




**Examen National de l'Export Vert (ENEV) : Cas du secteur oléicole vert au Maroc**



Dr RAHMANI Mohamed  
Fès, le 03 mai 2016  
Rabat, le 05 mai 2016



**PLAN**

- RAPPEL DES TDR
- PRINCIPALES PHASES DE L'ETUDE
- PARTIE I. Délimitation du secteur oléicole vert
- PARTIE II. Diagnostic du secteur oléicole vert
- PARTIE III. Radioscopie du secteur oléicole vert à l'échelle internationale et stratégies du business international
- PARTIE IV. Barrières tarifaires & non tarifaires /Opportunités pour le secteur oléicole vert
- PARTIE V. Matrices SWOT pour le secteur oléicole vert
- PARTIE VI. Orientations stratégiques par sous filière
- PARTIE VI Plan d'action national (2017-2020)




## RAPPEL DES TDR

1) la rédaction du rapport de l'ENEV en cohérence avec les stratégies nationales pertinentes en matière de développement durable et de promotion sectorielle, incluant:

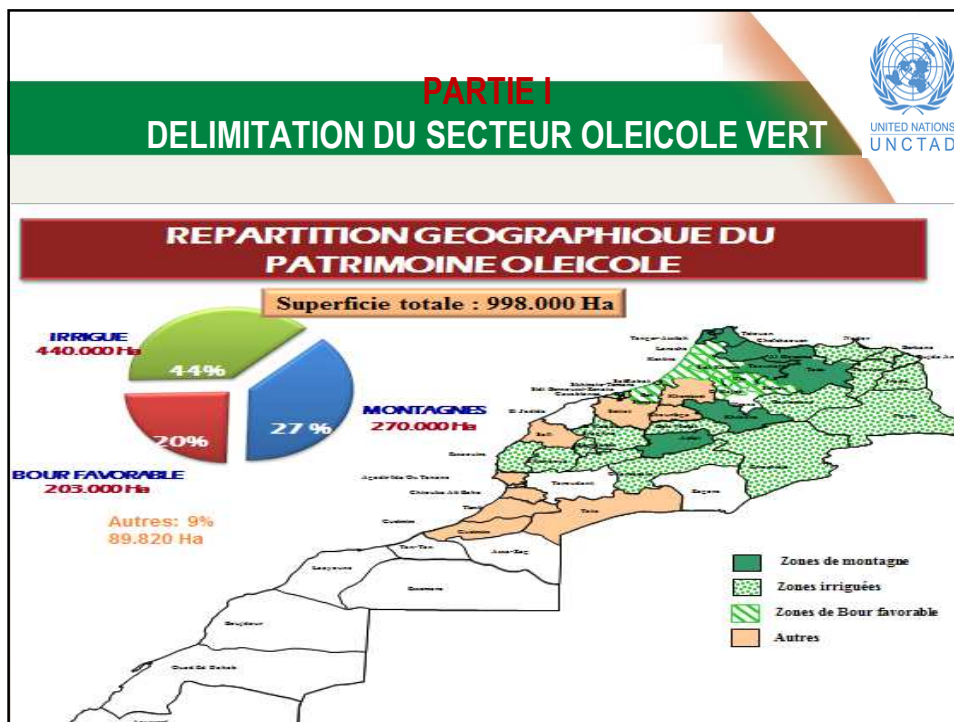
- la justification du choix des produits de l'olive à étudier ;
- les tendances de marché et les données commerciales pour les productions issues du secteur oléicole biologique/soutenable,
- la performance économique du secteur et des chaînes de valeurs identifiées au niveau national ;
- les forces, faiblesses, opportunités et contraintes du secteur dans une perspective de promotion d'une production durable, de développement de l'export vert, d'amélioration du positionnement de la production et d'accroissement de la valeur ajoutée générée par les acteurs locaux et nationaux.

2) la préparation d'un plan d'action national sur la base des conclusions du rapport de l'ENEV et intégrant les observations des parties prenantes, des autorités de tutelle et de la CNUCED ;





## PRINCIPALES PHASES DE L'ETUDE

- 1-Choix sous filères/Produits
- 2-Diagnostic
- 3-Analyse de la chaîne de valeur
- 4-Identification des principaux enjeux
- 5-Radioscopie du secteur oléicole vert à l'échelle internationale
- 6-Synthèse des facteurs influents sur le développement des exportations (SWOT)
- 7-Orientations stratégiques par sous filière
- 8-Plan d'action opérationnel /Activités




**PARTIE II**  
**DIAGNOSTIC DU SECTEUR OLEICOLE VERT**

Indicateur	Evolution (2008/09 à 2014/15)	Objectif 2020 et % réalisation
Superficie : 998.000 ha	+29,1%	1.220.000 ha (81,8%)
Production olive : 1.143.000 T	+34,5%	2.500.000T (45,7%)
Rendement : T/ha : 1,1	0%	2 T/ha (55%)
Production huile olive : 120.000T	+4,1%	330.000T (36,4%)
Production olive table : 100.000T	0%	320.000T (31,3%)

**N.B.** Le rendement moyen est donné à titre indicatif et ne tient pas compte des superficies improductives


Coûts de production: olive/huile d'olive conventionnelle  
(Etude COI-15 pays membres, 2015)



**Coûts de production pour les différents systèmes oléicoles au Maroc  
(en Euros)**

	S1	S2	S3	S4	S5	S6
Fertilisation	18	29	23	25	110	159
Trait. Phyto	0	0	0	5	141	295
Travail du sol	14	58	32	32	68	150
Taille	18	55	14	77	145	51
Cueillette	100	140	105	238	429	264
Irrigation	0	214	0	264	372	682
Coûts directs	150	495	173	641	1265	1601
Coûts indirects	12	7	12	38	88	240
Coût total	162	502	185	680	1353	1841
Coûts d'amort.	91	91	132	227	386	500
Coût total/Ha	253	593	317	907	1739	2341
Production (kg)	900	1800	1250	3500	6550	900
Coût total kg olive	0,28	0,33	0,25	0,26	0,27	0,26
Rendement (%)	17,5	17,0	16,5	17,0	16,5	16,0
Coût de transport	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015
Coût de transformation	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040	0,040
Coût total kg huile	1,92	2,26	1,87	1,85	1,94	1,97

Source : COI (2015 a)





**A l'exception du système super intensif, le Maroc présente les coûts de production d'un kg d'huile les plus bas, parmi les 15 pays étudiés.**

Le coût mondial moyen d'obtention de l'huile d'olive est de 2,63 €/kg:

- Maroc: 1,91 €/kg
- Espagne: 2,75 €/kg
- Grèce: 2,47 €/kg
- Italie: 3,95 €/kg
- Tunisie: 2,03 €/kg
- Turquie: 2,03 €/kg

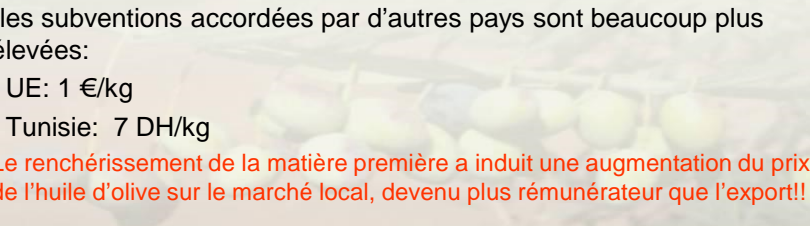
**Et pourtant l'huile d'olive marocaine n'est pas compétitive à l'export, malgré une subvention de 2000 DH/T??**



**Quelques raisons:**

- la faible productivité d'huile d'olive à l'hectare, inférieure à la moyenne mondiale de 816 kg d'huile/ha (soit 4,5 T/ha, rendement: 18%)
- la subvention a renchéri le coût de la matière première. Malgré une augmentation de la production des olives de +34,5% entre 2008/2009 et 2014/2015, le prix de cette matière première a connu une augmentation de prix de plus de 10% durant la même période
- effet spéculatif des intermédiaires
- les subventions accordées par d'autres pays sont beaucoup plus élevées:
  - UE: 1 €/kg
  - Tunisie: 7 DH/kg

**Le renchérissement de la matière première a induit une augmentation du prix de l'huile d'olive sur le marché local, devenu plus rémunérateur que l'export!!**



### Coûts de production: olive de table conventionnelle

-les prix moyens d'achat des olives n'ont pas cessé d'augmenter depuis la campagne 2010/2011 (3,82 DH/kg) à la campagne 2013/2014 (7,31 DH/kg), soit une augmentation de +100%.

-le renchérissement du coût moyen d'achat des olives qui représente 75% dans le 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

Poste	DH/kg	%
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

### TRANSFORMATION:

(données DDFP-2016)

1-Unités modernes de trituration:

chaînes continues (à 2 & 3 phases)

2-Unités semi-modernes de trituration:

(à super presses)

-effectif (1+2):1018 unités

-capacité de trituration (1+2) :

1.223.000 T

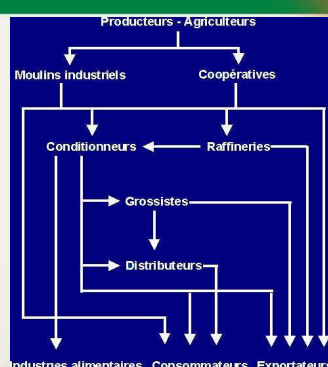
3-Unités traditionnelles de trituration (maasras):

-effectif: 11.000 unités

-capacité de trituration: 270.000 T/an

4-Conserveries d'olive: une soixantaine d'unités, avec une capacité globale de 190.000 T/an

5-Conserveries « informelles » d'olive: effectif non déterminé



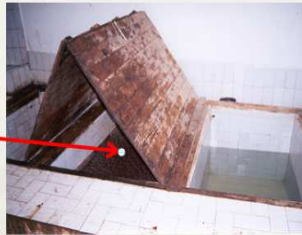
Maasras: faibles rendements d'extraction / faible niveau de qualité



Mousse



Source du défaut vineux



Problèmes de pollution des sous produits/ Voies de valorisation:

-**Margines**: épandage/évaporation naturelle/ méthanisation

-**Effluents liquides des conserveries** : recyclage /station d'épuration

-**Grignons**: séparation des noyaux/extraction de l'huile résiduelle (repassage/solvant)/  
alimentation animale/ compostage



**Commercialisation huile d'olive:**

▪ **Marché local**

- 85 à 90% de la production, soit environ 2 kg/hab./an
- Prédominance du vrac
- Marché local plus rémunérateur que l'export

▪ **Exportations**



- en 2014/ Etats Unis (54%) et UE (38%) des exportations
- faible niveau qualitatif des exports (2015):  
  - huile d'olive raffinée coupée: 45,9%
  - huile d'olive vierge lampante: 26,8%
- diminution des exportations par rapport à leur niveau de 2011



**Commercialisation des olives de table conventionnelles:**

• **Marché local**

- consommation environ 3,0 kg/hab./an
- prépondérance du vrac (seulement 3000T conditionnées)

• **Exportations**

- moyenne 2009/10 à 2014/15: **73.800T**
- stagnation** des exportations durant les dernières années
- Importance du vrac (environ 50%)
- exportations concentrées sur l'Union Européenne (64%) et les Etats-Unis (22%) (2014).**





## II.2 Sous filière biologique:

**Production:**

- Une quinzaine de producteurs recensés: conduite moderne & traditionnelle
- Rendements: 1 à 8T/ha, moyenne nationale: 3T/ha


**-Superficie:**

- Certifiée: 1.070 ha (2014)
- En conversion: 128 ha (2014) + superficies en cours, notamment à Meknès

**-Localisation:** principalement au Nord, Centre, et Sud du pays

**-Production:**

- olives: 3210 T (2014)
- Huile olive: ?
- Olive de table: ?



## Coûts de production: olive/huile d'olive « bio »

Coûts déclarés par le GIE Femmes du Rif: (400 ha)

- coût production olives : environ 3,00 DH/kg
- coût production huile d'olive: 51,79 DH/litre (33.19 DH comme charges fixes + 16,60 DH comme marge de gain payée aux femmes productrices + 2 DH/litre correspondant aux frais de la certification biologique, payée par le GIE)

## Coûts de production: olive de table « bio »

Aux dires des professionnels, le coût de production des olives de table « bio » est plus élevé (d'environ +1,0 à +1,5 DH/kg) que celui des olives de table conventionnelles.



**Commercialisation:**

▪ **Marché local:**

- marché peu développé
- limitations: circuits de distribution, cherté des produits oléicoles « bio » (40 à 50% plus chers)

▪ **Exportations:**

Vers Etats Unis, Allemagne, France

Produits / Campagnes	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Huile d'olive	12	15	20	3	146	41	-	-
Olive de table	2	13	86	251	237	231	303	386

Source: EACCE

N.B.: Certaines huiles « bio » ont été exportées comme huiles conventionnelles, ce qui explique les faibles tonnages exportés, notamment durant la campagne 2010/2011



II-3 Sous filière labellisée SDOQ:

**Production:** (2016)

- 7 huiles d'olive vierges « extra » labellisées, dont 4 IGP, 2 AOP et 1 LA

Le volume total produit n'excède pas une vingtaine de tonnes

Commercialisation sur le marché local (50 à 60 DH/litre)

- Un label agricole (LA) est en cours pour les olives noires à la Grecque, en collaboration FICOPAM-INTERPROLIVE

**Commercialisation:**

- uniquement sur le marché local
- faible offre des produits oléicoles labellisés
- faiblesse des circuits de distribution



## SUBVENTIONS:

Aides accordées par l'Etat à la filière oléicole conventionnelle

Rubriques	Composantes	Taux de la subvention	Plafond de la subvention
Plantation d'olivier	Plantations irriguées en goutte à goutte d'une densité supérieure ou égale à 285 plants/ha	5 000	DH/ha
	Plantations irriguées, y compris en goutte à goutte d'une densité inférieure à 285 plants/ha et supérieure ou égale à 100 plants/ha	3 500	DH/ha
	Plantations conduites en <b>bour</b> d'une densité supérieure ou égale à 100 plants/ha	3 500	DH/ha
	Plantation d'olivier après arrachage et incinération des plantations contaminées par le feu bactérien	12 000	DH/ha
Matériel agricole	Vibreur mécanique pour la récolte des olives	30%	240 000 DH
	Enjambeur pour la récolte des olives	30%	480 000 DH
	Vibreur manuel pour la récolte des olives	40%	6 000 DH
Unités de valorisation	Unité de trituration des olives : construction et équipement de l'unité	10%	1 200 000 DH
	Complexe intégrant une unité de trituration des olives et une unité de mise en bouteille d'huile d'olive: construction et équipement de l'unité	10%	2 100 000 DH
	Unité de conserve des olives : construction et équipement de l'unité	10%	760 000 DH
<b>Exportation d'huile d'olive</b>		<b>2 000 DH/tonne exportée</b>	

Source: MAPM




## PRINCIPAUX CONSTATS PARTIE II:

- Augmentation de la production d'olives induite principalement par une augmentation des superficies, sans augmentation significative des rendements
- la part de la production d'olives destinée à l'élaboration des olives de table est descendue à moins de 10%
- la production d'huile d'olive destinée pour l'essentiel au marché local, en vrac, à des prix plus rémunérateurs qu'à l'export
- les sous produits posent un sérieux problème de pollution, mais des solutions existent pour leur traitement/valorisation
- la subvention (2000 DH/T) accordée à l'export de l'huile n'a pas joué l'effet escompté et a contribué au renchérissement de la matière première
- Nécessité de réviser les subventions (huile d'olive et olive de table), en fonction du produit commercialisé (vrac/conditionné) et de la qualité du produit
- exportations d'huile d'olive (10 à 15% de la production) et des olives de table orientées principalement vers les Etats Unis et l'UE
- stagnation de la production et diminution des exportations des olives de table
- faible offre des produits oléicoles « bio » et SDOQ

## PARTIE III

### Radioscopie secteur oléicole vert international/Stratégies du business



**Huile d'olive conventionnelle:**


- marché mondial: 700.000 à 800.000T
- UE: principal acteur ( % production mondiale), dont Espagne+Italie+Grèce:97%
- Tunisie: 1<sup>er</sup> exportateur mondial en 2014/2015, avec près de 300.000T exportés

**Échanges mondiaux des huiles d'olive conventionnelles**

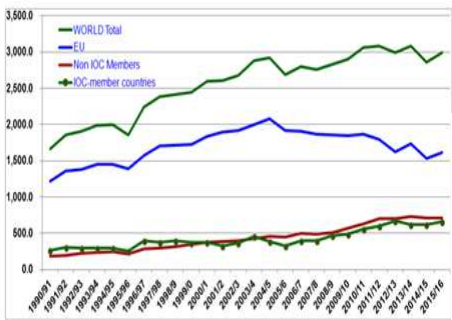
Exportations mondiales (moyenne 2009/2010 à 2014/2015)			Importations mondiales (moyenne 2009/2010 à 2014/2015)		
Pays	Tonnage (1000 T)	%	Pays	Tonnage (1000 T)	%
UE*	512,7	65,8	USA	286,3	37,0
Tunisie	144,3	18,5	UE*	110,2	14,2
Turquie	33,9	4,3	Brésil	65,3	8,4
Syrie	17,7	2,3	Japon	47,2	6,1
Maroc	17,0	2,2	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
<b>Total</b>	<b>778,9</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>774,8</b>	<b>100</b>

(\*) Sans les échanges intracommunautaires  
Source : COI (2016)

A noter que 65,5% des importations mondiales d'huile d'olive sont réalisées

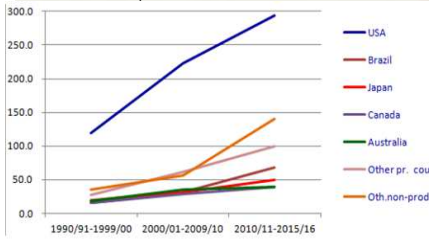


Augmentation de la consommation mondiale: TCAM (+1,4% , 2008/09-2013/14),  
**La tendance de la consommation en UE est à la baisse**  
 Augmentation de la production mondiale: TCAM (+3,4%, même période), d'où surplus??



**Evolution de la consommation mondiale d'huile d'olive (1000 T)**  
Source : COI (2016)

-Nécessité de diversifier les débouchés vers les marchés prometteurs: USA, Brésil, Japon, Canada,



**Consommation (1000 T) dans les pays non membres du COI**  
Source : COI (2016)



**Olives de table conventionnelles:**

- Principaux pays producteurs (2009/10-2014/15):
  - UE (776.800T, soit 31,1% de la production mondiale)
  - Egypte (399.400 T), Turquie (395.000T), Algérie (181.800T), Argentine (114.700T), et le Maroc (103.300T).
- 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 (155.000T), l'Italie (65.200T), et le Portugal (13.200T) (COI, 2016).



-Tendance à la hausse des exportations des olives de table, passant de 206.500 tonnes en 1990/91 à 638.000 tonnes en 2013/2014, soit une progression de plus de 200%.

***Echanges mondiaux des olives de table***

Exportations mondiales (moyenne 2009/2010 à 2014/2015)			Importations mondiales (moyenne 2009/2010 à 2014/2015)		
Pays	Tonnage (1000 T)	%	Pays	Tonnage (1000 T)	%
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
<b>Maroc</b>	<b>73,8</b>	<b>11,1</b>	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
<b>Total</b>	<b>663,8</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>640,1</b>	<b>100</b>

(\* ) Sans les échanges intracommunautaires  
Source : COI (2016)

De ce tableau, il ressort que 65,1% des importations des olives de table sont concentrées au niveau des USA, de l'UE, du Brésil et de la Russie.

Nécessité de diversifier les débouchés vers des marchés prometteurs, hors UE: Etats Unis, Brésil, Russie, Arabie Saoudite

Les prix des olives de table sur le marché international dépendent du type de préparation, de la qualité, et du pays importateur. En moyenne, les prix moyens de vente ont tendance à la baisse, passant de 1580 €/T en 2009 à 1464 €/T en 2013

#### Stratégies du business international:

Sous la pression de la Grande Distribution, et de par la forte concurrence entre les enseignes, **tendance vers la réduction des prix de vente des produits oléicoles**. Par effet de cascade, les tritrateurs et conserveurs répercutent la diminution des prix de vente sur les achats des olives auprès des agriculteurs.

Devant une telle conjoncture, la stratégie adoptée par plusieurs pays vise les objectifs suivants :

- Maitrise des coûts de production pour assurer des prix compétitifs à l'échelle internationale, et ce à travers une amélioration des rendements de l'amont agricole,
- Amélioration de la qualité des produits oléicoles et valorisation des sous produits,
- Valorisation de la production oléicole de bonne qualité (conditionnement) et segmentation du marché : « Bio », SDOQ, SDOQ+ Bio

**PARTIE IV**

**BARRIERES TARIFAIRES & NON TARIFAIRES  
OPPORTUNITES**



**Barrières tarifaires:**

- Règles d'origine (préférences tarifaires)

**Barrières non tarifaires:**


- Evaluation de la conformité (analyses, étiquetage)
- Référentiels assurance qualité (Global gap, HACCP, ISO 22000, IFS, BRC,..)
- Traçabilité

**Opportunités:**

- Malgré l'existence de 60 accords commerciaux contractés avec divers pays, les exportations des produits oléicoles restent concentrés sur l'UE et les Etats Unis.

**PARTIE V**

**MATRICES SWOT POUR LE SECTEUR OLEICOLE VERT**



**Principe de l'analyse SWOT:**

- Une analyse SWOT permet d'abord de faire une présentation synthétique des forces et des faiblesses de la sous filière, puis d'analyser les opportunités et les menaces pour le secteur.
- Elle combine l'étude des forces et des faiblesses de chaque sous filière, avec celle des opportunités et des menaces de son environnement, afin d'aider à la définition d'une stratégie de développement (après finalisation lors d'ateliers participatifs).
- Le but de l'analyse est de prendre en compte dans la stratégie, à la fois les facteurs internes et externes, en maximisant les potentiels des forces et des opportunités et en minimisant les effets des faiblesses et des menaces.



Sous filière conventionnelle:

Production:

		Positif	Négatif
		FORCES	FAIBLESSES
Interne		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Volonté politique de développer la filière (PMV) ;</li> <li>-Ancrage de la tradition oléicole au Maroc ;</li> <li>-Bienfaits sanitaires et thérapeutiques des produits oléicoles ;</li> <li>-Participation des produits oléicoles à hauteur de 5% dans le PIB agricole et à hauteur de 15% dans les exportations agroalimentaires ;</li> <li>-Diversité agro-écologique de la culture de l'olivier (montagnes, zones irriguées et bourjpluvial) ;</li> <li>- Secteur des pépinières très développé (25 millions de plants/an) ;</li> <li>-Superficiés plantées de l'olivier en constante augmentation ;</li> <li>-Entrée en production des nouvelles plantations ;</li> <li>-Programme ambitieux de reconversion de la céréaliculture en oléiculture ;</li> <li>- Incitations à l'investissement (Fonds de Développement Agricole) ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Nombre important de vergers de très petites tailles (&lt; 5 ha), ce qui limite les possibilités d'économies d'échelle</li> <li>-Faible diversification du profil variétal ;</li> <li>-Faible niveau d'intensification des oliveraies ;</li> <li>-Techniques culturales traditionnelles, se traduisant par une faible productivité ;</li> <li>-Rendements insuffisants, fluctuation des récoltes, et faible niveau du conseil agricole.</li> </ul>

Transformation:

		Positif	Négatif
		FORCES	FAIBLESSES
Interne		<p><b>Transformation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mise en conformité progressive des unités de transformation à travers le système des autorisations et agréments sanitaires, imposé par l'Office National de la Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA) ;</li> <li>-Emergence de grands groupes intégrés de l'amont à l'aval, et produisant l'huile d'olive destinée à l'export ;</li> </ul>	<p><b>Approvisionnement :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Fluctuation de l'offre et faible qualité de la matière première ;</li> <li>-Circuit d'approvisionnement dominé par les intermédiaires ;</li> <li>-Faible intégration entre l'amont et l'aval oléicoles ;</li> </ul> <p><b>Transformation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Niveau technologique de l'outil de transformation peu développé (maasras) ;</li> <li>-Culture d'entreprise insuffisante au niveau des coopératives et des Groupements d'Intérêt Economique (GIE) ;</li> <li>-Absence d'auto - contrôle et d'assurance qualité au niveau des petites unités de transformation ;</li> <li>-Qualité plutôt moyenne des huiles produites ;</li> <li>-Faible valorisation des sous- produits (marges, grignons, bois de taille).</li> </ul>



**Commercialisation:**

	<b>Positif</b>	<b>Négatif</b>
<b>Interne</b>	<b>FORCES</b> -Accès en franchise totale de douane des olives de table en UE et de l'huile d'olive aux USA, sans limite contingentaire ; -Bonne réputation de l'olive de conserve marocaine sur le marché extérieur; -Position géographique stratégique du Maroc (proximité de l'Europe, premier marché mondial de consommation de l'huile d'olive).	<b>FAIBLESSES</b> -Circuit local de commercialisation non organisé ; -Insuffisance du marketing et la promotion des produits oléicoles ; -Faible consommation à l'échelle nationale -Consommateur marocain non habitué à l'huile de bonne qualité ; -Absence de stocks de réserve de l'huile d'olive et d'incitations au stockage ; -Réglementation marocaine non harmonisée avec la réglementation internationale (COI, Codex, UE) ; -Concurrence déloyale du secteur informel sur le marché national ; -Prédominance du vrac (Huile d'olive : 85% ; olives de table : 50%) ; -Export concentré sur l'UE et les USA et faible diversification des débouchés ; <b>Environnement Professionnel et Institutionnel :</b> -Faible organisation professionnelle (amont); -Absence d'une Institution spécifique au secteur oléicole ;

**Opportunités/Menaces:**

	<b>Positif</b>	<b>Négatif</b>
<b>Externe</b>	<b>OPPORTUNITES</b> -Dynamique enclenchée par le Plan Maroc Vert (PMV ;2008-2020) en faveur du secteur oléicole ; -Potentiel d'amélioration de la productivité, -Potentiel d'amélioration de la qualité des produits oléicoles; - Potentiel important de valorisation des sous-produits ; -Important potentiel du marché intérieur ; -Ouverture à terme des marchés d'exportation dans le cadre des accords de l'OMC	<b>MENACES</b> -Changement climatique, conjonction avec fragilité rurale (écologique et sociale) ; -Insuffisance en matière d'innovation et de recherche-développement ; -Non compétitivité des produits oléicoles ; -Forte concurrence des pays méditerranéens (Espagne, Grèce, Tunisie, ...) suite à la libéralisation des échanges ; -Emergence de nouveaux pays producteurs, en dehors du pourtour méditerranéen (Arabie Saoudite, Argentine, Australie, Chili, ...) ; -Handicap à l'export par les barrières non tarifaires (certifications Global Gap, HACCP, IFS, BRC, Ecolabels ..., Etiquetage, traçabilité,...) ; -Volatilité des prix des produits oléicoles sur le marché mondial. -Pollution des eaux et des sols par les rejets des unités de trituration ; -Apparition de nouveaux ravageurs et maladies (e.g., <i>Xylella fastidiosa</i> )



Sous filière « bio »

Positif	Négatif
<b>FORCES</b>	<b>FAIBLESSES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diversité bioclimatique qui permet une diversité de la production biologique</li> <li>-La culture de l'olivier s'apprête à la conduite « bio »</li> <li>-Vertus nutritionnelles et thérapeutiques des produits oléicoles</li> <li>-Très bonne image des produits oléicoles « bio » auprès des consommateurs (produits sains)</li> <li>-Plus grande valeur ajoutée générée par les produits oléicoles « bio »</li> <li>-Avantage compétitif vis-à-vis de l'Europe grâce à la main d'œuvre moins onéreuse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Faible offre de produits oléicoles « bio »</li> <li>-Manque de savoir-faire et difficulté de maîtriser les maladies et les plantes adventices par les producteurs</li> <li>-Faible niveau d'encadrement des producteurs et faibles rendements des cultures, surtout en période de conversion</li> <li>-Frais de certification élevés et pas toujours à la portée des petits agriculteurs</li> <li>-Retard de publication de l'arsenal juridique (arrêts) et de l'équivalence avec l'UE</li> <li>-Non disponibilité des intrants et manque d'informations sur les lieux de vente</li> <li>-Recherche peu développée sur le « bio »</li> <li>-Marché local peu développé</li> <li>- Manque d'une politique de commercialisation à l'export</li> <li>-Manque d'emballages appropriés pour le « Bio »</li> <li>- Produits oléicoles exportés majoritairement en</li> </ul>



	Positif	Négatif
<b>Externe</b>	<b>OPPORTUNITES</b>	<b>MENACES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Appui institutionnel à la filière (loi 39-12) et Contrat Programme entre l'AMABIO et le gouvernement marocain</li> <li>-Dynamique du PMV et professionnalisation des sous filières</li> <li>-Prépondérance de l'oléiculture agro-écologique qui est « bio » par défaut et nécessite simplement une valorisation à travers la certification;</li> <li>-Demande croissante sur les produits oléicoles « bio » (marché local + export)</li> <li>-Proximité du marché européen</li> <li>-Salons et foires internationales sur l'agriculture biologique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Concurrence de pays voisins (Espagne, Italie et Tunisie) pour le marché biologique à l'export</li> <li>-Marché des produits chimiques et des pesticides en pleine expansion</li> <li>- Concurrence informelle (utilisation erronée du terme « Bio » et fraude)</li> <li>-Perte de l'image du « Maroc-Bio » à l'étranger</li> <li>-Absence d'une stratégie adaptée à la sous filière</li> </ul>



Sous filière SDOQ

	Positif <b>FORCES</b>	Négatif <b>FAIBLESSES</b>
<b>Interne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Dynamique enclenchée par le PMV pour les produits de terroir</li> <li>-Processus de labellisation (loi 25-06 et textes d'application) mis en œuvre</li> <li>-Stratégie de développement de la commercialisation des produits de terroir établie par l'ADA (5 leviers)</li> <li>-Valeur thérapeutique généralement supérieure (polyphénols, acides gras mono-insaturés, ...) des produits oléicoles labellisés</li> <li>-Garanties de traçabilité, d'innocuité, de l'origine (AOP), de la provenance (IGP) ou de la qualité supérieure (LA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Faible production</li> <li>-Faible organisation professionnelle</li> <li>-Insuffisance en matière d'innovation et de recherche-développement</li> <li>-Faiblesse de la communication sur les produits oléicoles labellisés</li> <li>-Mauvaise lisibilité des labels par les consommateurs</li> <li>-Prix élevés de la certification</li> <li>-Emballages peu attractifs pour les produits oléicoles labellisés</li> <li>-Difficultés de distribution et de commercialisation</li> </ul>
<b>Externe</b>	<p><b>OPPORTUNITES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Potentiel élevé de labellisation des produits oléicoles compte tenu de la diversité agro-écologique des exploitations oléicoles</li> <li>-Convention entre l'UE et le Maroc sur la reconnaissance mutuelle des SDOQ des produits agricoles</li> <li>-Demande croissante du marché international</li> </ul>	<p><b>MENACES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Non-respect des cahiers de charges afférents aux SDOQ par les opérateurs</li> <li>-Absence de contrôles des produits oléicoles labellisés (contrôles internes et externes)</li> <li>-Mauvaise gestion collective du SDOQ</li> <li>-Pléthore de produits oléicoles labellisés, sans typicité reconnue par les consommateurs</li> </ul>

**PARTIE VI**  
**ORIENTATIONS STRATEGIQUES**



1-Sous filière conventionnelle:

**ORGANISATION PROFESSIONNELLE / AGREGATION / CONTRAT PROGRAMME**

- Renforcement de l'organisation professionnelle et inter-professionnelle: associations, coopératives, GIE, INTERPROLIVE
- Agrégation: 3 niveaux sont distingués
  - 170 projets (Pilier I)
  - 340 projets (Pilier II)
- Contrat –Programme Etat-INTERPROLIVE: Budget global 29,5 milliards DH, dont profession 21,1 milliards DH



## PRODUCTION:

- Diversification variétale: à terme, 50% « Picholine marocaine »
- Amélioration de la productivité à l'hectare des nouvelles plantations (440.000 ha):

**-7 T/ha (système pluvial / bour)** / 130 pieds/ha

(variétés: « Haouzia » et « Ménara »)

**-10 T/ha (système irrigué)** / 130-300 pieds/ha

(variétés: « Haouzia » et « Ménara », ou toute autre variété certifiée, différente de la « Picholine marocaine », )

**-12 T/ha (système irrigué localisé)** / densité  $\geq$  300 pieds /ha

(variétés: « Haouzia » et « Ménara », ou toute autre variété certifiée, différente de la « Picholine marocaine », )

- Densification des anciennes plantations (300.000 ha)
- Développement de l'irrigation localisée: (136.000 ha)
- Objectif superficie (2020): 1.220.000 ha
- Objectif production d'olives: 2.500.000 T
- Objectif production huile olive (2020): 330.000T
- Objectif production olive de table (2020): 320.000T



#### TRANSFORMATION:

- Augmentation de la capacité de trituration: +1,5 millions de tonnes
- Augmentation de la capacité de la conserve d'olive: +360.000T
- Mise à niveau des maasras, avec une subvention FDA

#### VALORISATION SOUS PRODUITS:

- Convention tripartite (2015-2020) :Agriculture-Economie &Finances - Environnement
- Valorisation de près de 80% des grignons humides (issus des chaines continues à 2 phases) et des margines produits à l'horizon 2020, soit respectivement 730.000T et 900.000T. Le schéma retenu pour la valorisation des margines est l'épandage sur sols agricoles.
- Mise en place de 93 séchoirs pour les grignons humides (2020)



#### Commercialisation:

##### Huile d'olive:

##### •Marché local:

- Lancement d'une campagne de sensibilisation des consommateurs sur la qualité de l'huile d'olive
- Commercialisation de 60.000T, et prise de parts sur l'huile de table, suite à une réduction du prix de vente de l'huile d'olive (prix cible d'achat des olives: 3,5 DH/kg)

##### •Export

- Améliorer la compétitivité de l'huile d'olive moyennant une réduction des prix de la matière première (augmentation des rendements et de la superficie) et une subvention modulée selon le mode de commercialisation (vrac/conditionné: huile d'olive vierge et « extra »)
- Augmenter, à terme, la part du conditionné (50%, 2020)



Olive de table:

•Export:

- Augmenter les exportations des olives de table, à un rythme soutenu de +13%
- Développer les exportations sur de nouveaux marchés: Brésil, Russie, ..
- Octroi d'une subvention pour les exportations hors UE et Etats Unis



**PARTIE VII**


**PLAN D'ACTION NATIONAL (2017-20120)**



Le plan d'action national s'articule autour de **4 axes stratégiques**, déclinés en **sections** (chantiers) et **objectifs spécifiques**, en phase avec les Directives et Contrats Programmes proposés par le MAPM pour le secteur

- 1 Améliorer le potentiel de production et la durabilité du secteur oléicole vert**
- 2 Améliorer la qualité et valoriser les sous produits**
- 3 Renforcer le marché local**
- 4 Développer l'export des produits oléicoles verts**






**Axe Stratégique 1.**  
**Améliorer le potentiel de production et la durabilité du secteur oléicole vert**

3 sections

- 1-1 Améliorer le potentiel de production de l'oléiculture traditionnelle
- 1-3 Consolider la gouvernance des sous filières et le pilotage économique
- 1-4 Répondre aux demandes sociétale et agro-écologique



**Axe 1: Améliorer le potentiel de production et la durabilité du secteur oléicole vert (1/4)**


**Section 1.1 - Améliorer le potentiel de production de l'oléiculture traditionnelle**

Activités	Indicateurs	Objectif spécifique	Durée (mois)
1.1.1.1 Raisonner l'itinéraire de conduite culturale	Guides d'itinéraire technique élaborés, Nombre de bénéficiaires impliqués, degré d'appropriation, rendements améliorés	1.1.1 Améliorer les rendements à l'hectare	48
Activité 1.1.1.2. Assurer un conseil agricole ciblé et innovant	Sessions de formation et ateliers de conseil Nombre de formations réalisées, nombre d'agriculteurs bénéficiaires, degré d'adoption des conseils		48

Axe 1: Améliorer le potentiel de production et la durabilité du secteur oléicole vert (2/4)			
Section 1.1 - Améliorer le potentiel de production de l'oléiculture traditionnelle (suite)			
Activités	Indicateurs	Objectif spécifique	Durée (mois)
1.1.2.1 Adopter des partenariats privés	Contrats de partenariat établis ; Nombre de partenaires installés	1.1.2 Accélérer le rythme d'intensification et de réhabilitation, de création de nouvelles plantations, et de diversification variétale	48
1.1.2.2. Intensifier et réhabiliter les oliveraies traditionnelles	Oliveraies traditionnelles intensifiées Nombre de vieux arbres taillés (taie de rajeunissement) -Superficiés intensifiées -Nombre de plants plantés dans les oliveraies traditionnelles		48
1.1.2.3. Renforcer les capacités de financement des GIE pour augmenter leur capacité de production.	Projets identifiés ; contrats de financement établis Financements accordés, montants, exécution		48

Axe 1: Améliorer le potentiel de production et la durabilité du secteur oléicole vert (3/4)			
Section 1.2 - Consolider la gouvernance de la filière et le pilotage économique			
Activités	Indicateurs	Objectif spécifique	Durée (mois)
<b>Activité 1.2.1.1.</b> Définir le statut, la composition, le mode de fonctionnement et les missions du Comité Oléicole National	Statut et missions définies	1.2.1 Instituer un Comité Oléicole National pour assurer le suivi du secteur oléicole	48
<b>Activité 1.2.2.1.</b> Renforcer l'organisation professionnelle du secteur oléicole vert	-Nombre d'organisations créées -Degré d'intégration amont-aval des sous filières oléicoles	1.2.2 Renforcer l'organisation professionnelle et le rôle de l'interprofession	48
<b>Activité 1.2.2.2.</b> Assurer l'accompagnement de l'interprofession dans la concrétisation de ses missions et de ses engagements dans le contrat programme	Mesures d'accompagnement bien définies		48
<b>Activité 1.2.2.3.</b> Intégrer l'interprofession dans la prise de décision pour relayer le rôle de l'Etat	Cadre de prise de décisions formalisé		12



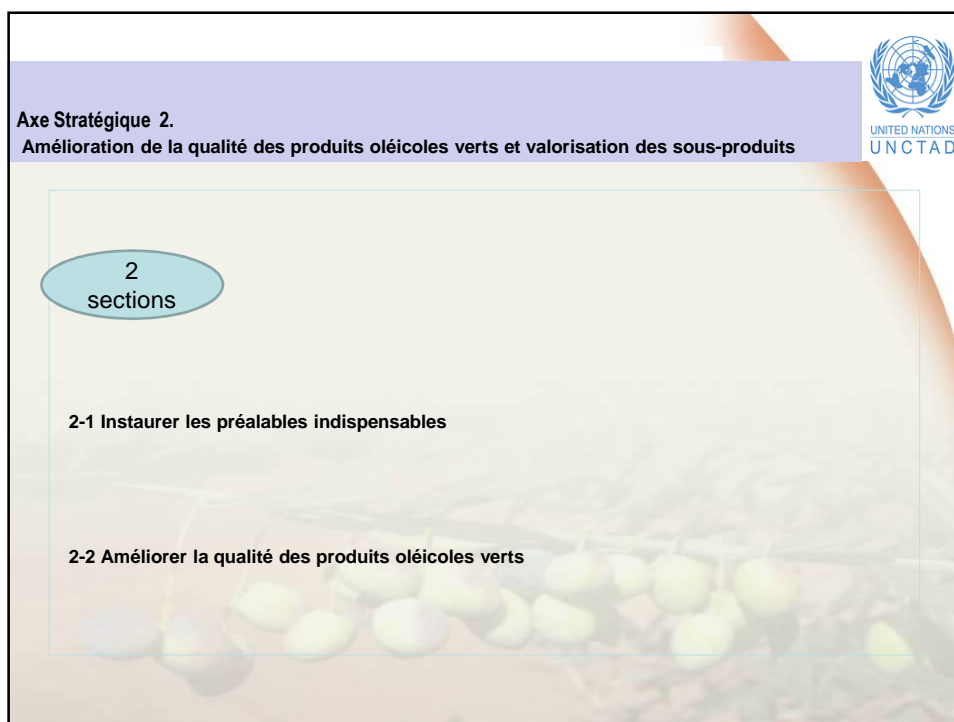


UNITED NATIONS  
UNCTAD

## Axe 1: Améliorer le potentiel de production et la durabilité du secteur oléicole vert (4/4)


Section 1.3. - Répondre aux demandes sociétales et agro-écologiques

Activités	Indicateurs	Objectif spécifique	Durée (mois)
<b>Activité 1.3.1.1.</b> Finaliser l'arsenal juridique du « bio »	Arrêtés prévus par la loi 39-12 publiés et mis en oeuvre	<b>1.3.1. Développer l'oléiculture « biologique »</b>	12
<b>Activité 1.3.1.2.</b> Mettre en œuvre les subventions prévues dans le cadre du contrat programme Etat-Amabio	-Publication de l'arrêté fixant les taux de subvention		48
<b>Activité 1.3.1.3.</b> Création d'un catalogue des services, des intrants et des équipements de la filière oléicole « biologique »	Catalogue en place		12
<b>Activité 1.3.1.4.</b> Établir une prospective sur le développement et le positionnement des produits oléicoles « bio ».	Etude réalisée, avec la participation de tous les acteurs de la sous filière		12
<b>Activité 1.3.1.5.</b> Renforcer les programmes de recherche et de développement sur l'oléiculture biologique.	Programme établi		12



Axe 2: Amélioration de la qualité des produits oléicoles verts et valorisation des sous-produits (1/2)			
Section 2.1 – Instaurer les prérequis indispensables			
Activités	Indicateurs	Objectif spécifique	Durée (mois)
<b>Activité 2.1.1.1</b> Adopter progressivement la certification Global Gap et la traçabilité à l'amont agricole	Nombre d'exploitations certifiées Registres de culture mis en place	2.1.1 Adopter les mesures garantissant la qualité de la production en amont	48
<b>Activité 2.1.2.2</b> Accompagner la mise à niveau des unités en matière d'infrastructures et d'équipements, avec une subvention pour la mise à niveau des maasras et des petites conserveries « informelles ».	-Nombre d'unités mises à niveau	2.1.2. Assurer la conformité réglementaire des huileries et des conserveries d'olive	48
<b>Activité 2.1.2.3</b> Elaborer un Guide de Bonnes Pratiques Sanitaires (GBPS) pour les huiles d'olive	Guide BPS élaboré, validé et approuvé Degré d'adoption par les huileries		12
<b>Activité 2.1.2.4</b> Accompagner les unités de production d'huile d'olive et d'olives de table pour l'obtention de l'autorisation/ agrément sanitaire de l'ONSSA	Nombre d'unités autorisées/agrées par l'ONSSA		48

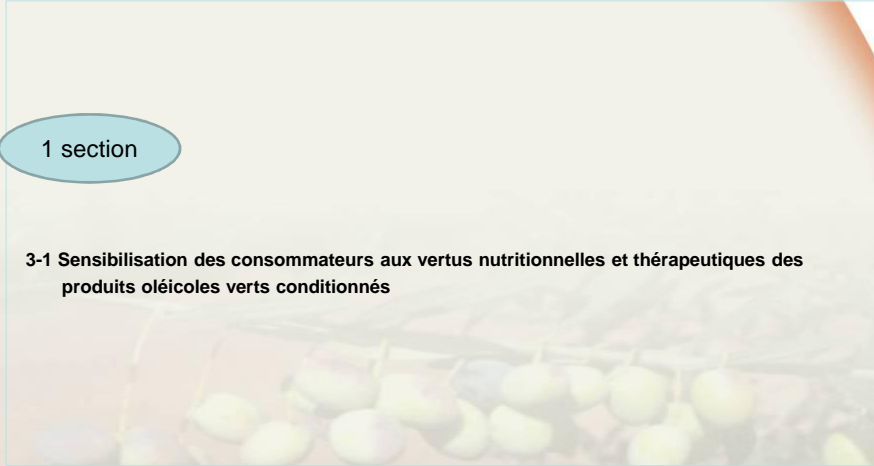

Axe 2: Amélioration de la qualité des produits oléicoles verts et valorisation des sous-produits (2/2)			
Section 2.2 - Améliorer la qualité des produits oléicoles verts et la valorisation des sous produits			
Activités	Indicateurs	Objectif spécifique	Durée (mois)
<b>Activité 2.2.1.1</b> Harmoniser la réglementation marocaine des huiles d'olive et des olives de table avec les réglementations et normes internationales (Codex, COI, UE)	-Publication des décrets et arrêtés relatifs à la réglementation des produits oléicoles		12
<b>Activité 2.2.1.2</b> Développer des laboratoires reconnus et agréés par le COI en matière d'évaluation sensorielle (dégustation) des huiles d'olive,	Nombre de laboratoires accrédités par le COI	2.2.1 Améliorer la qualité des produits oléicoles verts et la valorisation des sous produits	48
<b>Activité 2.2.1.3</b> Elaborer une réglementation autorisant l'épandage raisonné des margines sur les sols agricoles	Texte réglementaire publié au BO et mis en oeuvre		48
<b>Activité 2.2.1.4</b> Créer des unités pilotes de traitement et de valorisation collectifs des sous produits	Unités créées ; capacités installées		48



**Axe Stratégique 3.  
Développer le marché local**

1 section

**3-1 Sensibilisation des consommateurs aux vertus nutritionnelles et thérapeutiques des produits oléicoles verts conditionnés**

**Axe 3: Développer le marché local (1/1)**

**Section 3.1 – Sensibilisation des consommateurs aux vertus nutritionnelles et thérapeutiques des produits oléicoles verts conditionnés**

Activités	Indicateurs	Objectif spécifique	Durée (mois)
<b>Activité 3.1.1.1.</b> Sensibiliser les consommateurs sur atouts nutritionnels et les propriétés thérapeutiques des produits oléicoles verts conditionnés,	Type de supports (Spots TV, brochures, affiches publicitaires, etc) ; nombre ; population ciblée et taille ; nombre de partenaires associés	3.1.1 Faire connaître les vertus thérapeutiques et nutritionnelles des huiles d'olive et des olives de table <b>conditionnées</b> , en associant des nutritionnistes et des médecins	24
<b>Activité 3.1.1.2.</b> Créer un guide des huiles d'olive et des olives de table, destiné au grand public	Guide créé et distribué		12

**Axe Stratégique 4.**  
**Développer l'export des produits oléicoles verts**




2 sections

4-1 Soutenir les exportations des produits oléicoles verts

4-2 Diversifier les débouchés




**Axe 4: Développer l'export des produits oléicoles verts (1/2)**



**Section 4.1 – Soutenir les exportations des produits oléicoles verts**

Activités	Indicateurs	Objectif spécifique	Durée (mois)
<b>Activité 4.1.1.1</b> Améliorer la compétitivité des produits oléicoles exportés	Subventions accordées aux produits oléicoles exportés, déclinées en fonction de la qualité et du mode de commercialisation (vrac, conditionné)	Renforcer les mesures de soutien aux produits oléicoles exportés	48
<b>Activité 4.1.1.2.</b> Développer progressivement la part des produits oléicoles conditionnés à l'export,	-Part des produits exportés conditionnés dans le total des exportations		24
<b>Activité 4.1.1.3.</b> Coordonner la communication sur le Label « Maroc » pour les produits oléicoles conditionnés	-Code de communication défini		48
<b>Activité 4.1.1.4.</b> Renforcer la participation des opérateurs aux salons internationaux.	-Parts acquises dans les nouveaux marchés -Nombre de contrats conclus		48

 <b>Axe 4: Développer l'export des produits oléicoles verts (2/2)</b>			
<b>Section 4.2 – Diversification des débouchés, à l'export</b>			
Activités	Indicateurs	Objectif spécifique	Durée (mois)
<b>Activité 4.2.1.1.</b> Ciblage des marchés prometteurs pour les huiles d'olive conventionnelles (USA, Brésil, Japon) et « bio » (USA, Allemagne),	-Nombre de marchés ciblés -Nombre de contrats conclus dans les marchés ciblés	4.2.1 Ciblage de marchés prometteurs pour les produits oléicoles verts	12
<b>Activité 4.2.1.2.</b> Ciblage des marchés prometteurs pour les olives de table conventionnelles (USA, Brésil, Russie) et « bio » (USA, Allemagne)			12

