMV s'est fixé d'ambitieux objectifs à l'horizon 2020 en matière d'extension de superficies, de production (olives, huiles d'olive, olives de table), de consommation et d'exportation de produits oléicoles (Tableau 5).

Pour concrétiser ces objectifs, un contrat programme a été signé avec l'Interprofession (Interprolive). Ce contrat-programme s'articule autour des axes suivants :

- Réalisation de 510 projets intégrés pour l'amélioration de la productivité et de la qualité ;
- Développement d'une valorisation forte et pérenne;
- Mise en place de deux oléopôles pour le renforcement de la recherche au niveau de Marrakech et Meknès ;
- Promotion et diversification des exportations ;
- Renforcement des programmes d'encadrement et de recherche appliquée

Tableau 5. Projections du PMV pour la filière oléicole à l'horizon 2020

	Années 2009	Objectifs 2020
Superficie (ha)	680 000	1 220 000
Production totale en olives (t)	700 000	2 500 000
- Huile d'olive	80 000	330 000
- Olives de tables	92 000	320 000
Exportations (t)		
- Huile d'olive	16 000	120 000
- Olives de tables	60 000	150 000
Apport en devises (milliards DH/an)	2	6
Création de'emploi	100 000	300 000
Consommation interne (kg/inhabitant/an)		
- Huile d'olive	2	4
- Olives de tables	3	5

Source : MAPM

A noter que les objectifs du PMV sont loin d'être atteints en matière d'exportation des huiles d'olive et

d'olives de table. A mi-chemin du PMV, les objectifs initiaux d'exportation ont été revus à la baisse.

Les orientations stratégiques retenues pour le secteur oléicole incluent notamment:

- la diversification du profil variétal pour que la «Picholine marocaine» actuellement prédominante (90%), ne représentera que 50% à terme ;
- l'équipement des GIE en unités de trituration à 2 phases (60 à 100 t/j) accompagnées de dispositifs de traitement des grignons humides ;
- la mise à niveau des unités traditionnelles de trituration (Maâsras) ;
- l'augmentation progressive de la part du conditionné des produits oléicoles, pour atteindre une part de 50% du volume commercialisé, moyennant une subvention ciblée ;
- un effort commercial accru vers 5 destinations cibles (USA, Brésil, Russie Chine et Japon) représentant près de 62% du marché mondial ;
- l'octroi d'une subvention visant à soutenir l'exportation des olives de table (hors UE et USA) pour renforcer la compétitivité de ces produits.

A ce jour, plusieurs actions ont été réalisées comme la mise en place de 2 oléo pôles à Meknès (huile d'olive) et à Marrakech (olives de table) en matière de recherche sur les produits oléicoles ou encore la constitution de 5 jurys de dégustation de l'huile d'olive, accrédités par le COI.

Au total, les investissements prévus dans le cadre du contrat programme de la filière oléicole totalisent 29,5 milliards de DH, dont 21,1 milliards de DH qui seront apportés par la Profession et 8,4 milliards de DH représentent la contribution de l'Etat.

Sous filière biologique

Pour l'ensemble des produits «bio» (végétaux et animaux), le MAPM et les professionnels ont signé un contrat programme pour un investissement de 1 121 milliards de DH dont 286 millions de DH de contribution de l'Etat et 835 millions de DH des opérateurs. Les projections d'extension de l'oléiculture «bio», à l'horizon 2020, prévoient une superficie totale de 15.090 ha (DDFP, 2016).

Le contrat programme de la filière biologique prévoit des subventions pour la certification et l'exportation des produits «bio»:

- Les subventions pour la certification seront de 70% avec un plafond de 1 000 DH/ha pour les produits végétaux (y compris les olives) ;

- Les subventions à l'export ont été fixées à 1000 DH/t pour les produits transformés (y compris les huiles d'olive et les olives de table). La subvention accordée à l'export de l'huile d'olive «bio» (1 000 DH/t) est cumulable avec la subvention de 2 000 DH/t accordée à l'huile d'olive conventionnelle, soit un total de 3 000 DH/t.

Ces subventions ne couvrent que la période de conversion, et ne sont pas encore entrées en vigueur, dans l'attente de la finalisation de l'arsenal juridique du «Bio» et la publication de l'arrêté fixant officiellement les taux des subventions.

Sous filière labellisée SDOQ

La sous filière bénéficie des mêmes subventions accordées à la filière conventionnelle. Les frais de certification sont souvent pris en charge par les DRAs, du moins lors de la certification initiale.

1.7.2 Réglementation relative aux produits oléicoles

Huile d'olive conventionnelle

La réglementation marocaine afférente à l'huile d'olive conventionnelle est couverte par le nouveau Décret N° 2-14-268 du 29 janvier 2015, entré en application en février 2016. Ce Décret, relatif à la qualité et la sécurité sanitaire des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive commercialisées, est venu s'aligner partiellement sur la réglementation du COI et du Codex, en matière de classification qualitative des huiles d'olive.

L'Arrêté conjoint du Ministre de l'agriculture et de la pêche maritime et du Ministre de l'industrie, du commerce, de l'investissement et de l'économie numérique n°293-16 du 22 rabii II 1437 (2 février 2016) fixe les caractéristiques physico-chimiques et/ou organoleptiques auxquelles doivent répondre les huiles d'olives et les huiles de grignons d'olive commercialisées.

Sous filière biologique

Un cadre juridique a été instauré afin de réglementer le secteur de l'agriculture biologique via l'adoption, en décembre 2012, de la loi 39-12 relative à la production biologique des produits agricoles et aquatiques (Bulletin officiel n° 6128).

Deux décrets de la loi 39-12 ont déjà été élaborés et validés, ainsi que trois arrêtés portant sur le «logo» à apposer sur les produits biologiques, l'approbation du règlement intérieur de la CNPB, et à l'agrément des OCC (BO N° 6144 du 19/11/2015).

Un arrêté du MAPM portant homologation et publication du cahier des charges type relatif à la production biologique des produits végétaux a été publié en juillet 2016 (BO N° 6484 du 21/7/2016). Trois autres arrêtés (concernant principalement les cahiers des charges) sont en cours de validation par les départements et les professionnels concernés. En attendant la finalisation de l'arsenal réglementaire du Bio au Maroc, les exportations de produits oléicoles «bio» doivent se conformer aux réglementations en vigueur dans les pays destinataires.

Sous filière labellisée SDOQ

La loi N° 25-06, relative aux SDOQ des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques, a été promulguée en juin 2008. Ce cadre juridique permet la valorisation des produits du terroir grâce à la reconnaissance des spécificités du produit et son origine géographique

Depuis l'entrée en vigueur de cette loi, 7 huiles d'olive vierges ont été labellisées par le MAPM. Il s'agit de 4 IGP, de 2 AOP et d'un LA. La production oléicole labellisée SDOQ est encore très faible, et ne dépasse pas une vingtaine de tonnes par an.

Aucun label SDOQ n'a été attribué jusqu'à maintenant aux olives de table. A noter toutefois qu'un LA est en cours pour les olives noires à la façon grecque.

La signature le 16 janvier 2015 d'une convention entre l'UE et le Maroc sur la reconnaissance mutuelle des SDOQ des produits agricoles représente à cet égard une opportunité de valoriser les productions marocaines de haute qualité.

1.7.3 Réglementation horizontale

A l'amont agricole, les oléiculteurs doivent tenir des registres de culture (article 15ème de la loi 28-07), conformément au modèle de l'Arrêté du Ministre de l'agriculture et de la pêche maritime N°1129-13 du 21 Joumada I 1434 (2 avril 2013) relatif au registre d'entretien et de gestion des produits primaires d'origine végétale.

Les huileries et les conserveries d'olive doivent être autorisées/agrées sur le plan sanitaire, conformément aux dispositions de la loi 28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires, et ses textes d'application. Elles doivent procéder à l'autocontrôle, élaborer une démarche de traçabilité (amont, interne, aval) et une procédure de retrait/rappel.

Les rejets liquides des unités de trituration (margines)

et des conserveries doivent être traités, avant d'être déversés dans la nature ou le réseau d'assainissement public. En vertu de l'Arrêté conjoint N° 1180-06 du 12 juin 2006 pris pour application du Décret N° 2-04-553 du 24 janvier 2005, relatif aux déversements, écoulements, rejets, dépôts directs ou indirects dans les eaux superficielles ou souterraines; des redevances de déversement seront appliquées sur les déversements des rejets liquides, en fonction de leur volume et de leur degré de pollution.

1.8 Commercialisation des produits oléicoles verts

1.8.1 Sous filière conventionnelle

Huile d'olive

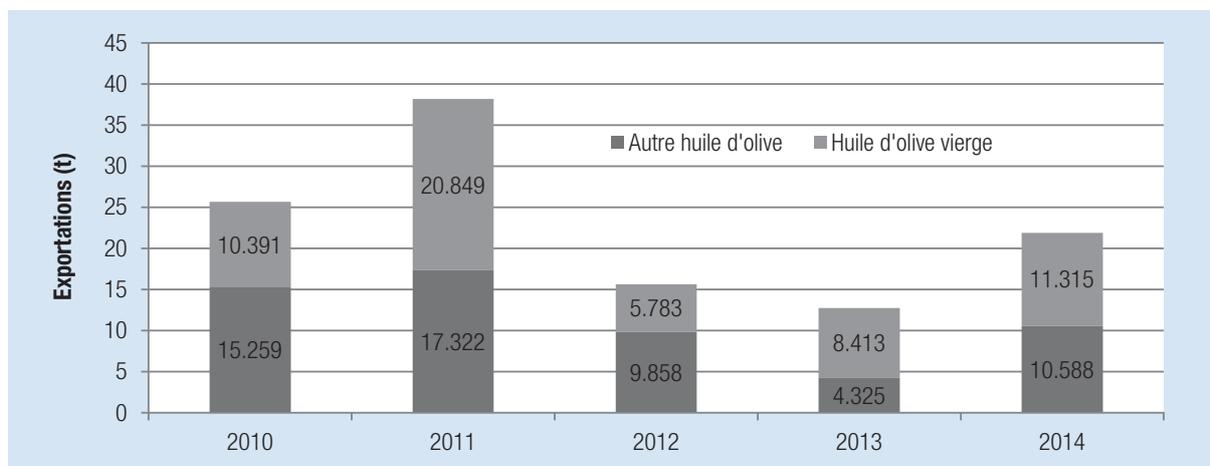
Les exportations d'huile d'olive ne représentent qu'une part réduite de la production nationale. On estime en effet qu'entre 85% et 95% de la production marocaine est écoulée sur le marché national (MAPM, 2013). Par ailleurs, l'essentiel de la consommation sur le marché local porte sur l'huile d'olive en vrac.

Malgré une production d'huile d'olive réduite d'environ 8% en 2014, le Maroc a vu son volume d'exportation d'huile d'olive augmenter en 2014 après deux années de baisse consécutive (Figure 1).

Sur la période 2007-2012, les exportations marocaines d'huile d'olive se sont concentrées sur trois principaux pays, à savoir les Etats-Unis, l'Italie et l'Espagne, avec des parts respectives de 54%, 20% et 18% en moyenne. En revanche, les exportations à destination de marchés prometteurs tels que le Brésil, et la Russie n'ont pas atteint un niveau significatif.

Une contrainte majeure pour les exportations marocaines d'huile d'olive réside dans le faible niveau technologique (maasras, en particulier) conjugué à la dépréciation de la qualité de la matière première, en raison des mauvaises conditions de manutention. Il en découle que seule une faible proportion des huiles exportées sont de bonne qualité, comme attesté par la proportion relativement élevée des huiles d'olive «raffinées coupées» (45,5%), et des huiles vierges «lampantes» (26,8%) exportées en 2015 (EACCE, 2016). À cela s'ajoute l'absence de campagnes de promotion du Label «Maroc» sur les marchés extérieurs. Une autre contrainte au développement des exportations d'huile d'olive réside dans le niveau relativement bas de la subvention à l'exportation (2 000 DH/t), qui n'a pas contribué au renforcement

Figure 1. Exportations marocaines de l'huile d'olive (campagnes 2010 à 2014)



Source : CNCE (2015)

de sa compétitivité.

Ces contraintes ont fait que malgré la forte dynamique du marché mondial de l'huile d'olive sur la période 1990-2010, avec un TCAM de près de 5,4 %, le Maroc a réalisé un rythme annuel de près de -1,4% comparativement à la Syrie (+30,5%) et la Turquie (+8,8%) (DEPF, 2013).

Savon noir

Ce produit fait partie de la tradition marocaine, plus particulièrement dans la région d'Essaouira, au sud-ouest du Maroc. La production est partagée entre une dizaine d'entreprises éparpillées à travers le pays.

Le savon est exporté dans plusieurs pays, notamment en Arabie Saoudite (41%) et en France (32%). Le tonnage exporté reste encore faible (260 T en 2014), avec une valeur d'environ 1 million de DH. L'Asie, avec ses salons de beauté, ses spas et bains à vapeur, constitue pour l'heure le nouveau marché cible.

A base d'huile d'olive et de potasse, ce savon peut être aromatisé avec des huiles essentielles. Il est commercialisé en vrac (fûts de 25 kg), en pots de 250 g et en sachets de 30 g destinés à une seule utilisation.

Olives de table

Les olives en fûts représentent plus de 50% des quantités exportées ce qui engendre une importante perte en valeur ajoutée.

Durant la période 2010/2011 à 2014/2015, les exportations d'olives de table ont représenté près de 25% du tonnage total des produits végétaux transformés exportés par le Maroc (EACCE, 2016).

Les principaux débouchés des olives de table (campagne 2014) sont l'Union Européenne (64%) et les Etats-Unis (22%). Les ventes portent sur les olives noires (97 millions de dollars), les olives vertes (62 millions de dollars), les olives tournantes (5 millions de dollars) et les olives farcies (2 millions de dollars) (CNCE, 2015).

Concentrant ses exportations à destination des USA et de l'UE, le Maroc gagnerait à consolider davantage sa position sur ces marchés et à fournir des efforts pour mieux pénétrer des marchés importants comme la Russie et le Moyen Orient.

Sous filière biologique

Selon les statistiques de l'EACCE, les exportations de l'huile d'olive «bio» sont très faibles et connaissent des fluctuations importantes (3t en 2010/11, et 146t en 2011/12), en fonction de la demande du marché, et des aléas climatiques. Elles sont également confrontées à la concurrence résultant de l'important soutien dont bénéficie ce produit dans les pays concurrents, notamment Européens (aides aux producteurs). Des normes de qualité et de commercialisation restrictives (traçabilité, étiquetage...) limitent également les exportations et il arrive même que certaines huiles «bio» soient commercialisées comme étant des huiles conventionnelles (cas de la campagne 2010/2011).

Les exportations d'olives de table biologiques ont totalisé 386 t en 2015. Elles sont réalisées en fûts et se répartissent comme suit : olives noires entières au sel sec (151 t), olives noires dénoyautées au sel sec (73 t), olives noires en brisures au sel sec (30 t), olives vertes dénoyautées (59 t), olives vertes entières

(47 t), olives vertes cassées (5 t), olives tournantes dénoyautées (7 t), olives tournantes en rondelles (7 t), olives tournantes tailladées (4 t), olives tournantes entières (2 t), et olives tournantes en brisures (1 t). La valeur totale de ces exportations a été de 8,04 millions de DH (EACCE, 2016).

1.9 Exportations mondiales des produits oléicoles verts

1.9.1 Importations - Exportations/Principaux pays

Sous Filière conventionnelle des huiles d'olive

De 1990 à 2014, le commerce de l'huile d'olive a enregistré une hausse d'environ 4 % par an. Les pays traditionnellement non consommateurs (États-Unis, Canada, Russie, Brésil, Japon, Chine, etc..) ont joué un rôle important dans ce développement des exportations.

• **Marché mondial : les principaux acteurs**

Le marché mondial de l'huile d'olive conventionnelle (hors marché intra-communautaire Européen) porte annuellement sur un volume de 700 000 à 800 000 t. Son principal acteur est l'UE au sein de laquelle l'Espagne (62% de la production européenne), l'Italie et, dans une moindre mesure, la Grèce, assurent 97% de la production.

A l'extérieur de l'UE, la Tunisie a toujours été un producteur important d'huile d'olive, avec une tendance continue à l'augmentation des niveaux de production. Durant la campagne 2014/2015, la Tunisie s'est hissée au rang de premier exportateur mondial avec un volume exporté de 299 300 t. Cette prédominance des exportations tunisiennes s'explique cependant en partie par une forte baisse conjoncturelle de la production italienne et espagnole en raison d'aléas climatiques et phytosanitaires.

Pour sa part, le Maroc se classe au 5ème rang mondial des exportateurs d'huile d'olive derrière la Turquie et la Syrie.

• **Analyse des tendances sur les principaux marchés d'importation**

Le commerce international de l'huile d'olive a porté sur une moyenne de 778 900 t durant la période allant de 2009/2010 à 2014/2015. La majorité des flux sont intra européens. Cependant des flux existent vers des pays à fort pouvoir d'achat hors de la Méditerranée tels que les Etats Unis, le Brésil, le Japon, le Canada, la Chine, l'Australie, et la Russie. On observe ainsi que des marchés nationaux des USA, du Brésil, du Japon, du Canada et de la Chine représentent en moyenne près 60% des importations mondiales sur la période 2009–2014.

Sous filière des Olives de table conventionnelles

Tableau 6. Echanges mondiaux des huiles d'olive conventionnelles

Exportations mondiales (moyenne 2009/2010 à 2014/2015)			Importations mondiales (moyenne 2009/2010 à 2014/2015)		
Pays	Tonnage (1 000t)	%	Pays	Tonnage (1 000t)	%
UE*	512,7	65,8	USA	286,3	37,0
Tunisie	144,3	18,5	UE*	110,2	14,2
Turquie	33,9	4,3	Brésil	65,3	8,4
Syrie	17,7	2,3	Japon	47,2	6,1
Maroc	17,0	2,2	Canada	38,6	5,0
Argentine	16,3	2,1	Chine	31,6	4,1
Canada	8,2	1,1	Australie	29,5	3,8
Australie	5,3	0,7	Russie	24,0	3,1
USA	4,6	0,6	Arabie Saoudite	15,3	2,0
Autres	18,9	2,4	Autres	126,8	16,4
Total	778,9	100	Total	774,8	100

* Sans les échanges intracommunautaires

Source : COI (2016)

Tableau 7. Echanges mondiaux des olives de table

Exportations mondiales (moyenne 2009/2010 à 2014/2015)			Importations mondiales (moyenne 2009/2010 à 2014/2015)		
Pays	Tonnage (1 000t)	%	Pays	Tonnage (1 000t)	%
UE*	293,5	44,2	USA	147,6	23,1
Egypte	84,3	12,7	UE*	100,3	15,7
Argentine	74,9	11,3	Brésil	98,9	15,5
Maroc	73,8	11,1	Russie	69,0	10,8
Turquie	68,5	10,3	Arabie Saoudite	34,1	5,3
Syrie	19,5	2,9	Canada	28,3	4,4
Autres	49,3	7,4	Autres	161,9	25,3
Total	663,8	100	Total	640,1	100

* Sans les échanges intracommunautaires

Source : COI (2016)

• **Marché mondial : les principaux acteurs**

L'analyse de la production moyenne des six dernières campagnes (2009–2010 à 2014/2015) montre que l'UE est positionnée en tête des pays producteurs d'olives de table avec un tonnage moyen de 776 000 t, soit 31,1% de la production mondiale d'olives de table. Loin derrière, se trouvent l'Egypte (399 400 t), la Turquie (395 000 t), l'Algérie (181 800 t), l'Argentine (114 700 t), et le Maroc (103 300 t).

Sur la même période, l'Espagne occupe la première position au sein de l'UE, avec une production de 538 800t, suivie par la Grèce (155 000 t), l'Italie (65 200 t), et le Portugal (13 200 t) (COI, 2016).

• **Analyse des tendances sur les principaux marchés d'importation**

Les exportations mondiales d'olives de table sont marquées par une tendance à la hausse, passant de 206 500 t en 1990/91 à 638 000 t en 2013/2014, soit une progression de plus de 200%.

Comme le montre le tableau 7, les principaux pays exportateurs sont les pays producteurs. Il ressort également de ce tableau que 65,1% des importations des olives de table sont concentrées au niveau des USA, de l'UE, du Brésil et de la Russie.

Sous filière biologique

• **Données de production**

En 2014, les vergers d'oliviers cultivés en mode biologique couvraient une surface de plus de 627 000 ha, soit 6.1 % de la superficie oléicole mondiale en 2014.

La communauté Européenne dispose de 492 006 ha (soit 78 % de la superficie mondiale des vergers d'oliviers biologiques), contre 125 344 ha en Afrique, principalement en Afrique du Nord avec 20 % et 6 876 ha dans les autres continents qui représentent 2%. (FAOSTAT, 2016).

La production mondiale d'olives est variable. Elle est soumise à de nombreux facteurs, notamment des facteurs climatiques. Le régime de précipitations annuelles, associé aux phénomènes d'alternances de l'espèce ainsi que les pratiques techniques conditionnent fortement les récoltes.

Depuis 2013, l'Italie est devenue le premier producteur d'olives de table et d'huiles d'olive biologiques. Elle est suivie de l'Espagne et la Tunisie.

• **Marché des produits oléicoles biologiques au niveau mondial**

Le marché oléicole mondial «bio» est largement dominé par les grands pays producteurs : l'Italie, l'Espagne et la Tunisie, dont le potentiel et le coût de production leur permettent d'approvisionner tous les circuits de distribution, GMS et magasins spécialisés «bio» en Europe comme en Amérique.

• **Marché Européen :**

L'Italie, l'Allemagne, la Suisse, l'Espagne et les Pays-Bas représentent les plus grandes parts du marché de l'huile d'olive «bio» européen. En 2011, les ventes totales de l'huile d'olive «bio» réalisées au sein de ces pays étaient de 19.600T, totalisant une valeur de 202 millions de dollars, soit 6.1% de la valeur des ventes des produits biologiques (Agriculture

agroalimentaire Canada, 2012).

On observe une tendance générale à la hausse des ventes d'huile d'olive «bio» dans un grand nombre de pays (Italie + 3,5%; Allemagne + 3,8%; Suisse + 3,9%; France + 4,5%,) (Agriculture et agroalimentaire Canada, 2012).

• **Marché Américain**

En 2013, la quantité importée était de 36 000 t pour une valeur de 165,8 millions de dollars (4,6 \$/kg), ce qui représentait 22% des importations biologiques du pays (USDA, 2014).

Les trois principaux exportateurs de l'huile d'olive biologique vers les USA sont l'Italie, l'Espagne, et la Tunisie.

1.9.2 Tendances du marché mondial en termes de prix et de consommation

Huile d'olive conventionnelle

Durant la période 2008/09–2013/2014, la consommation mondiale d'huile d'olive est passée de 2 831 500 t à 3 075 500 t, soit un TCAM de 1,4% (COI, 2015). Cette augmentation a été réalisée essentiellement dans les pays non membres du COI, qui représentaient en 2011–2015 autour de 25% de la consommation (COI, 2016).

Pendant la même période, la production mondiale d'huile d'olive est passée de 2 669 500 t à 3 252 000 t, soit un TCAM de 3,6%. La croissance de la production, plus rapide que celle de la consommation, est liée à l'entrée en production de nouvelles plantations réalisées à la fin des années 80. Ce déséquilibre entre l'offre et la demande est appelé à s'accroître, compte tenu de l'amélioration de la productivité et du rythme des plantations dans les pays traditionnellement et nouvellement producteurs. Ces évolutions laissent entendre la nécessité de trouver de nouveaux débouchés tout en consolidant les marchés de consommation actuels.

Olives de table conventionnelles

• **Consommation mondiale des olives de table**

La consommation mondiale d'olives de table a augmenté de +173 % durant la période 1990/91–2015/16 (COI, 2016). La plus forte hausse de la consommation s'est produite dans les pays membres du COI. Dans certains de ces pays, cette forte augmentation de la consommation résulte d'une hausse élevée des quantités produites. C'est le

cas notamment de l'Égypte, dont la consommation est passée de 11 000 t en 1990/91 à 360 000 t en 2015/16, de l'Algérie dont la consommation a augmenté durant cette période de 14 000 t à 231 500 t et de la Turquie, qui est passée de 110 000 t à 327 500 t (COI, 2016). Dans les autres pays, les augmentations sont plus limitées.

• **Prix des olives de table conventionnelles**

Les prix des olives de table sur le marché international dépendent du type de préparation, de la qualité, et du pays importateur. Les prix moyens de vente sont orientés à la baisse, passant de 1 580 €/t en 2009 à 1 464 €/t en 2013.

1.9.3 Stratégies du business international des produits oléicoles verts

En conséquence de la crise économique de ces dernières années, les tendances suivantes relatives à la consommation de produits oléicoles méritent d'être soulignées :

- Diminution de la consommation d'huile d'olive dans les grands pays consommateurs de l'UE,
- Importance du prix dans la prise de décision d'achat des produits oléicoles,
- Rétrécissement des niches de marché,
- Adoption d'une stratégie de réduction des coûts à tous les niveaux en raison de la crise du crédit,
- Sous la pression des distributeurs, et de par la forte concurrence entre les enseignes, on constate une réduction des prix de vente, une augmentation de la part des marques distributeurs, et une limitation de références et de fournisseurs,
- Dans les premières phases de transformation (trituration et élaboration des olives de table), la réduction des prix de vente a poussé ces opérateurs à réduire les prix d'achat des olives payés aux agriculteurs.
- Devant une telle conjoncture, la stratégie adoptée par plusieurs pays vise les objectifs suivants :
- Maîtriser les coûts de production pour garantir des prix compétitifs à l'échelle internationale grâce à une amélioration des rendements de l'amont agricole (restructuration, intensification, amélioration de la conduite culturale)
- Améliorer la qualité des produits oléicoles et valorisation des sous-produits,
- Valoriser la production oléicole de bonne qualité (conditionnement) et segmentation du marché : huiles biologiques, SDOQ, voire double certification «bio»+SDOQ afin d'optimiser la valeur ajoutée.

1.10 Analyse SWOT et plan d'action

La matrice SWOT présentée dans ce document offre une synthèse du diagnostic approfondi du secteur oléicole vert. Elle intègre notamment les résultats de consultations menées auprès des acteurs des filières biologique et conventionnelle d'huile d'olive et d'olives de table. Elle s'appuie également sur les conclusions de 3 ateliers ayant réuni opérateurs économiques, organisations professionnelles et représentants de l'Etat en avril et mai 2016².

L'identification des principales forces, faiblesses, opportunités et menaces liées au développement des exportations du secteur oléicole vert a par la suite guidé l'élaboration d'un plan d'action visant à soutenir la filière.

Plan d'action national (2017-2020): Vision stratégique

Le présent plan d'action vise à assurer le développement de l'export vert dans le secteur oléicole vert au Maroc sur la période 2017-2020. Il découle du diagnostic sectoriel réalisé dans le cadre de l'ENEV et a fait l'objet d'une concertation avec les parties prenantes dans le cadre du second atelier national de l'ENEV.

La vision de développement de ce plan s'appuie sur 4 axes stratégiques:

Détail du plan d'action

Le plan d'action s'articule autour des 4 axes stratégiques énoncés plus haut. Chaque axe est organisé en sections regroupant un ensemble d'objectifs stratégiques et d'activités.

Plan d'action national (2017-2020): Vision stratégique

Axe stratégique 1: Améliorer la productivité et la durabilité du secteur oléicole vert

- Améliorer le potentiel de production de l'oléiculture traditionnelle.
- Consolider la gouvernance des sous filières et le pilotage économique.
- Répondre aux demandes sociétales et agro-écologiques.

Axe stratégique 2: Améliorer la qualité et valoriser les sous-produits

- Instaurer les préalables indispensables.
- Améliorer la qualité de la production oléicole.
- Valoriser les sous-produits (margines, grignons, effluents des conserveries d'olive).
- Développer les produits oléicoles labellisés SDOQ et «Bio».

Axe stratégique 3: Renforcer le développement du marché local

- Sensibiliser et informer le consommateur sur les vertus thérapeutiques et nutritionnelles des produits oléicoles conditionnés, en association avec les médecins.

Axe stratégique 4: Développer l'export des produits oléicoles verts

- Soutenir les exportations des produits oléicoles verts.
- Diversifier les débouchés.

Matrice SWOT du secteur oléicole vert marocain

<p>Forces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ancrage de la tradition oléicole au Maroc. • Bienfaits sanitaires et thérapeutiques des produits oléicoles. • Dynamique enclenchée par le PMV en faveur du secteur oléicole avec un soutien accordé par les autorités marocaines en vue de la réalisation d'investissements pour le développement du secteur. • Diversité agro-écologique de la culture de l'olivier (montagnes, zones irriguées et bour pluvial). • Emergence de grands groupes intégrés de l'amont à l'aval, et produisant l'huile d'olive destinée à l'export. • Bonne réputation de l'olive de conserve marocaine sur le marché extérieur. • Position géographique stratégique du Maroc (proximité de l'EU). 	<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Possibilités de renforcer le développement de l'agrégation. • Potentialités de développement du marché local. • Possibilité de gérer une valeur ajoutée accrue en diminuant l'importante part du vrac dans les exportations. • Révision des subventions à l'exportation. • Possibilités d'une meilleure valorisation des sous- produits (margines, grignons, bois de taille). • Stratégie de développement de la commercialisation des produits de terroir établie par l'ADA (5 leviers). • Appui institutionnel à la filière (loi 39-12) et Contrat Programme entre l'ex-AMABIO et le gouvernement marocain pour le développement de la production "Bio". • Accès en franchise totale de douane des olives de table en UE et de l'huile d'olive aux USA, sans limite contingentaire.
<p>Faiblesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faibles rendements d'olives à l'hectare. • Fluctuation de l'offre et faible qualité de la matière première. • Nombre important de vergers de très petites tailles (< 5 ha), ce qui limite les possibilités d'économies d'échelle. • Multiplicité d'intermédiaires. • Niveau technologique de l'outil de transformation peu développé (maasras). • Culture d'entreprise insuffisante au niveau des coopératives et des Groupements d'Intérêt Economique (GIE). • Répartition inégale des unités de trituration au niveau des zones de production. • Concentration des exportations sur un nombre réduit de marchés. • Coûts de production et de certification «bio» jugés trop importants. • Insuffisance du marketing et de la promotion des produits oléicoles. • Manque d'une stratégie de commercialisation des produits "bio" à l'export. 	<p>Menaces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renchérissement de la matière première et stagnation des prix de l'olive de table. • Changement climatique, conjonction avec fragilité rurale (écologique et sociale). • Forte concurrence internationale (pays méditerranéens et nouveaux pays producteurs). • Volatilité des prix des produits oléicoles sur le marché mondial. • Faiblesse du contrôle des produits oléicoles labellisés (contrôles internes et externes). • Apparition de nouveaux ravageurs et • maladies (e.g., Xylella fastidiosa).

Plan d'action détaillé

• **Axe stratégique 1 – Amélioration de la productivité et la durabilité du secteur oléicole vert**

Axe 1.1: Améliorer le potentiel de production de l'oléiculture traditionnelle

- Cet axe de travail pourra être pris en charge par le MAPM.

Objectif spécifique 1.1.1 Améliorer la productivité à l'amont agricole

Activité 1.1.1.1 Élaborer un itinéraire raisonné de conduite culturale par type de système de culture et produire des supports de conseil agricole appropriés (oliveraies traditionnelles vs nouvelles plantations) qui permettront la capitalisation sur le savoir-faire des oléiculteurs et les acquis de la recherche-développement

Activité 1.1.1.2. Mettre en place un accompagnement rapproché des oléiculteurs par les DPA, et l'ONCA sur tous les maillons de la production et du post récolte, tout en valorisant les supports issus de l'activité 1.1.1.1.

Objectif 1.1.2. Accélérer le rythme d'intensification et de réhabilitation, de création de nouvelles plantations, et de diversification variétale

Activité 1.1.2.1. Favoriser un partenariat avec les investisseurs privés pour coordonner, à l'échelle du pays, le mix variétal des nouvelles plantations (50% «Picholine marocaine» et 50% autres variétés).

Activité 1.1.2.2. Intensifier les oliveraies traditionnelles, selon la disponibilité d'eau. Procéder à une taille de rajeunissement des vieilles oliveraies pour éviter la récolte des olives par le gaulage.

- » Un ciblage des zones d'intervention sur la base de critères techniques et agro-économiques est recommandé afin d'accroître l'efficacité des actions entreprises ;

Activité 1.1.2.3. Renforcer les capacités de financement des GIE pour augmenter leur capacité de production.

Axe 1.2: Consolider la gouvernance des sous filières et le pilotage économique

Objectif spécifique 1.2.1. Instituer un Comité Oléicole National pour assurer le suivi du secteur oléicole

Activité 1.2.1.1. Définir le statut, la composition, le mode de fonctionnement et les missions du Comité Oléicole National.

- Ce Comité veillera, à la gestion du secteur, ainsi qu'au respect des procédures et des normes de qualité. Il sera domicilié au sein de l'INTERPROLIVE.
- A remarquer que l'EACOE préside un Comité «Olive de table» et un Comité «Huile d'olive». Le Comité Oléicole National sera issu de ces deux Comités.

Objectif spécifique 1.2.2. Renforcer l'organisation professionnelle et le rôle de l'interprofession

Activité 1.2.2.1. Renforcer l'organisation professionnelle au niveau des différentes sous filières du secteur oléicole vert

Activité 1.2.2.2. Assurer l'accompagnement de l'INTERPROLIVE dans la concrétisation de ses missions telles que définies dans le contrat programme et notamment en ce qui concerne l'encadrement, la recherche-développement, et la promotion des produits oléicoles.

Activité 1.2.2.3. Intégrer l'interprofession dans la prise de décision pour relayer le rôle de l'Etat. A terme, le PMV sera géré par l'Interprofession.

Objectif 1.3.1. Développer l'oléiculture « biologique »

- » La DDFP est l'acteur clé pour assurer l'exécution des activités listées dans cette section.

Activité 1.3.1.1. Les arrêtés d'application de la Loi sur le mode de production biologique sont déjà élaborés par le Département de l'Agriculture et transmis au Secrétariat Général du Gouvernement (SGG) pour publication.

Activité 1.3.1.2. Mettre en œuvre les subventions pour la certification et l'export des produits oléicoles «bio», telles que prévues dans le contrat programme relatif à la filière biologique.

Activité 1.3.1.3. *Elaborer un guide de bonnes pratiques de production selon le mode biologique.*

Activité 1.3.1.4. *Établir une étude prospective sur le développement et le positionnement des produits oléicoles «bio».*

Activité 1.3.1.5. *Renforcer les programmes de recherche et de développement sur l'oléiculture biologique.*

• **Axe stratégique 2 – Amélioration de la qualité des produits oléicoles verts et valorisation des sous-produits (margines, grignons, effluents des conserveries d'olive)**

Axe 2.1: Instaurer les préalables indispensables

Objectif spécifique 2.1.1 *Adopter les mesures garantissant la qualité de la production en oliveraie*

Activité 2.1.1.1 *Adopter progressivement la certification Global Gap et la traçabilité à l'amont agricole.*

Objectif spécifique 2.1.2. *Assurer la conformité réglementaire des huileries et des conserveries d'olive*

Activité 2.1.2.1. *Accompagner la mise à niveau des unités en matière d'infrastructures et d'équipements. Une subvention FDA est à prévoir pour les maasras et les petites conserveries «informelles» implantées dans les garages et autres exploitations agricoles, et dont la capacité de financement est très faible*

Activité 2.1.2.2. *Elaborer un Guide de Bonnes Pratiques Sanitaires (GBPS) pour les huiles d'olive, en conformité avec les articles 32 & 33 du Décret 2.10.479 du 6 septembre 2011 susmentionné, à valider par l'ONSSA et approuver par le MAPM³.*

Activité 2.1.2.3. *Accompagner les unités de production d'huile d'olive et d'olive de table pour l'obtention de l'autorisation/ agrément sanitaire de l'ONSSA, qui est une exigence réglementaire (Loi 28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires, et ses textes d'application).*

Axe 2.2 - Améliorer la qualité des produits oléicoles verts et la valorisation des sous produits

- La qualité des produits oléicoles est d'abord déterminée au champ. Des facteurs tels que la conduite culturale et le degré de maturité à la récolte peuvent avoir un impact de plus de 30% sur la qualité de l'huile d'olive. Les modalités de récolte, de transport, les techniques de stockage et de transformation impactent également la qualité des produits finis.

Objectif 2.2.1 *Améliorer la qualité des produits oléicoles verts et la valorisation des sous-produits*

Activité 2.2.1.1 *Harmoniser la réglementation marocaine des huiles d'olive et des olives de table avec les réglementations et normes internationales telles que celle définies par le Codex alimentarius ou le COI mais aussi celles pratiquées par l'UE.*

Activité 2.2.1.2 *Développer des laboratoires reconnus et agréés par le COI en matière d'évaluation sensorielle (dégustation) des huiles d'olive.*

Activité 2.2.1.3. *Elaborer une réglementation autorisant l'épandage raisonné des margines sur les sols agricoles⁴.*

Activité 2.2.1.4. *Créer des unités pilotes, réparties dans les grandes régions oléicoles, en vue du traitement et de la valorisation collectifs des sous-produits (margines, grignons, effluents des conserveries d'olives de table).*

• **Axe Stratégique 3 – Renforcer le développement du marché local**

Axe 3.1: Sensibilisation des consommateurs aux vertus nutritionnelles et thérapeutiques des produits oléicoles verts conditionnés

- L'Interpolve prévoit de mener un programme de sensibilisation des consommateurs et serait ainsi tout à fait désignée pour l'exécution de cet axe stratégique.

Objectif spécifique 3.1.1. *Faire connaître les vertus thérapeutiques et nutritionnelles des huiles d'olive et des olives de table conditionnées, en associant des nutritionnistes et des médecins*

Activité 3.1.1.1. *Sensibiliser les consommateurs sur les atouts nutritionnels et les propriétés thérapeutiques des produits oléicoles verts conditionnés, en associant les nutritionnistes et les médecins*

Activité 3.1.1.2. Créer un guide des huiles d'olive et des olives de table marocaines destiné au grand public. Ce guide abordera notamment des questions telles que: l'histoire des produits oléicoles au Maroc, le rôle des produits oléicoles dans la diète méditerranéenne, la diversité des terroirs de production, la classification qualitative des produits de l'olive, les labels «Maroc», «SDOQ» et «bio». Il permettra également de guider le consommateur dans l'acte d'achat et pourra comporter des recettes culinaires à base d'huile d'olive et d'olive de table.

Activité 3.1.1.3. Organiser des sessions de dégustation des produits oléicoles au niveau des GMS, écoles, lycées, etc.

• **Axe stratégique 4 – Développer l'export des produits oléicoles verts**

Axe 4.1 – Soutenir les exportations des produits oléicoles verts

Objectif spécifique 4.1.1. Renforcer les mesures de soutien aux produits oléicoles verts exportés

Activité 4.1.1.1 Améliorer la compétitivité des produits oléicoles exportés

Activité 4.1.1.2. Développer progressivement la part des produits oléicoles conditionnés à l'export, en faisant appel à des emballages attrayants et innovants. Le développement du conditionné permettra de faire baisser les prix des emballages produits localement, suite à une utilisation accrue des capacités installées dans les unités industrielles de production des emballages.

Activité 4.1.1.3. Coordonner la communication autour du Label «Maroc» pour les produits oléicoles conditionnés en utilisant l'argumentaire socio-économique et agro-écologique des oliveraies traditionnelles

Activité 4.1.1.4. Renforcer la participation des opérateurs aux salons internationaux (SIAL, EXPOLIVA, SOL, BIOFACH, etc.) autour de stands collectifs pour les produits du Maroc et créer un réseau relationnel de partenaires en vue de l'exportation des produits oléicoles verts

Axe 4.2 – Diversification des débouchés, à l'export

Objectif spécifique 4.2.1 Consolidation des exportations sur les marchés traditionnels et ciblage de marchés prometteurs

Activité 4.2.1.1. Ciblage des marchés prometteurs pour les huiles d'olive conventionnelles (USA, Brésil, Japon) et «bio» (USA, Allemagne),

Activité 4.2.1.2. Ciblage des marchés prometteurs pour les olives de table conventionnelles (USA, Russie, Moyen Orient) et «bio» (USA, Allemagne).

SECTION 2.

LE SECTEUR DES PAM AU MAROC: LES FILIÈRES DU THYM ET DU ROMARIN

2.1 Présentation générale

Fort du deuxième plus haut niveau de biodiversité du bassin méditerranéen, le Maroc présente un important potentiel dans le domaine des plantes aromatiques et médicinales (PAM). Le pays abrite notamment plus de 600 espèces, dont près de 20% sont endémiques, reconnues pour leurs propriétés aromatiques et/ou médicinales et se classe également au 12ème rang mondial des exportateurs de PAMs. On estime par ailleurs que le Maroc exporte une gamme de près de cent produits tirés des PAM pour les besoins des industries cosmétique, agroalimentaire ou pharmaceutique.

Les plantes spontanées constituent plus de 90% des PAM marocaines. Les plus importantes d'entre elles d'un point de vue commercial sont le romarin, le thym, le caroubier, l'origan, les feuilles de laurier, le cèdre, l'armoise, le myrte, la menthe pouliot, etc. Pour ce qui est des plantes de culture, les productions majeures incluent: la verveine, la menthe, la lavande, le safran, la rose, le jasmin, la coriandre, le cumin, le paprika, le fenouil, l'anis.

Le tableau suivant présente les exportations des 10 principales espèces PAM exportées par le Maroc.

Tableau 8. Exportations des dix principales espèces de PAM au Maroc

Espèce	Type	Valeur des exportations (1 000 DH)
Caroubier	Cultivée	223 452,68
La menthe	Cultivée	114 923,80
Coriandre	Cultivée	85 000,00
Arganier	Spontanée	76 687,00
Romarin	Spontanée	65 639,74
Thym sarriette	Spontanée	35 385,79
La verveine	Cultivée	9 683,60
Paprika	Cultivée	3 938,60
Lavande	Cultivée	1 613,00
Myrte	Spontanée	1 477,00

Suite à des consultations menées auprès des

opérateurs économiques et des autorités, l'ENEV s'est focalisée sur les produits du thym et du romarin qui constituent avec ceux de l'arganier les principales exportations de PAM spontanées du pays. Ce choix s'explique notamment par les perspectives en matière de production durable, les opportunités de création d'emplois et les potentialités en termes de développement des exportations offertes par ces deux espèces.

2.2 Caractéristiques de production

2.2.1 Le romarin

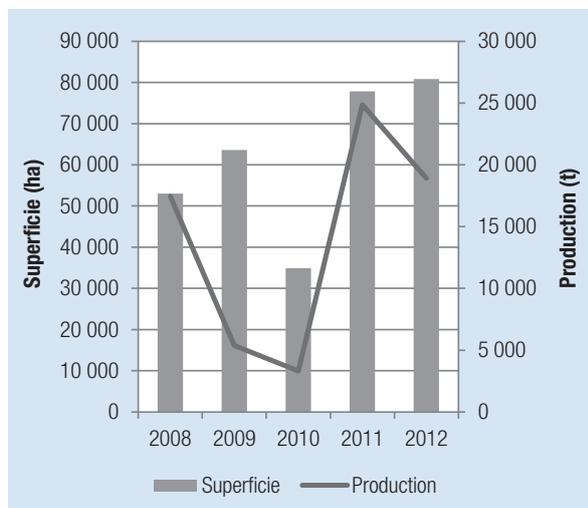
Le romarin «*Rosmarinus officinalis L.*» est un arbrisseau buissonnant, aromatique dont la tige, qui peut mesurer jusqu'à 2 mètres, est couverte d'une écorce grisâtre. Elle possède un feuillage dense et persistant et sa durée de vie peut atteindre trente ans.

Au Maroc, le romarin peuple les forêts, broussailles et matorrals des plaines et des basses et moyennes montagnes, sur substrat calcaire. Il se rencontre sur les bandes gauches de la Moulouya et dans l'Atlas Rifain. Dans le Moyen Atlas, il est très abondant à Jbel Lahmer, au col de Fegouss et dans le massif de Bou lblane. Dans le grand Atlas, il est fréquent à partir de jbel Ayachi, Titahoune et Tizi n'teleghmet. Par ailleurs, il est particulièrement abondant dans la région de Midelt et dans la forêt de Debdou, et rare dans la partie occidentale. Ainsi, on note son absence dans les peuplements de pin d'Alep du Maroc atlantique. On le rencontre également dans le Rif central et centro-occidental (El Amrani, 1999). Au total, la superficie potentielle de zones de collecte du romarin dépasse 800 000 ha (Mounir et al, 2015).

La production nationale en plantes aromatiques et médicinales est très difficile à cerner essentiellement en raison de statistiques limitées et de l'irrégularité des productions qui sont issues essentiellement de peuplements spontanés.

La figure 2 présente une estimation de l'évolution de la production et de la superficie du romarin entre 2008 et 2012. Elle montre d'importantes variations en termes de production ainsi qu'une potentielle déconnexion entre la superficie de production et les quantités produites. Cette variabilité est essentiellement liée aux phénomènes cycliques de sécheresse que connaît le Maroc. Ces derniers, entraînent une restriction des adjudications (autorisations de récolte) par le gestionnaire du domaine forestier ce qui débouche mécaniquement sur une baisse de la production.

Figure 2. Evolution de la superficie et de la production du romarin exprimée en ha et en tonne de matière végétale (2008-2012)



2.2.2 Le thym

Le thym « *Thymus saturoioides* Coss » est une espèce endémique du Maroc (Bellakhdar 1997 ; Benabid 2000) notamment connue sous le nom de «Thym-sarriette du Maroc».

C'est un arbrisseau érigé, pouvant atteindre 60 cm, très rameux et aux feuilles spatulées. Au Maroc, on rencontre le thym dans les rocailles calcaires des montagnes, principalement dans les régions du Moyen et Haut Atlas, mais son exploitation se fait essentiellement dans le Haut Atlas Central (Sud de Marrakech) et l'anti Atlas (DDF, 2013). Selon les experts forestiers le thym saturéoïde peut être présent dans les clairières des forêts, broussailles, matorrals des basses et moyennes montagnes jusqu'à près de 2 200 m, sur substrats calcaires siliceux et sols rocailloux ou plus au moins terreux mais bien drainés (Benabid 2000). La superficie potentielle des zones de collecte de thym au Maroc est estimée à près de 300 000 ha (Mounir, 2015).

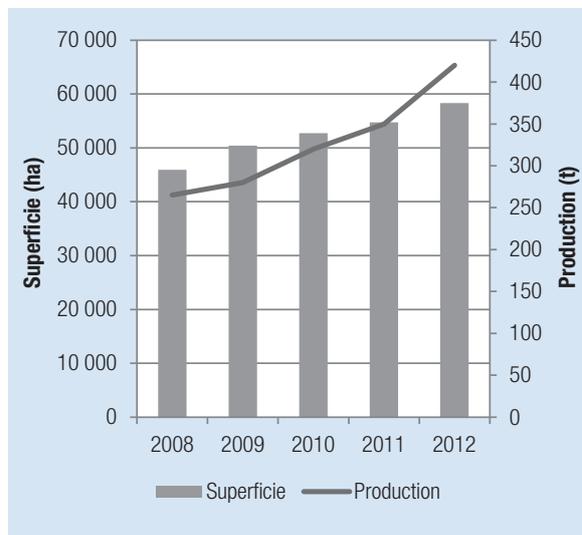
La figure 3 présente une estimation de l'évolution de la superficie et de la production de thym entre 2008 et 2012 (Source, DDF 2013). Elle montre une hausse constante des superficies et des quantités produites de thym sur la période observée.

2.3 Formes de valorisation du romarin et du thym

2.3.1 Formes actuelles de valorisation

Le romarin et le thym au Maroc sont exploités sous les

Figure 3. Evolution de la superficie et de la production du thym (2008-2012)



formes suivantes:

- Huiles essentielles, feuilles séchées au niveau des sociétés privées et des professionnels;
- Antioxydants à partir des feuilles de romarin et concrète à partir des drêches de romarin au niveau des sociétés modernes;
- Huiles essentielles au niveau des parapharmacies et des herboristes;
- Sommités fleuries fraîches et feuilles séchées vendues en grandes surfaces;
- Feuilles séchées et poudre en vrac chez les herboristes;
- Feuilles séchées et eaux florales au niveau des coopératives féminines;

Les formes de valorisation du romarin et du thym, pratiquées actuellement au Maroc, restent encore très limitées. Ces plantes sont surtout exploitées en vrac par les professionnels et les herboristes. L'huile essentielle, produite par les professionnels, est par exemple exportée en vrac sans aucune transformation ou valorisation. Les efforts d'emballage et de conditionnement sont encore faibles et se limitent aux coopératives féminines. En outre, la production d'antioxydants de romarin est pour l'instant réalisée uniquement par deux sociétés (ZRIRA, 2015).

2.3.2 Formes potentielles de valorisation du romarin et du thym

Le romarin et le thym du Maroc pourraient être mieux valorisés à travers:

- Une amélioration de la qualité des feuilles séchées, chose qui ne peut être atteinte que par la mise en

place d'une technologie moderne de séchage, de traitement (séchoirs modernes et équipements de nettoyage sur les lieux de production), ainsi qu'un emballage et conditionnement adéquats ;

- Une standardisation des produits en vue d'améliorer leur positionnement sur le marché international ;
- La promotion de la certification et de la labellisation du romarin et thym et leurs dérivés. Les productions certifiées et labellisées associées aux savoirs faire locaux constituent une alternative valable pour le retour aux ressources du label du naturel. La certification biologique, IGP et AOP et AOC devrait permettre aux petits producteurs d'intégrer les circuits commerciaux spécialisés ;

Pour ce qui est des opportunités de diversification de la production, les produits cosmétiques (Savon, shampoing, crème au romarin) et les tisanes en sachets infusettes généralement recommandées en cas de refroidissement offrent des perspectives non négligeables.

A titre indicatif, un hectare de romarin donne 800 kg de feuilles sèches, rapportant près de DH10 000. Un emballage en sachets (de 50g) permet de multiplier par 10 le prix de vente du romarin et de porter à DH100 000 la rentabilité d'un hectare.

De la même manière, le conditionnement de l'huile essentielle de romarin dans de petits flacons de 10ml, permet de faire passer le prix d'un litre de DH450 à DH3 500.

2.4 Impact environnemental

Le romarin et le thym au Maroc poussent naturellement au niveau des montagnes. Ils ne nécessitent donc aucune irrigation et leur production n'impacte pas le niveau des nappes phréatiques. En outre, ce sont des faciès naturels pouvant facilement être certifiés biologiques car ne requérant pas l'utilisation de produits phytosanitaires.

Outre leur utilisation pour la récolte de matière première végétale, les champs de romarin et de thym sont nécessaires au développement de l'apiculture locale et constituent un habitat privilégié des abeilles. Exploitants et apiculteurs doivent donc échanger sur leurs pratiques mutuelles afin de permettre un maintien des populations apicoles.

Si l'exploitation du thym et du romarin ne génère pas en elle-même d'impact environnemental négatif majeur, il faut cependant souligner qu'une surexploitation

de ces espèces peut entraîner la désertification et contribuer par là même au réchauffement climatique. Afin de permettre une exploitation durable de cette ressource, des efforts relatifs à sa domestication et à sa culture ont été entrepris mais un chemin important reste à parcourir.

Pour ce qui est des opérations de transformation du thym et du romarin, il a été relevé que le séchage qui constitue une pratique largement répandue, n'a à priori aucun effet sur l'environnement puisqu'il se fait d'une manière naturelle à l'air libre (Zrira et Benjlali, 2000).

La production d'huiles essentielles quant à elle est généralement réalisée à proximité des lieux de récoltes dans des alambics mobiles à feu nu. Ces alambics sont munis de foyers alimentés par du bois ou des drèches de distillation. La durée de distillation est généralement de 4 à 5 heures, alors qu'elle pourrait être réduite à une heure et demie avec l'utilisation d'alambics modernes. Un tel changement réduirait de 50 à 60% la consommation d'énergie lors de la distillation.

Les alambics modernes sont plus rentables que les alambics traditionnels: ils permettent de faire des économies d'énergie, de temps et d'heures de travail. Ce qui permet de diminuer le prix de revient de l'HE. De même, les alambics modernes permettent d'améliorer la qualité des HE et partant d'augmenter leur prix de vente.

Le prix d'achat d'un alambic moderne dépend de plusieurs facteurs : volume, type d'installation, volume de la chaudière, type de condenseur. Le coût d'achat d'un alambic en inox ayant un volume de 3 000 l, avec chaudière varie entre DH240 000 et DH300 000 et peut être amorti en cinq à sept ans.

On note enfin que les coproduits générés lors de la distillation sont entièrement valorisables: les pailles peuvent être compostées ou valorisées énergétiquement et les hydrolats peuvent être incorporés dans des produits cosmétiques.

2.5 Impact social

L'exploitation du thym et du romarin à l'état sauvage joue un rôle important sur le plan socio-économique et contribue positivement au développement de l'économie locale. Dans les régions dotées de potentialités économiques limitées, elle représente une source de revenus non négligeable pour les populations locales.

On peut notamment estimer que la production nationale d'HE de romarin génère à elle seule 36.000 journées de travail à l'année et représente un apport annuel de liquidités de plus d'un million de DH pour les régions concernées.

La production de thym séché quant à elle, génère près de 10 000 journées de travail à l'année et un apport annuel de liquidités de plus de DH400 000 pour les régions de montagne.

Par ailleurs, grâce à leurs valeurs nutritives, organoleptiques et thérapeutiques, les miels de romarin figurent parmi les plus prestigieux auprès du consommateur marocain. Leur production est liée aux régions où les peuplements de romarin sont importants. La pratique de cette activité agricole connaît un essor important et améliore le revenu des éleveurs (Zrira, 2007).

2.6 Chaines de valeur des filières huiles essentielles et feuilles séchées

2.6.1 Filière huile essentielle

Récolte

Pour exploiter les plantes qui poussent dans le domaine forestier comme le thym, il faut disposer d'une autorisation délivrée par l'instance publique chargée des eaux et forêts (Direction régionale du HCEFLCD), soit après un marché soit par entente directe. Dans les deux cas, le cueilleur bénéficiaire doit payer une redevance à l'Etat.

Pour exploiter les PAM poussant dans les terrains qu'ils ont loués, les exploitants embauchent des ramasseurs, parmi les populations locales, payés entre DH10 et DH20 par quintal de biomasse végétale (feuilles et tiges) ramassée (Benjlali et Zrira, 2005). Lors des consultations menées dans le cadre de l'ENEV, il a été souligné que ce mode de rémunération peut constituer un frein à la mise en œuvre de bonnes pratiques de collectes car les collecteurs tendent uniquement à maximiser le poids récolté.

Distillation, conditionnement et stockage des huiles essentielles

La distillation est généralement effectuée à proximité des lieux de collecte avec un matériel souvent vétuste généralement constitué d'alambics mobiles à feu nu de 3 000 kg. La vapohydrodistillation est le procédé le plus communément utilisé.

En production industrielle, l'huile essentielle doit être

stockée à l'abri de la lumière dans des conteneurs inertes vis-à-vis des constituants de l'huile essentielle. Au Maroc, on utilise essentiellement des fûts de 200 l, en acier ordinaire galvanisé de l'intérieur. Ce type de conteneur a l'avantage d'être toujours disponibles, faciles à manipuler, relativement bon marché et ne semble pas poser de problème quant à la qualité de l'huile essentielle.

Le stockage doit être réalisé dans un hangar, en pénombre, à une température comprise entre 15 et 25°C. La disposition des fûts doit laisser suffisamment d'espace pour la circulation de l'air. (Benjlali et Zrira, 2005).

Commercialisation

La commercialisation d'HE est principalement réalisée autour de deux schémas de distribution.

Dans un premier cas de figure, les opérations de transformation, de transport et de commercialisation sont gérées ou commanditées par un même opérateur. Ces exportateurs d'HE établissent souvent des contrats avec leurs clients et sont tenus de respecter des normes de qualité. Leurs produits sont donc accompagnés de résultats d'analyses réalisées par des laboratoires indépendants.

Le second schéma de distribution est caractérisé par la participation d'une multitude d'intervenants. Ce circuit indirect est utilisé afin de répondre à une demande sporadique.

2.6.2 Filière feuille séchée

Récolte et traitement de la matière première végétale

L'opération de récolte se fait selon le même principe que pour la production d'HE. Par la suite, les opérations de séchage, de nettoyage et de tri sont généralement réalisées par les cueilleurs dans des conditions hygiéniques et techniques ne garantissant pas toujours la qualité des produits. Le séchage est souvent effectué à même le sol sans aucune couverture de protection et le produit fini est emballé dans des sacs en jute (Benjlali et Zrira, 2005).

Commercialisation

On distingue 2 circuits d'acheminement des PAM spontanées.

Circuit 1: il est composé de grandes sociétés exportatrices. Ces dernières se servent d'un personnel permanent qui contrôle la qualité, le nettoyage du

produit avant son emballage, tout au long de l'année.

Ces entreprises sont souvent intégrées en aval, soit en traitant une partie de la cueillette elles-mêmes ou en organisant la cueillette du produit récolté. Elles peuvent également travailler avec les intermédiaires qui leur livrent le produit séché.

Circuit 2: il est essentiellement composé de négociants exportateurs et de cueilleurs. Les exportateurs reçoivent une commande puis se mettent à la recherche d'un cueilleur ou d'un grossiste disposant du produit recherché. Généralement les cueilleurs sont intégrés en aval au niveau de l'offre.

Les cueilleurs et les agriculteurs vendent leurs productions en vrac, soit à des intermédiaires, soit à des clients (transformateurs/exportateurs). Dans le cas des herboristes, ils vendent directement aux consommateurs. Parmi les acteurs de la filière des PAM spontanées au Maroc, on trouve un nombre très important d'intermédiaires qui interviennent à différents niveaux.

Les grossistes peuvent aussi effectuer le nettoyage, le triage et autres opérations, dans le but de tirer le maximum de profit de leur activité. Ils vendent en suite leur marchandise aux détaillants (herboristes/Âchabs), ou aux transformateurs/exportateurs.

2.7 Politiques et stratégies nationales pertinentes pour les filières ciblées

2.7.1 Stratégie Nationale de développement du secteur des PAM

Elaborée sur la base d'un large processus de concertation initié fin 2006, la Stratégie Nationale de développement du secteur des PAM s'inscrit dans le cadre d'une politique d'ensemble intégrant notamment les questions d'aménagement du territoire et de développement durable. Elle vise à : *«Préparer le secteur à opérer le passage d'un secteur fournisseur de matières premières non transformées à un véritable secteur industriel offrant des gammes de produits à forte valeur ajoutée destinées aussi bien au marché local qu'au marché international.»*

Parmi les axes majeurs de la stratégie de développement du secteur des PAMs figurent:

- La consolidation des connaissances actuelles et leur développement pour aborder de manière professionnelle le marché ;
- L'optimisation de la production et de la commercialisation en vue d'une meilleure

valorisation des PAM marocaines ;

- La réglementation, l'organisation et l'encouragement du secteur pour préparer un cadre à la fois adéquat et stimulant pour les professionnels et protecteur de la ressource.
- La promotion des populations locales, la préservation et la gestion durable de la ressource.

2.7.2 Plan Maroc Vert

Lancé en avril 2008, le PMV fixe les orientations du développement de la politique agricole marocaine. Il est le fruit d'une approche globale couvrant aussi bien les aspects économiques que les enjeux sociaux et environnementaux et vise notamment à l'accroissement de la valeur des exportations et l'amélioration du revenu agricole en faveur des populations rurales.

Le PMV comprend deux piliers dont un axé sur la promotion d'une agriculture solidaire et la préservation des ressources naturelles dans les zones de montagnes, les oasis et le bour défavorable. Dans cette optique il prévoit de soutenir le développement de l'exploitation des PAM qu'il considère comme une opportunité de diversification des revenus (UNCTAD 2016).

L'organisation et la professionnalisation des acteurs constituent un autre élément phare du PMV. A ce titre, quatre grandes lignes d'action peuvent être soulignées:

- La valorisation des produits de terroirs spécifiques par la mise en place de petites unités de regroupement de l'offre, de conditionnement et de transformation, et par de nouveaux canaux de commercialisation ;
- La gestion des ressources naturelles et de l'environnement et l'intensification des systèmes de production par la responsabilisation des exploitants et des communautés rurales, la promotion d'opérations concertées d'aménagements de terroirs et de gestion contractuelle de ces terroirs;
- La mise en œuvre d'une politique de signes de qualité, avec notamment la reconnaissance officielle de produits locaux, rendue possible par la nouvelle loi sur les signes distinctifs d'origine et de qualité ;
- La promotion d'une approche de développement territorial concerté.

2.8 Exportations Marocaines

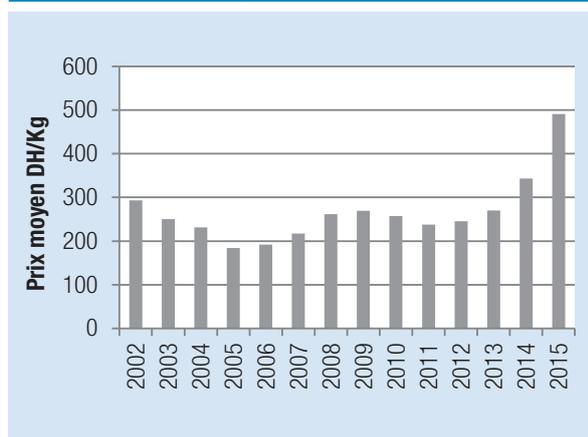
2.8.1 Exportations marocaines en huiles essentielles (HE) de romarin

Les exportations marocaines en HE de romarin sont caractérisées par des fluctuations avec une tendance générale orientée à la baisse. Comme le montrent les graphiques suivants, le volume annuel exporté est passé de 78 t en 2002 à 26 t en 2015 et la valeur des exportations a elle aussi connu d'importantes fluctuations. On note cependant que depuis 2010 le prix à l'exportation connaît une hausse continue.

Les fortes variations observées au niveau des exportations sont à mettre en relation avec celles rencontrées au niveau de la production.

La France constitue le principal pays importateur d'HE de romarin marocain, avec une part de 44% du volume total exporté entre 2002 et 2014, suivie par l'Espagne (35%), la Suisse (6%) et les États-Unis (5%).

Figure 4. Evolution du prix moyen d'HE de Romarin



Les autres pays ont une part de 10% du volume total exporté (Lamrani-Alaoui et al., 2015).

2.8.2 Exportations marocaines en feuilles de romarin

Le romarin en feuilles est exporté sous trois formes : le romarin séché, le romarin bio et le romarin frais. La forme la plus exportée est le romarin séché, les deux autres formes sont exportées en faibles quantités (Tableau 9).

Tableau 9. Formes d'exportation des feuilles de romarin (valeurs moyennes entre 2002 et 2015)

Forme d'exportation	Quantités (t)	Valeurs (million de DH)
Romarin (feuilles séchées)	6 241,6	63 500,4
Romarin en poudre	29,8	414,6
Romarin frais	94,0	2 137,6

(Source, EACCE 2015)

Il est à noter que le romarin au Maroc n'est pas valorisé sous forme de tisanes de façon significative.

Les graphiques ci-après illustrent l'évolution du volume et de la valeur des exportations de romarin.

Les exportations de romarin marocain sont caractérisées par une tendance générale à la hausse depuis 2002. Les volumes annuels exportés n'ont cessé d'augmenter passant de 2 286 t en 2002 à 7 797 t en 2014, avec un volume maximal de 9 054 t enregistré en 2013. Quant à la valeur des exportations, elle suit la même tendance en étant multipliée par

Figure 5. Evolution des exportations des HE de romarin en poids et en valeur entre 2002 et 2015.

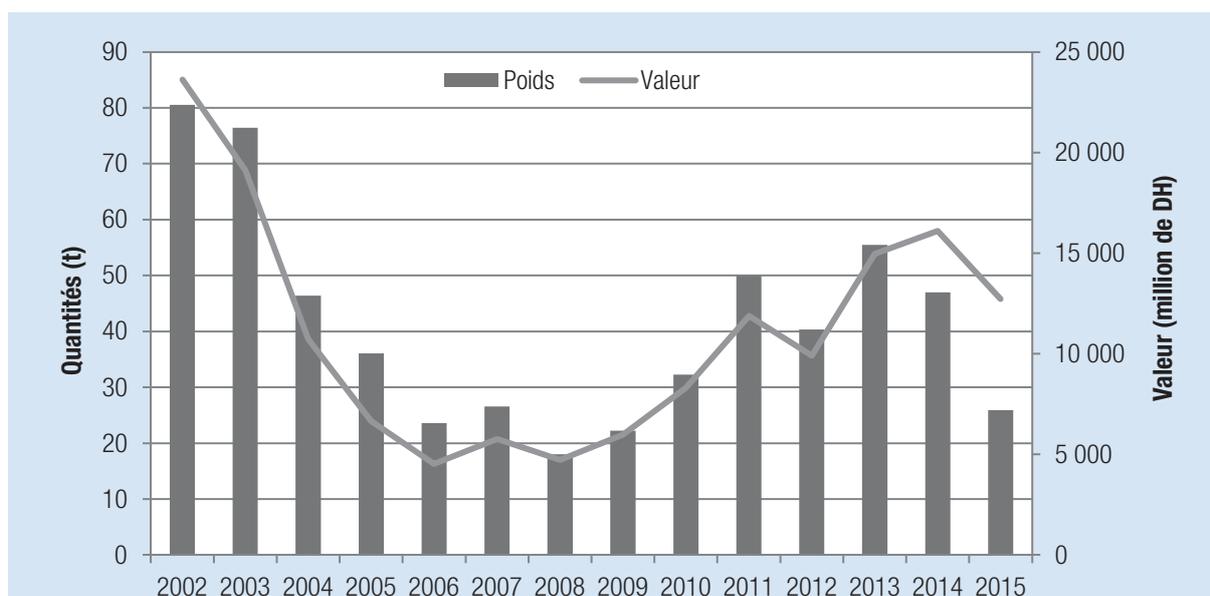
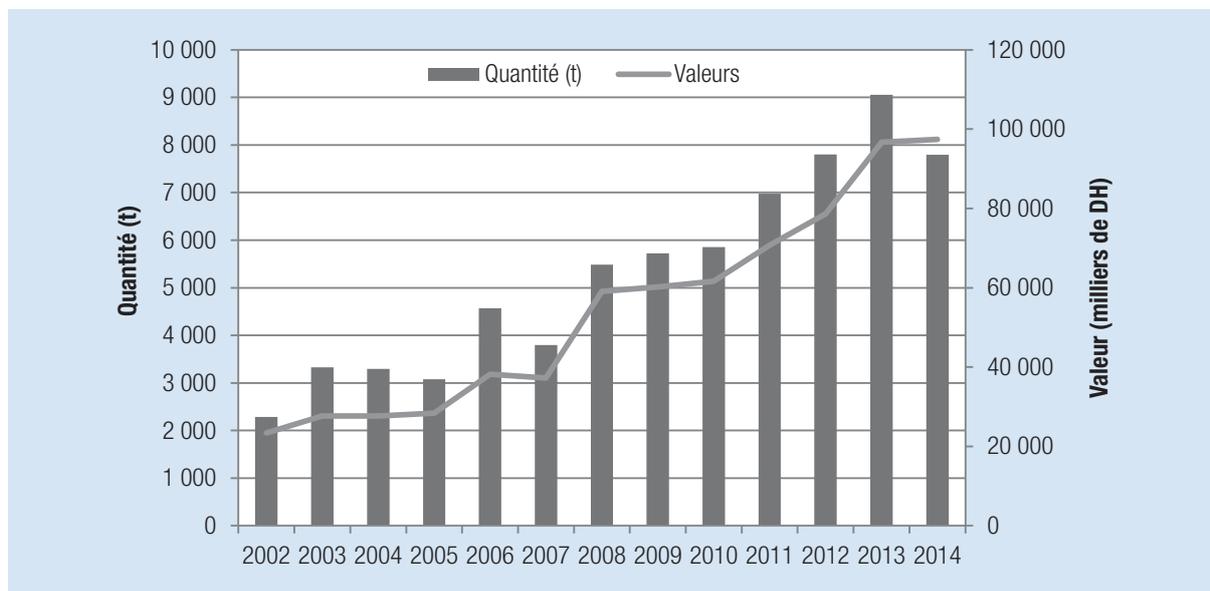


Figure 6. Evolution des exportations des feuilles de romarin



quatre entre 2002 et 2014.

Concernant le prix à l'exportation, il a aussi augmenté, passant de 10,23 DH/kg en 2002 à 12,49 DH/kg en 2014 avec un prix moyen de 9,88 DH/kg (Kettani, 2015).

Les principaux marchés d'export du Maroc pour le romarin séché sont les États-Unis et l'Allemagne, qui détiennent une part de 37% du volume total exporté du romarin. Ces deux pays sont suivis de la Turquie (10%), l'Espagne (8%) et la France (7%).

2.8.3 Le thym séché

Le thym est exporté principalement sous forme séchée. Entre 2002 et 2014, le Maroc a exporté en moyenne 1 967 t de thym séché pour une valeur de DH35 637 à DH769,23. Les graphiques suivants illustrent l'évolution du volume et de la valeur des exportations de thym sur cette période.

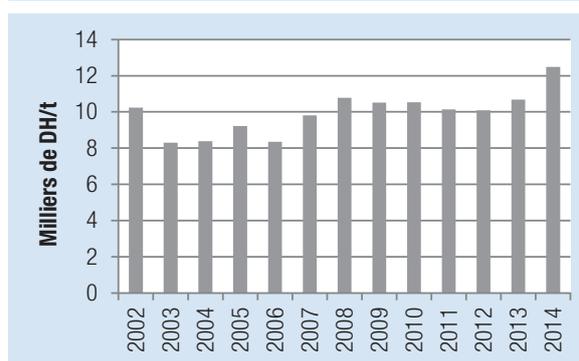
Les exportations du thym sont caractérisées par des fluctuations mais connaissent une tendance générale vers l'augmentation. Le volume annuel exporté est passé de 1 051 t en 2002 à 2 777 t en 2014 avec un volume maximal enregistré de 2 897 t en 2012.

La valeur des exportations suit la même tendance que celles des volumes exportés, passant de 13 009 MDHS en 2002 à 69 419 MDHS en 2014 avec une valeur moyenne de 35 385 MDHS.

Quant au prix à l'exportation du thym, il est passé de 12,38 DH/kg en 2002 à 25 DH/kg en 2014.

Trois pays, les États-Unis, la Turquie et le Nigeria ont

Figure 7. Evolution du prix moyen des feuilles de romarin



absorbé 58% des exportations de thym marocain séché entre 2002 et 2014. Parmi les autres débouchés majeurs du thym marocain on peut également citer l'Espagne (9%), la France (5%) et le Japon (4%).

Il est important de relever que depuis 2010, les quantités importées par le Nigéria et la Turquie connaissent une augmentation remarquable.

2.8.4 L'HE de thym

Les résultats de l'analyse de la revue documentaire et des enquêtes auprès des professionnels montrent que les quantités des HE de thym exportées sont très limitées. Par conséquent, ce produit n'a pas été considéré dans la présente étude.

2.8.5 Le thym et romarin bio

Depuis l'année 2009, les exportations des PAM sauvages biologiques n'ont cessé d'augmenter avec

Figure 8. Exportations totales du romarin (2002-2014) (l'EACCE, 2015)

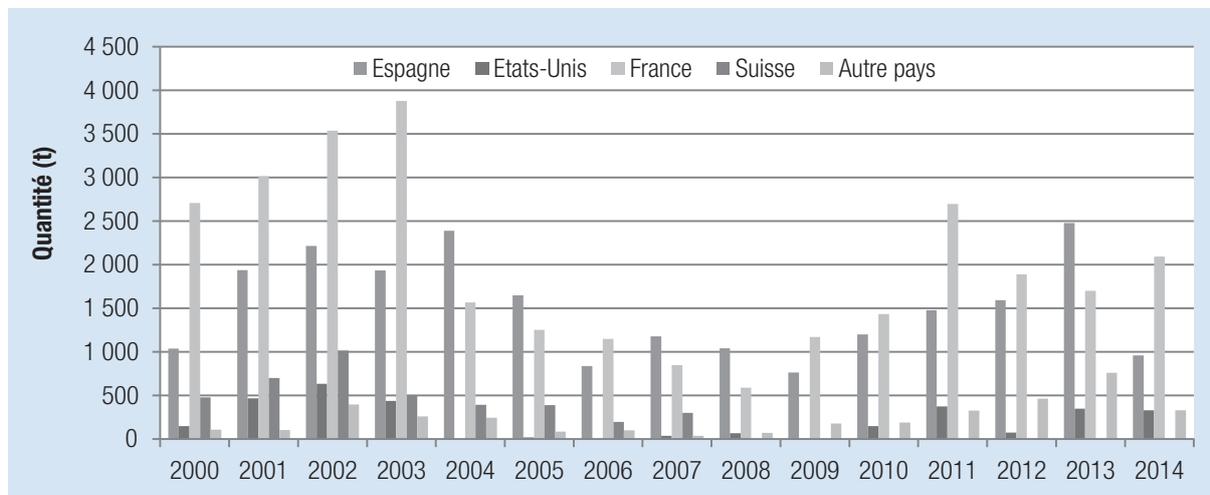


Figure 9. Evolution des exportations de thym

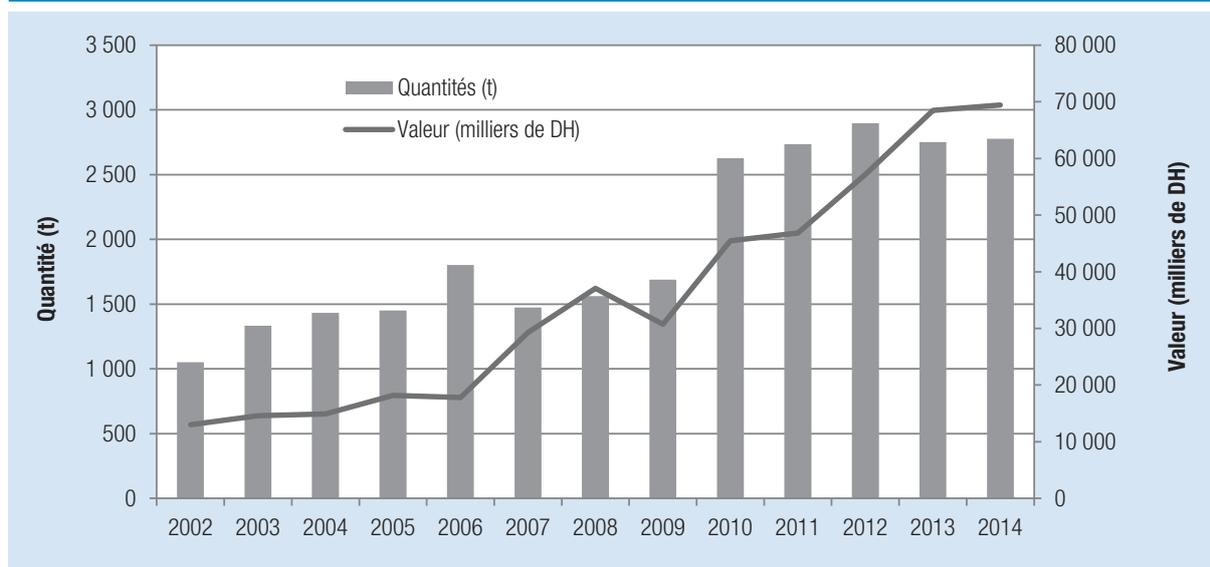
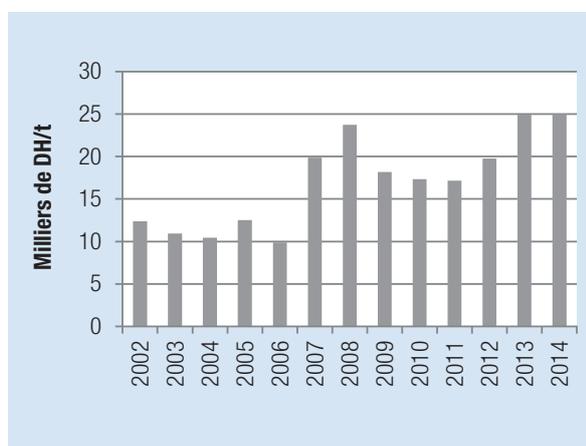


Figure 10. Prix moyen du thym

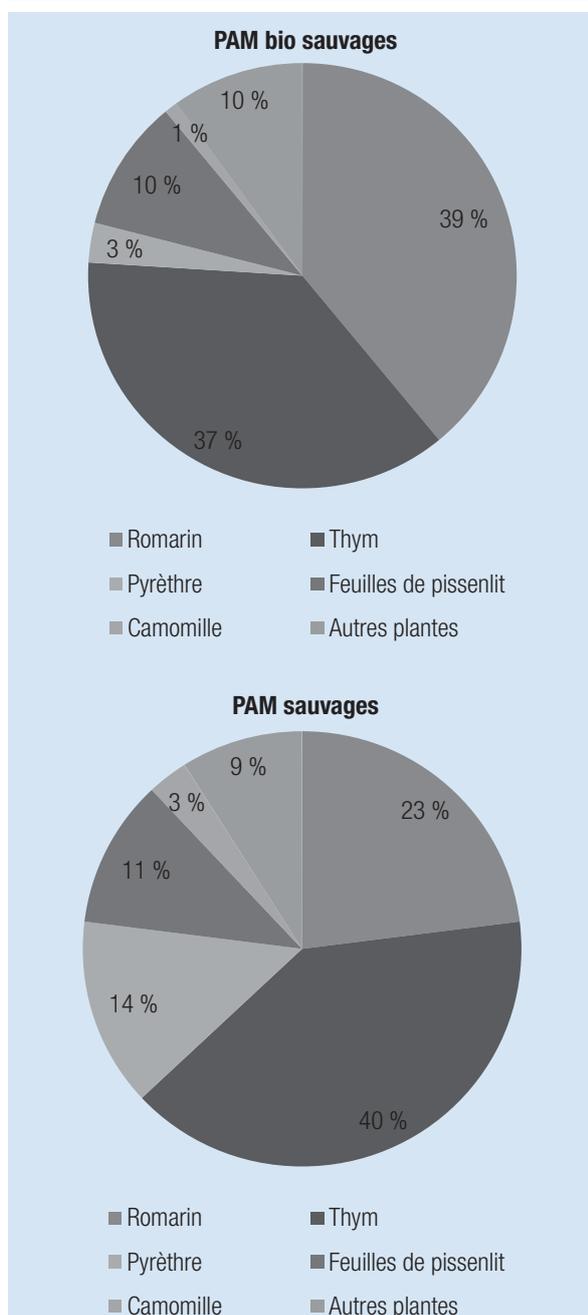


une quantité remarquable observée en 2013 (170,7 t) et qui correspond à une valeur de 2 900 milliers de DHS.

La figure 11 montre la répartition des exportations des PAM sauvages biologiques en volume et en valeur en 2014. Le thym et le romarin représentent les principales exportations de PAM sauvages biologiques avec respectivement 39% et 37% des quantités exportées.

Concernant la valeur des exportations, le thym et le romarin génèrent également les revenus les plus importants de l'ensemble des PAM marocains vendus sous label biologique au Maroc avec respectivement 40% et 23% de part des revenus d'export.

Figure 11. Importance des principales PAM bio exportées en termes de quantité et de valeur



Source : données de l'EACCE, 2015

Les principaux marchés du thym marocain exporté sous label biologique sont la Turquie (68%), les Etats-Unis (14%) et l'Angleterre (13%).

Le romarin marocain bio est exporté vers la France (34%), l'Allemagne (31,5%) et les Etats Unis (31%).

Il est à signaler que les exportations marocaines

subissent sur ce segment une forte concurrence de la part d'autres pays du bassin méditerranéen. En conséquence les opérateurs marocains sont amenés à déployer davantage d'efforts pour améliorer la qualité de leurs produits tout en maintenant des prix compétitifs. La prospection des marchés asiatiques comme le Japon et l'Inde et des marchés européens comme l'Angleterre et la Hollande est par ailleurs un défi à relever (Kettani, 2015; Lamrani-Alaoui et al., 2015).

2.9 Tendances du marché mondial

2.9.1 Tendances du marché mondial pour les HE de romarin

La production mondiale d'huile essentielle de romarin est estimée à 150–200 t/an. Les principaux producteurs d'HE de romarin sont la Tunisie (80 t), le Maroc (40 t), l'Espagne (28 t) et la France (5 à 10 t).

- Entre 2009 et 2013, la production en Tunisie a diminué, passant de 92–70 t, (CBI, 2015 (a));
- Entre 2010 et 2014, la production espagnole est restée relativement stable, à hauteur de 28 t;
- La production marocaine en HE de romarin est passée de 78 t en 2002 à 26 t en 2015.

Les principaux pays importateurs d'huile essentielle de romarin sont la France, l'Espagne et les Etats Unis.

D'une manière générale la demande mondiale en huile essentielle de romarin est stable.

Concernant les prix, l'huile de romarin d'Espagne est généralement plus chère que celle du Maroc et de la Tunisie. Le prix pour le romarin d'Afrique du Nord (de la Tunisie et du Maroc) a continué d'augmenter en 2015, pour atteindre 45 €/kg. Les prix de l'HE du romarin espagnol est passé d'environ 47 €/kg en 2010 à 62 €/kg en 2014 (CBI, 2015 (a)).

2.9.2 Tendances du marché mondial pour les feuilles de romarin

Les principaux pays producteurs de romarin sont : le Maroc, la Tunisie et l'Espagne. Les données relatives aux échanges commerciaux sont très difficiles à trouver pour plusieurs raisons : i) il n'y a pas de code douanier uniforme pour ce produit contrairement à ce qui se passe pour les huiles essentielles de romarin, ii) les feuilles de romarin se trouvent dans le chapitre 12119085 qui englobe plus de 100 plantes.

Le Maroc est le premier exportateur de cet aromate (près de 8 000 t). La France a une production annuelle

de 200 à 250 t. Les pays importateurs sont les Etats Unis, l'Allemagne, l'Espagne, la France et la Turquie.

2.9.3 Tendances du marché mondial pour le thym séché

En moyenne 2 461,5 t de thym séché ont été exportées annuellement au niveau mondial entre 2010 et 2014 pour une valeur moyenne de 6,04 millions de \$ et un prix moyen de 2,45 \$ au kg. Ces exportations sont relativement stables entre 2010 et 2014.

Les exportations marocaines ont représenté, entre 2010 et 2014, 78 à 99% du total des exportations mondiales. Les prix ont nettement augmenté pour passer de 10DH à 30DH entre 2004 et 2014 pour le thym entier et de 12DH à 37DH pour le thym broyé ou moulu (CBI, 2015 (b)).

2.10 Analyse SWOT

Sur la base des conclusions des travaux de l'ENEV et des contributions des acteurs des filières thym et romarin, une analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces) été élaborée. Elle est retranscrite ci-après.

2.11 Plan d'action

Le Plan d'Action suivant a été conçu à partir d'un diagnostic approfondi des filières thym et romarin et d'une concertation avec les opérateurs économiques et les représentants des services de l'Etat. Il vise à promouvoir un développement de l'export vert sur un horizon de cinq ans.

Ce plan a été validé par la FEPAM, la principale organisation professionnelle du secteur et servira de ligne directrice pour la négociation de futur contrat programme pour la filière PAM.

Quatre axes stratégiques ont été retenus:

1. Assurer et pérenniser une production durable de thym et de romarin;
2. Améliorer la qualité de l'offre, moderniser la production et développer la création de valeur ajoutée ;
3. Appuyer la commercialisation des produits verts issus du thym et du romarin au niveau national et international;
4. Consolider l'organisation des deux filières et contribuer au renforcement des capacités des acteurs

Le contenu du plan d'action est détaillé à la suite de la présentation de l'analyse SWOT.

Analyse SWOT

<p>Forces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zones à haut potentiel de production sur les plans édaphique et climatique (Oriental, Moyen Atlas, Haut Atlas,...). • Existence de grandes superficies de faciès à romarin et thym. • Le thym saturoïde est endémique du Maroc; • Abondance de main d'œuvre au niveau des zones rurales. • Marché d'exportation très demandeur en romarin séché et en antioxydants de romarin. • Marché d'exportation très demandeur en feuille séché de thym. • Existence d'un savoir-faire local en matière d'extraction des huiles essentielles de romarin et thym. • Existence de structures d'appui en matière de Recherche-Développement et d'encadrement, notamment l'IAV Hassan II, l'INRA, l'ENFI, l'ENA de Meknès, et l'Agence Nationale des PMA à Taounate, Division de recherche forestière. • Grand support des organismes de développement et des bailleurs de fonds au soutien des deux filières (PNUD, ONUDI, FAO, ADS,...). 	<p>Faiblesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faible développement de la culture. • Absence de fiches techniques de culture. • Non maîtrise des bonnes pratiques de fabrication et bonnes pratiques d'hygiène. • Procédés industriels peu modernes et limités à la distillation simple et au séchage à l'air libre. • Faible valorisation et diversification des deux espèces: domination des exportations des feuilles séchées et l'huile essentielle brute à faible valeur ajoutée. • Absence de normes de qualité des produits issus du romarin et du thym. • Retard dans la certification des unités de transformation et dans le système de gestion de la qualité. • Faiblesse de l'organisation des deux filières. • Absence de mécanismes d'incitation aux promoteurs pour installer des unités de valorisation de la matière première végétale.
<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demande interne et externe croissante. • Coût de production faible. • Possibilité de mise en culture du thym et romarin dans les zones montagneuses du Maroc. • Fort potentiel pour le développement de la production sous label biologique. • Volonté politique de soutenir le développement des PAM et existence de dispositifs de soutien dans le cadre du PMV ; De même, la SNDD préconise de faire de la filière PAM, un levier de développement économique qui garantisse la pérennité de la ressource et les intérêts de la population locale. • Potentiel du marché national en vue du développement progressif d'une offre exportable à plus haute valeur ajoutée. 	<p>Menaces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risque de surexploitation des deux espèces. • Concurrence internationale accrue surtout pour le romarin. • Retard dans la mise en œuvre de la certification biologique et particulièrement pour le thym. • Absence de veille commerciale et stratégique pour les deux espèces. • Qualité des produits ne répondant pas toujours aux standards en vigueur.

Objectif stratégique 1 : Assurer et pérenniser une production durable de thym et romarin

- *Action 1-1: Evaluer les potentialités des ressources en romarin et en thym (phytomasse)*

Mesurer le capital existant en romarin et en thym implique d'établir les cartes de végétation et d'estimer les superficies réelles de chacune des espèces afin de déterminer leur production en phytomasse.

- *Action 1-2: Mettre en place un plan de gestion garantissant la durabilité des ressources en thym et en romarin*

Le plan de gestion proposé permettra de définir les périodes et les niveaux de prélèvements de matière végétale. Il devra notamment permettre de concilier les différents usages (alimentaire, pastoral, artisanal, etc.) des deux espèces ciblées.

- *Action 1-3 Développer et adopter les bonnes pratiques de collecte*

Cette action a été déjà initiée dans le cadre du Projet PAM. Il s'agit à présent de compléter les informations disponibles et diffuser et vulgariser le guide de bonnes pratiques de collecte pour les deux espèces auprès des acteurs en ciblant prioritairement ceux travaillant en amont.

- *Action 1-4. Mettre en place des pépinières de production*

La domestication et la mise en culture du thym et du romarin passe nécessairement par les pépinières d'élevage et de production de plants. Des jeunes promoteurs, organisés en PME/PMI pourront être chargés de la création de ces pépinières.

- *Action 1-5 Etablir les techniques de culture conventionnelle et biologique des deux espèces et élaborer les fiches techniques de culture*

Des travaux de recherche seront menés afin de définir les exigences culturales pour chacune des espèces PAM puis de maîtriser les techniques culturales et les synthétiser sous forme de fiches. Une attention particulière sera accordée à la culture biologique.

- *Action 1-6 : Mettre en place d'un cadre incitatif pour promouvoir le développement de la culture*

Le cadre incitatif recommandé repose sur:

- » l'adoption d'une politique visant à encourager les cultures de thym et de romarin dans le domaine forestier en associant les industriels/HCEFLCD/coopératives ;
- » la conduite d'expérimentations dans lesquelles des terrains pourront être mis à disposition de professionnels du secteur qui seront mis en relation avec des experts (jeunes diplômés/centres d'études) associés aux bénéfices réalisés.

- *Action 1-7 : Développer et promouvoir la filière bio pour le thym et romarin au Maroc*

- » Faire un état des lieux du thym et du romarin biologique ;
- » Encourager les collecteurs et les producteurs en Bio à la certification de leur production ;
- » Elaborer des fiches techniques de culture en bio pour les deux espèces et mettre en place des pépinières de production;
- » Vulgariser les bonnes pratiques de collecte et de production des produits BIO (outils à utilisés, produits à adopter, périodes de récolte, emballages, conservation, etc.)

Objectif stratégique 2: Améliorer la qualité de l'offre, moderniser la production et développer la création de valeur ajoutée

- *Action 2-1: Améliorer la qualité des produits récoltés*

Le mode de récolte, le séchage et le conditionnement sont des aspects critiques pour la qualité et la création de valeur ajoutée. Leur amélioration passe par la formation des cueilleurs aux bonnes pratiques de récoltes. Cet effort doit également être combiné avec une modification du mode de rémunération des collecteurs afin de passer d'une rétribution quasi exclusivement basée sur la quantité récoltée à une rémunération prenant en compte la qualité de la matière récoltée.

Pour ce qui est du séchage, la création d'entités spécialisées dans le séchage par serre au niveau des principales

zones de collecte pourra être soutenue notamment par le biais de subventions à l'achat ou à la fabrication d'équipements.

- *Action 2-2: Industrialiser, moderniser la production et augmenter la valeur ajoutée*

Un développement de la capacité industrielle de transformation des PAM permettrait de diversifier la production et d'augmenter le niveau de valorisation de la ressource. Pour ce faire, les solutions envisagées incluent:

- » Le développement d'un cadre incitatif en matière d'investissement visant à soutenir la création d'un écosystème complet intégrant tous les acteurs de la recherche à la production;
- » Le développement du marketing et du packaging;

- *Action 2-3: Encourager la labellisation/certification et développer la filière bio*

La certification biologique et les Signes Distinctifs d'Origine et Qualité (SDOQ) permettent de différencier les produits verts et d'accroître leur valeur commerciale. Le développement de ces pratiques pourra notamment être soutenu au travers d'une communication accrue sur les mesures existantes auprès des acteurs des filières ciblées.

Objectif stratégique 3: Appuyer la commercialisation des produits verts issus du thym et du romarin au niveau national et international

- *Action 3-1: Appuyer une politique de marketing pour la promotion des produits du romarin et du thym ;*

Des campagnes de communication associant les producteurs et mettant en avant l'origine et la qualité des produits verts issus du thym et du romarin marocains pourront être entreprises afin de bâtir une image de marque et une forte notoriété auprès des acheteurs cibles nationaux et internationaux. Les professionnels du secteur seront également associés à la production de supports de communication (catalogues, publicités, etc.).

- *Action 3-2: Appuyer les professionnels dans la prospection du marché en assurant une présence dans des salons et foires nationaux et internationaux*

Le soutien aux acteurs des filières thym et romarin inclura: un appui à l'identification et à la participation aux salons et aux événements commerciaux pertinents. Un appui spécifique sera également apporté à l'organisation de rencontres B to B car ces dernières constituent des espaces de promotion et de réseautage privilégiés entre professionnels.

- *Action 3-3: Promouvoir le marché national des deux espèces tout en intégrant le genre dans le processus de développement économique et social*

Plusieurs coopératives féminines, créées dans le cadre de projets de développement et soutenues par l'Etat, commercialisent des produits de PAM de bonne qualité et bien conditionnés. La création de boutiques solidaires spécialisées, l'intégration des produits de ces coopératives dans les circuits éco-touristiques et leur certification «Fair Trade» contribuera à promouvoir l'image du thym et du romarin marocain. Cette action permettra également de mettre en avant l'impact social et environnemental positif des produits ciblés par l'ENEV.

Objectif stratégique 4: Consolider et renforcer l'organisation des deux filières et développer les capacités des acteurs

- *Action 4-1: Organiser la filière et poursuivre l'amélioration du mode de création et d'organisation des coopératives*

Pour promouvoir la production durable des PAM spontanées et préserver la biodiversité au Maroc, il est impératif de développer une interprofession solide qui élabore dans les meilleurs délais un contrat programme avec l'Etat. De même, le mode d'organisation des coopératives forestières mérite d'être amélioré afin que l'ensemble des populations riveraines puissent pleinement passer du statut de main d'œuvre pour la collecte de matière première à celui de sociétaire.

- *Action 4-2: Renforcement des capacités des coopératives*

Le renforcement des capacités des coopératives est un impératif en vue de garantir une gestion durable de la ressource et de rééquilibrer la relation coopérative/industriel. Pour ce faire les solutions proposées incluent:

- » La création d'un fond de garantie et d'emprunt dédié aux coopératives avec un système d'assurance
- » La constitution de groupements de coopératives forestières en GIE
- » La mise en place d'un système d'agrégation des coopératives autour de l'industriel sur la base d'un cahier des charges défini par les autorités

- *Action 4-3: Développer les capacités techniques des acteurs dans le domaine de la valorisation du thym et du romarin*

Afin de promouvoir la création de valeur ajoutée tout le long de la chaîne de valeur, cette action prévoit la formation des opérateurs industriels et des coopératives sur les différentes techniques de transformation du thym et du romarin: séchage, extraction des huiles essentielles, des antioxydants ou des eaux florales. Les opérateurs économiques seront également formés sur le conditionnement et l'emballage de leurs produits. Une importance particulière sera donnée à la gestion de la qualité au sein des ateliers de fabrication.

Le tableau 10 récapitule l'ensemble des actions et des axes stratégiques proposés.

Tableau 10. Objectifs, axes stratégiques et actions spécifiques du Plan d'action

Objectif stratégique 1: Assurer et pérenniser une production durable de thym et romarin

- A1-1 Evaluer les potentialités des ressources en romarin et en thym (phytomasse).
- A1-2 Mettre en place un plan de gestion garantissant la durabilité des ressources en thym et en romarin.
- A1-3 Développer et adopter les bonnes pratiques de collecte.
- A1-4 Mettre en place des pépinières de production.
- A1-5 Etablir les techniques de culture conventionnelle et biologique des deux espèces et élaborer les fiches techniques de culture.
- A1-6 Mise en place d'un cadre incitatif pour promouvoir le développement de la culture.

Objectif stratégique 2: Améliorer la qualité et valoriser les sous-produits

- A2-1 Améliorer la qualité des produits récoltés.
- A2-2 Industrialiser, moderniser la production et augmenter la valeur ajoutée.
- A2-3 Encourager la labellisation/certification et développer la filière bio.

Objectif stratégique 3: Appuyer la commercialisation des produits verts issus du thym et du romarin au niveau national et international

- A3-1 Appuyer une politique de marketing pour la promotion des produits du romarin et du thym.
- A3-2 Appuyer les professionnels dans la prospection du marché en assurant une présence dans des salons et foires nationaux et internationaux.
- A3-3 Promouvoir le marché national des deux espèces tout en intégrant le genre dans le processus de développement économique et social.

Objectif stratégique 4: Consolider et renforcer l'organisation des deux filières et développer les capacités des acteurs

- A4-1 Organiser la filière et poursuivre l'amélioration du mode de création et d'organisation des coopératives.
- A4-2 Renforcement des capacités des coopératives.
- A4-3 Développer les capacités techniques des acteurs dans le domaine de la valorisation du thym et du romarin.

SECTION 3.

PROCHAINES ÉTAPES DE L'ENEV ET MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ACTION

Outre l'identification des principaux enjeux et des opportunités pour le développement de l'export vert, le succès de l'ENEV passe par l'appropriation et la mise en œuvre de ses recommandations par les parties prenantes.

Les consultations menées en vue de la formulation des plans d'actions des filières du thym et du romarin et du secteur oléicole vert ont permis de susciter l'adhésion d'acteurs clés en vue de la mise en œuvre d'axes spécifiques du plan d'action.

Au cours de la phase de mise en œuvre des recommandations de l'ENEV qui suivra la publication du présent rapport, le point focal de l'ENEV réalisera un suivi de l'avancement des réalisations avec à terme l'objectif de voir les acteurs de chaque secteur prendre en charge la coordination et la mise en œuvre de l'intégralité du plan d'action.

Afin de faciliter le suivi de la mise en œuvre de chacun des plans d'actions, deux réunions de coordination seront également organisées au Maroc avec les acteurs de chaque filière dans les 12 mois suivant l'adoption des dits plans.

Enfin, il est prévu que les résultats et l'expérience acquise dans le cadre de l'ENEV du Maroc soient présentés à Genève dans le cadre d'un événement rassemblant les représentants de l'ensemble des pays s'étant engagés dans la conduite d'un ENEV.

Bibliographie

- Agence Espagnole de l'huile d'olive. Etude de la chaîne de valeur et formation des prix de l'huile d'olive en Espagne, janvier 2010, 57p.
- Agrosynergie. Evaluation des mesures appliquées au secteur oléicole dans le cadre de la politique agricole commune, Rapport final, Novembre 2009, 273p.
- AMABIO Etude de l'existant et des perspectives de la production biologique au Maroc - version finale, juillet 2014.
- Anonyme (2013) La croissance viendra-t-elle de la filière oléicole ? Les éco épargne & investissement - lundi 10 juin 2013, pp.22-23.
- Barjol, J.L. L'économie mondiale de l'huile d'olive. OCL 21(5) D502, 5 p.
- Barros L., Heleno S.A., Carvalho A.M. & Ferreira I.C.F.R. (2010). Lamiaceae often used in Portuguese folk medicine as a source of powerful antioxidants: vitamins and phenolic. Food Sci. Technol. 43, 544–550.
- Bellakhdar J., (1997). Pharmacopée marocaine traditionnelle : Médecine arabe ancienne et savoirs populaires, Paris, Edit. Ibis Press, 764 p.
- Benabid A. (2000). Flore et écosystèmes du Maroc: Evaluation et préservation de la biodiversité, Ibis Press, paris, P. 360.
- Benchekroun F (2011). Etude de la filière PAM dans la région de PDRMO Boulmane. Projet FIDA, 2010-2011, IAV Hassan II.
- Benjilali B. (1986). Sur trois plantes aromatiques et médicinales du Maroc : Armoises thym et origans- chimie de leurs huiles essentielles, chimiotaxonomie et propriétés antimicrobiennes. Doctorat ES-Sciences Agronomiques, IAV Hassan II, Rabat.
- Benjilali B. et Zrira S., (2005). Les plantes aromatiques et médicinales au Maroc ; Atouts du secteur et exigences pour une valorisation durable ; Département des sciences alimentaires et nutritionnelles ; Institut agronomique et vétérinaire Hassan II ; Editions Actes ; 2005.
- Benyahya, N. et Zein, K. Analyse des problèmes de l'industrie de l'huile d'olive et solutions récemment développées. Contribution spéciale de Sustainable Business Associates (Suisse) à l'atelier «Pollution and Development issues in the Mediterranean Basin» du 28 janvier 2003 dans le cadre de la 2ème Conférence Internationale Swiss Environmental Solutions for Emerging Countries (SESEC II) du 28-29 janvier 2003 à Lausanne, Suisse.
- Boudy P., (1948). Economie forestière Nord-africain, Tome I Milieu physique et milieu humain. Paris Ve, Edition Larose, p 125-216.
- Boulouha, B. Quelques acquis de l'amélioration variétale de l'olivier au Maroc. Actes du séminaire International sur l'olivier, Marrakech 2002, pp. 81-93.
- Boulouha, B., Loussert, R. et Saadi, R. 1992. Etude de la variabilité phénotypique de la variété « Picholine marocaine » dans la région du Haouz. Olivae, 43: 30–33.
- CBI Market Intelligence, (2015 a). CBI Product Factsheet: Rosemary oil in Europe.
- CBI Market Intelligence, (2015 b). CBI Product Factsheet: Culinary dried herbs in Europe.
- Chibane, A. Stratégie de développement de la production biologique au Maroc et son impact sur la préservation de l'environnement et le développement durable; Communication Examen National de l'Export Vert du Royaume du Maroc 1er Atelier National 20 - 21 octobre 2015, Hotel Golden Tulip, Rabat.
- Codex Alimentarius, Norme Codex pour les huiles d'olive et les huiles de grignons d'olive, Codex Stan 33-1981 (rév. 2-2003).
- COI, 2015a. Etude internationale sur les coûts de production de l'huile d'olive, 40 p.
- COI, 2015b. Norme commerciale applicable aux huiles d'olive et aux huiles de grignons d'olive. COI/T.15/n° 3/ Rév. 8, février 2015.
- COI, 2016. Newsletter-Marché oléicole, N° 106, 6p.
- Commission Européenne, Direction Générale de l'Agriculture et du Développement Rural. Analyse économique du secteur oléicole, Juillet 2012, 9p.
- COPRET, D. (2006). "Qualité des aliments cours" Ecole Nationale Vétérinaire. Toulouse, France.
- Dahir N° 1-08-56 du 17 jourmada I 1429 (29 mai 2008) portant promulgation de la loi N° 25-06 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité des denrées alimentaires et des produits agricoles et halieutiques (BO N° 5640 du 19 juin 2008).
- Décret n° 2-14-268 du 29 janvier 2015 relatif à la qualité et la sécurité sanitaire des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive commercialisées.

- DEPF/Ministère de l'Economie et des Finances. Valorisation des avantages comparatifs à l'export du secteur agroalimentaire marocain, mai 2013, 29p.
- El Alj, D., & Rouijel, J. (2010). Contribution à l'élaboration d'un cahier de charge pour la demande de reconnaissance d'un Label Agricole pour la confiture de datte Jnane al waha.
- El Amrani A., Zrira S., Berrada M. & Benjilali B., (2000). A study of Moroccan Rosemary Oils. *J. Essent. Oil. Res.*, 12, 487-495 (Jul/Aug 2000).
- EL Amrani, A. (1999). Les Huiles Essentielles des Romarins du Maroc (*Rosmarinus officinalis* et *Rosmarinus eriocalix*): Rendements, Chimie, Chimiotaxonomie, Facteurs influençant le rendement et la composition chimique des huiles essentielles. Casablanca.
- EL Rhaffari L. (2008). Catalogue des plantes potentielles pour la conception de tisanes. Faculté des Sciences et Techniques d'Errachidia, Equipe Environnement et Santé.
- Gaviña Mugica M. & Toner Ochoa J. (1974) Contribution al estudio de los aceites esenciales españolas II. Aceites esenciales de Guadalajara. Ministerio de agricultura. Instituto Nacional de Investigaciones agrarias. Madrid.
- HCP (2014). Population du Maroc par année civile (en milliers et au milieu de l'année) par milieu de résidence : 1960 - 2050.
- INTERPROLIVE.2013. Huile d'olive et olives de table : Profil du consommateur marocain.
- IRES/MAROC. Second rapport stratégique de synthèse, décembre 2013, 56p.
- Iteipmai (1991). Romarin. Fiche technique 01/91. Iteipmai publication, Chemillé (France).
- Kettani N., (2015). Contribution à l'élaboration d'un plan d'action pour le développement du secteur des plantes aromatiques et médicinales spontanées exploitées à risque au Maroc. Projet de Fin d'Etudes présenté pour l'obtention du diplôme d'Ingénieur d'Etat en Agronomie. Filière : Economie et Gestion. IAV Hassan II.
- Lamrani-Alaoui M., Benabid A., Hamimaz R., (2015). Etude relative a l'élaboration du plan d'action pour la conservation, la gestion durable et la valorisation des plantes aromatiques et médicinales spontanées du Maroc. Phase 1: Identification des 20 espèces de plantes aromatiques et médicinales spontanées prioritaires et des espèces exploitées à risque. Projet PAM.
- MAPM. Directive stratégique «Olivier», Ifrane le 09 décembre 2014.
- MAPM. Directives stratégiques de la filière oléicole, 2012, 4p.
- MAPM/DSS. Veille économique-Secteur oléicole. Septembre, 2013, 14p.
- Ministère de l'Economie et des Finances / Direction des Etudes et des Prévisions Financières. Tableau de Bord Sectoriel 2015, mai 2015, 78p.
- Monge R, (2013). La dynamique des plantes à parfum : réseaux et territoires en région Provence-Alpes-Côte d'Azur et en Méditerranée occidentale. Thèse pour l'obtention du titre de Docteur en Géographie d'Aix Marseille Université.
- Mounir F., Lamrani Alaoui M. & Benabid A., (2015). Etude relative a l'élaboration du plan d'action pour la conservation la gestion durable et la valorisation des plantes aromatiques et médicinales spontanées du Maroc. Phase 2 : Établissement d'une cartographie préliminaire et globale des 20 espèces spontanées prioritaires. plan d'action pour la conservation, la gestion durable et la valorisation des plantes aromatiques et médicinales spontanées du Maroc. Projet PAM.
- Muñoz F. (1987). Plantas Medicinalis y aromaticas: Estudio, cultivo y procesado. Ed. MUNDI-PRENSA (Madrid).
- Napoli E. M., Curcuruto G. & Ruberto G. (2010). Screening of the essential oil composition of wild Sicilian thyme. *Biochem. Syst. Ecol.* 38; 816-822.
- Règlement (CE) N°889/2008 de la Commission du 5 septembre 2008 modifié en Mai 2011, portant modalités d'application du règlement (CE) N°834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles (JO N° L du 18/09/2008).
- Règlement (CE) No 178/2002 du Parlement Européen et du Conseil du 28 janvier 2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires.
- Règlement d'exécution (UE) N° 29/2012 de la Commission du 13 janvier 2012 relatif aux normes de commercialisation de l'huile d'olive.
- Règlement d'exécution (UE) N° 508/2012 de la Commission du 20 juin 2012 modifiant le règlement (CE) no 1235/2008 portant modalités d'application du règlement (CE) N°834/2007 du Conseil en ce qui concerne le régime d'importation de produits biologiques en provenance des pays tiers.
- Règlement délégué (UE) 2015/1830 de la Commission du 8 juillet 2015 modifiant le règlement (CEE) N° 2568/91 relatif aux caractéristiques des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive ainsi qu'aux méthodes d'analyse y afférentes.
- Schiffers, B. (2011). Manuel 2 du programme PIP du COLEACP: la traçabilité. Bruxelles, Belgique ;

- Setrabio. (2000). Agriculture Biologique, historique, définition, objectif, valeurs et principes. Documentation fournie sur le site Internet : www.sterabio.com.
- UNCTAD (2016). Examen national de l'export vert du Maroc; Etude de base de la CNUCED. Nations Unies 2016.
- USDA, 2014. Outlook of US Agricultural Trade.
- Zenasni L., (2014). Etude du polymorphisme chimique des huiles essentielles de *Thymus saturoides* Coss et d'*Origanum compactum* benth et du genre *Nepeta* et évaluation de leur propriété antibactérienne. Thèse de Doctorat, Université Mohamed V, Faculté des Sciences, Rabat.
- Zrira S. & Benjilali B., (2000). Technologie et valorisation : plantes séchées, huiles essentielles, concrètes et absolues. Ann. Rech. For. Maroc. Actes de la Journée de réflexion «Plantes Aromatiques et Médicinales : Enjeux et potentialités du secteur. 123-126.
- ZRIRA S., (2007). Promoting Herbal, Medicinal and Aromatic Plants by Rural Women in Morocco: from Production to Markets. Atelier Régional organisé par le bureau régional de la FAO pour le Proche-Orient, 10th to 13 July 2007.
- Zrira S., (2015). Etude relative à l'élaboration du plan d'action pour la conservation, la gestion durable et la valorisation des plantes aromatiques et médicinales spontanées du Maroc. Phase 3: Détermination des modalités de valorisation des 20 espèces retenues et de leurs produits. Projet PAM, Maroc.
- ZRIRA S., 2011. The Value Chain of Aromatic & Medicinal Plants in the Maghreb. SIPAM, Tunisie, 2012.

Notes

- 1 En raison du grand nombre d'espèce de PAM et suite à des consultations conduites par l'expert national en charge du secteur, le travail sur le secteur des PAM s'est concentré sur les filières du thym et du romarin.
- 2 Les ateliers cités incluent: l'Atelier «Quelle approche pour le développement du secteur agroindustriel au Maroc ? Exemple des filières de l'olive et des agrumes» organisé le 14 avril 2016 à Rabat; et 2 sessions consacrées au secteur oléicole vert dans le cadre du second Atelier National de l'ENEV organisées le 03 mai 2016 à Fès et le 05 mai à Rabat.
- 3 Le GBPS pour la semi conserve de l'olive de table a été élaboré et approuvé.
- 4 Un projet de décret dans ce sens a été élaboré par le ministère chargé de l'environnement, et prévoit que c'est le MAPM qui arrêtera les modalités de mise en œuvre et de contrôle de l'épandage.