

Identification des opportunités
offertes dans les secteurs agricole et
agroalimentaire

Maroc



Cette étude a été menée par Business France pour le compte du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.
Elle a été réalisée par Pauline FURGE, chargée d'études internationales au Département AGROTECH, au terme d'une mission de 3 semaines du 25 septembre au 13 octobre 2017.

Ont contribué à cette étude :

Stéphanie LEO, Responsable du Pôle Etudes, Agrotech à Business France
Rachel CHAUCHE, Chef de projet information réglementaire, Business France

A la Chambre française de Commerce et d'Industrie du Maroc – Pôle Business France
Nadia DAHBI, Chargée d'Information
Khadija EL IDRISSE, Responsable des Missions de Prospection BtoB au Maroc
Charafa CHEBANI, Directrice du Pôle CFCIM-Business France

Pour tout renseignement, s'adresser à :

Stéphanie LEO
Tél. : +33 (0)4 96 17 25 48
E-mail : stephanie.leo@businessfrance.fr

MAROC / SAHARA OCCIDENTAL



Cette étude a été réalisée à l'issue **d'une mission terrain de 3 semaines**, au cours de laquelle **35 entretiens** ont été menés auprès d'opérateurs marocains et internationaux :

- 12 entretiens à Casablanca
 - 10 entretiens à Rabat
 - 2 entretiens à El Jadida
 - 2 entretiens à Kénitra
 - 5 entretiens à Meknès
 - 4 entretiens à Agadir
-
- Fédérations professionnelles, Institutions publiques et Ministère de l'Agriculture.
 - Filière animale : éleveurs, distributeur d'alimentation animale, laboratoire de santé animale, génétique (y compris filière équine et halieutique), abattoirs.
 - Filière végétale : semenciers, producteurs d'agrumes et de fruits et légumes.
 - Enseignes de grande distribution.
 - Distributeurs de machinisme agricole (filieres végétales et animale).
 - Agro-industriels.

Bibliographie (non exhaustive) et bases de données :

- Documents Business France produits par la CFCIM : Guide des affaires Maroc ; Fiches Marchés Agriculture, Agroalimentaire, Machinisme agricole.
- *Conjoncture*, magazine de la CFCIM
- Euromonitor ; statistiques à partir des données GTA-IHS, Eurostat, et Agrostat (base de données interne Business France).
- Presses marocaine et étrangère (notamment française et espagnole).
- Portail d'information du Crédit Agricole Maroc (Fellah Trade)
- Rapports annuels d'agro-industriels et d'enseignes de grande distribution (Lesieur Cristal, Centrale Danone, Label'Ve, Marjane...).
- Documents d'information des Ministères français de l'Agriculture et de l'Alimentation et des Affaires Européennes et Internationales.
- Documents d'information du Ministère marocain de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux & Forêts et d'institutions publiques : Situation de l'Agriculture marocaine (septembre 2017); Guide de l'investisseur dans le secteur agricole (Agence pour le Développement Agricole); Détails des contrats-programmes par filière (Fonds de Développement Agricole).

Introduction: Synthèse des opportunités

Page 5

1. Contexte

Page 9

- ❖ *Présentation géographie et environnement*
- ❖ *Refonte économique et politique*
- ❖ *Un hub commercial vers l'Afrique?*

2. Accès au marché

Page 21

- ❖ *L'environnement du marché*
- ❖ *Droits de douanes et actions étatiques*
- ❖ *La France vue du Maroc*

3. Situation agricole et agroalimentaire

Page 31

- ❖ *Dynamiques générales*
- ❖ *Les échanges agroalimentaires du Maroc*
- ❖ *Les plans de développement gouvernementaux*

4. Les opportunités par filières

Page 40

❖ *Filières animales et équipements liés (y compris génétique)*

Page 41

- ✓ *Dynamiques de productions animales*
- ✓ *Focus aviculture*
- ✓ *Focus bovin laitier et viande*
- ✓ *Focus halieutique*
- ✓ *Autres filières*

❖ *Filières végétales et équipements liés*

Page 58

- ✓ *Dynamiques de productions végétales*
- ✓ *Focus outils de production : intrants, semences, machines agricoles*
- ✓ *Focus céréales*
- ✓ *Focus filière oléagineuse*

❖ *Vers le développement d'une agro-industrie moderne : une priorité*

Page 74

- ✓ *Panorama de l'industrie agro-alimentaire marocaine*
- ✓ *Equipements et ingrédients agroalimentaires*
- ✓ *Focus Industrie de l'alimentation animale*
- ✓ *Focus Industrie des produits de la mer*
- ✓ *Focus Industrie sucrière*
- ✓ *Focus Industrie Boulangerie-Pâtisserie-Viennoiserie*

❖ *Produits de grande consommation*

Page 88

- ✓ *Dynamiques des circuits de distribution : moderne vs. informel*
- ✓ *Evolutions des habitudes de consommation*
- ✓ *Produits transformés et gourmets*
- ✓ *Focus Boissons alcoolisées*

Conclusion

Page 101

Introduction

❖ Synthèse des opportunités

Nous allons parler du Maroc, pays que nous avons tous l'impression de bien connaître sous ses nombreux aspects, mais dont on ne soupçonne peut-être pas aujourd'hui la montée en puissance. Cette montée en puissance se manifeste aussi bien d'un point de vue industriel, comme plateforme de production et d'export, que comme pont entre la France et le continent africain (...).

Ouverture du Colloque « le Maroc, marché porteur et hub eurafricain » dans le cadre du groupe interparlementaire d'amitié n°143 – 13 mars 2017



De façon générale, le Plan Maroc Vert a créé des besoins en outils de production de qualité : machines, équipements d'irrigation, génétique, intrants....

Par ailleurs, une expertise et un accompagnement sont également demandés pour la structuration et la professionnalisation des filières, et la formation de la main d'œuvre : une offre de formation en complément de l'importation de matériels ou techniques apportera aux entreprises françaises une vraie valeur ajoutée par rapport à leurs concurrents.

Avoir en tête que les investissements réalisés, dans l'achat d'intrants et outils de production, fluctuent fortement en fonction des campagnes agricoles et donc des conditions climatiques : un retard annoncé des pluies (comme c'est le cas pour cette année) aura pour conséquence une baisse des revenus agricoles, et donc une réduction des investissements privés dans les intrants, la génétique, les équipements modernisés, etc.

	<u>>> Filières animales, intrants et équipements :</u>
👍👍👍	<ul style="list-style-type: none"> • Génétique : importations de génétique déjà bien en place et offre française connue et appréciée. Besoins plus importants sur l'expertise et le savoir-faire: accompagnement et suivi sur l'insémination artificielle et sur l'engraissement.
👍👍👍	<ul style="list-style-type: none"> • Équipements et bâtiments d'élevage, notamment filière bovine : unités d'élevage clés en main et salles de traite (y compris de petites tailles), machines à traire, citernes de lait, équipements frigorifiques. Bacs à lait et bidons en aluminium pour lutter contre l'utilisation de plastique. • Chaînes d'abattage pour la modernisation des abattoirs, et la mise à niveau des abattoirs traditionnels (<i>tueries</i>) : filières avicole et bovine, mais très forte concurrence du secteur informel encore très présent.
👍👍	<ul style="list-style-type: none"> • Formation dans les métiers de la viande via le Zoopôle d'Ain Jamaâ : formation d'une main d'œuvre qualifiée et performante. Par exemple : traite des vaches, découpe à l'europpéenne; formation sur les métiers avicoles. En coopération avec les interprofessions (FIVIAR, FISA).
👍👍	<ul style="list-style-type: none"> • Accompagnement et expertise sur la maîtrise sanitaire, le suivi, la traçabilité de la production. Santé animale : Marché concurrentiel avec forte présence internationale et locale.
👍👍	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentation animale : Cheptel en croissance et intensification de la production laitière qui a pour conséquence le développement de la demande en aliments de base et composés : besoins croissants pour les céréales, tourteaux, additifs, prémixes et aliments composés. • Marché concurrentiel, y compris local : marché de prix. • Accompagner également le développement de l'industrie locale de la provenderie, en plein essor.
👍👍	<ul style="list-style-type: none"> • Filière pêche : modernisation de la flotte et besoins en équipements réfrigérés et congélation ; équipements de purification ; offre filière groupée attendue y compris valorisation et transformation. (parc industriel à Agadir). Importations d'intrants (alevins, naissains et aliments).
👍	<ul style="list-style-type: none"> • Filière aquacole : besoins exprimés en investissements de la part de l'ANDA, mais à considérer avec précaution. Opportunités sur les algues et les moules. Projet de construction d'une éclosérie de crevettes à Oualidia.
👍	<ul style="list-style-type: none"> • Filière équine : Marché confidentiel mais en pleine réorganisation. Partenariat entre la SOREC et la France déjà entamé. Besoins en alimentation animale et gestion des déchets organiques.

	>> Filières végétales, intrants et équipements :
	<ul style="list-style-type: none"> • Expertise et formation attendue sur l'utilisation des machines agricoles sur la gestion de l'eau, les nouvelles technologies, et l'utilisation optimale des intrants. Des formations existent, notamment mises en place par des Allemands. Proposer une formation diplômante permettrait de se différencier de l'offre existante.
	<ul style="list-style-type: none"> • Machinisme agricole : matériels standards en priorité car marché de prix, et très concurrentiel. Offre française perçue comme trop chère, par rapport à ses concurrents. Assurer un suivi technique performant est primordial. • Demandes en particulier dans les secteurs des grandes cultures et l'oléiculture, mais des opportunités existent aussi pour les équipements dans l'arboriculture, le maraîchage et la filière sucre à moindre échelle.
	<ul style="list-style-type: none"> • Intrants : forte demande pour accompagner les politiques de développement de la qualité de la production, notamment semences céréalières, oléagineuses, maraîchères. Accompagner le renforcement de la recherche (variétés, utilisation des sols...).
	<ul style="list-style-type: none"> • Matériel de précision et nouvelles technologies, y compris matériel d'irrigation : un marché existe, mais un marché de niche réservé à quelques gros exploitants et agrégateurs agricoles. • De façon générale, les investisseurs sont réticents à acheter du matériel trop élaboré, faute d'une main d'œuvre formée à son usage.
	<ul style="list-style-type: none"> • Vitiviniculture : Une demande croissante pour des équipements performants et de pointe, pour accompagner le développement de la filière, notamment dans ses stratégies d'export.

>> Agro-industrie et équipements liés	
	<ul style="list-style-type: none"> • Modernisation et mise à niveau des unités de transformation et de valorisation : lait, viande, conserves, olive, sucre, céréales, huiles, viandes. • Contrat-programme sur l'agro-industrie : Volonté des opérateurs publics et privés de gagner en compétitivité sur le marché intérieur et à l'export.
	<ul style="list-style-type: none"> • Industries des produits de la mer : mise à niveau de l'ensemble des lignes de production. • Demande exprimée en termes d'innovations packaging
	<ul style="list-style-type: none"> • Ingrédients alimentaires : notamment à destination des secteurs biscuiterie-confiserie-chocolaterie. Demande croissante des industriels pour disposer de matières premières et d'ingrédients de qualité, en parallèle d'une montée en puissance, et en gamme des industries agro-alimentaires.
	<ul style="list-style-type: none"> • Chaîne du froid & équipements de conservation – Prise de conscience lente de la part des petits producteurs mais une demande de plus en plus insistante, notamment dans le cadre du transport et de la commercialisation des fruits et légumes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Process Fruits et légumes : transformation et valorisation (hors conserves et jus d'agrumes) faibles, mais volonté politique d'augmenter et d'améliorer la valorisation de la filière.
	<ul style="list-style-type: none"> • Savoir-faire et expertise, notamment à destination des PME : Certification, étiquetage, sécurité sanitaire.
	<ul style="list-style-type: none"> • Mise à niveau et modernisation des lignes de production dans l'industrie BVP : besoins réels de mise à niveau, et forte demande, mais un contexte difficile (concurrence de l'informel et du traditionnel, lente libéralisation du secteur, surcapacité).
>> Produits de consommation, transformés et gourmets	
	<ul style="list-style-type: none"> • Vins et spiritueux : taxes à la consommation très élevées, mais une consommation importante, qui se concentre de plus en plus sur les spiritueux importés. Production de vin à la hausse. Offres en boissons alcoolisées, notamment spiritueux, champagnes, plus diversifiées. • Besoins en formation d'œnologie pour les sommeliers, notamment à destination de l'HORECA. • Offre française sur les vins bien positionnée.
	<ul style="list-style-type: none"> • Produits plus « sains » et bios : marchés de niche mais une tendance de plus en plus présente. Prise de conscience du mieux manger, relayée par les réseaux sociaux et les médias.
	<ul style="list-style-type: none"> • Aliments emballés, plats préparés, surgelés : malgré la préférence pour les achats de produits frais, consommation en hausse, du fait des évolutions des tendances de consommation et des rythmes de vie. • Marché restreint sur les produits importés, encore trop chers pour une majorité de consommateurs marocains. • Demande en croissance sur les produits de la BVP, les snacks salés et sucrés, et les aliments pour bébés.
	<ul style="list-style-type: none"> • Produits gourmets : marché de niche, à destination d'une clientèle premium – Carrefour Gourmet, nouveau format de supermarchés lancé par Label'Vie en 2017.

1. Contexte

- ❖ *Carte d'identité du pays*
- ❖ *Géographie et Infrastructures*
- ❖ *Refonte économique et politique*
- ❖ *Un hub commercial vers l'Afrique?*

❖ Données démographiques



35,3 millions d'habitants (2016)
77,7 habitants / km²
Croissance démographique : +1,5 %
Espérance de vie : 76 ans
55% de la population a moins de 30 ans



Taux d'alphabétisation : 67,1 %



Population urbaine : 60,3 % en 2016



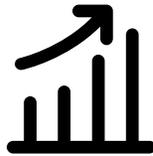
Islam sunnite (99%), christianisme, judaïsme

❖ Données géographiques



Superficie : 446 550 km²
Capitale : Rabat
Langues officielles : arabe et tamazight ; français (commerce, politique, diplomatie)

❖ Données économiques



PIB : 101,4 Mds USD (2016)
PIB/hab : 2 832 USD (est. 2017)
Croissance : 4,8% prévu en 2017 (3,9 % en 2018)
Endettement stable : +64 % PIB
Taux d'inflation : 1,2 % (est. 2017)



Pauvreté : 15% de la population sous le seuil de pauvreté. Le Maroc est marqué par de fortes disparités de richesses selon les régions, qui engendrent des risques de mouvements sociaux, notamment face à la politique d'austérité du gouvernement.



Taux de chômage : >10% notamment les jeunes diplômés et les 15-24 ans : 38% de chômage.



Secteur agricole : 15% PIB et 40% population active. Les principales récoltes concernent : le blé, l'orge, les agrumes et les légumes, l'olive et le vin.



Industrie : 30% PIB et 1/5^{ème} de la population active. Surtout textiles, cuir, IAA, raffinage du pétrole et câblage électrique.



Secteur tertiaire porté par le tourisme : 55% PIB et 40% population active

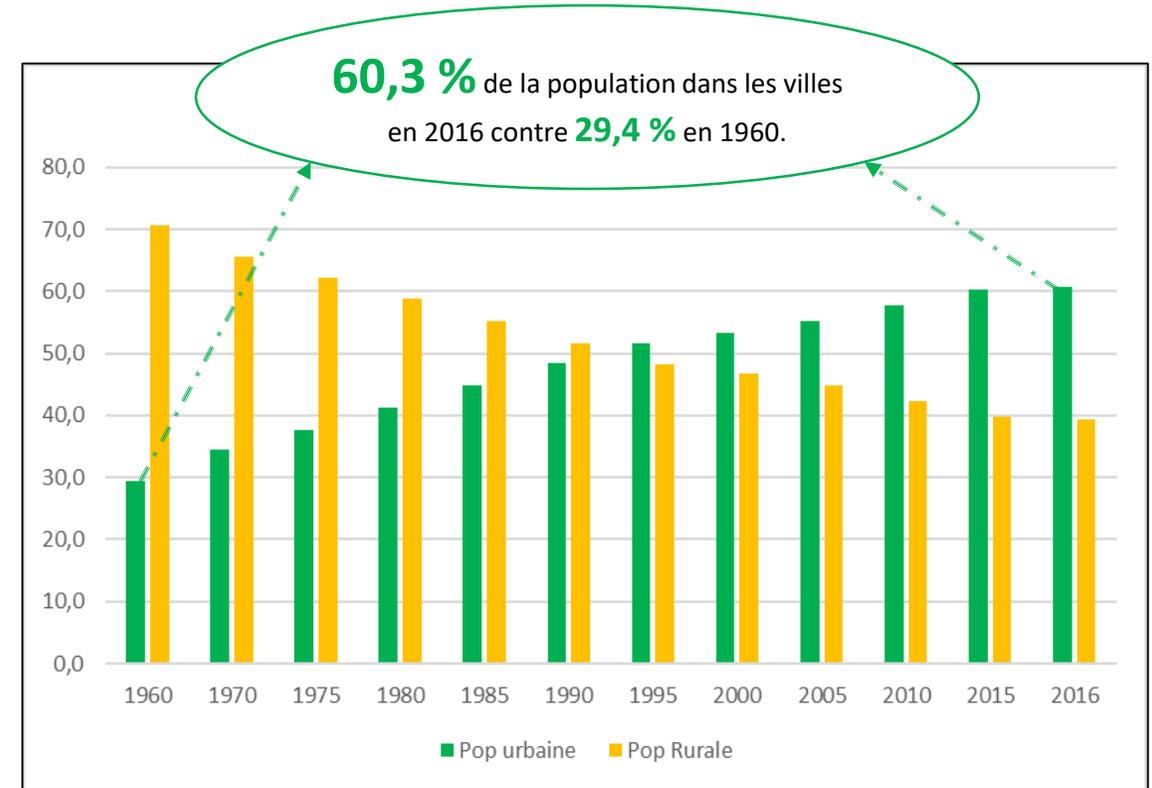
1€ = 11,2 MAD (dirham marocain)
1 MAD = 0,89 €
(Au 27 novembre 2017)

Le projet de loi de finance 2018 a pour objectif l'accélération de la transformation structurelle de l'économie, en mettant l'accent sur l'industrialisation et l'export, l'amélioration de la compétitivité et la promotion de l'investissement privé, la formation de la main d'oeuvre, la réduction des disparités sociales et territoriales et le renforcement des mécanismes de gouvernance institutionnelle.

Un pays de tradition, résolument entré dans la modernité :

Le Maroc offre indéniablement des atouts de compétitivité en termes d'investissements, qui en font une place privilégiée pour de nouveaux relais de croissance.

- Ainsi de **nombreuses réformes, économiques, politiques et sociales** vont dans ce sens: de la libéralisation de l'économie à l'augmentation des investissements étrangers, le Maroc affirme son ambition de devenir le pays du continent africain le plus moderne.
- Les secteurs automobiles et aéronautiques concentrent les principaux investissements manufacturiers des dernières décennies, afin de permettre au pays de **diversifier son économie**, et de réduire sa dépendance au secteur agricole.
- **L'agriculture, et plus récemment l'agro-industrie** ne sont pas en reste, puisque de nombreux projets sont en cours pour réformer, valoriser et améliorer la production de ces secteurs, dont dépendent près de 40% des emplois de la population marocaine.
- Le tourisme est également un secteur dynamique avec des chiffres en croissance : **près de 8 millions de touristes** ont visité le Maroc entre janvier et août 2017, soit +10,4% par rapport à la même période un an plus tôt, selon l'Observatoire du tourisme
- Une **urbanisation galopante**, à proximité des grands axes de communication, qui se fait au détriment des zones rurales et éloignées de la côte, où l'exode rural, des jeunes générations en particulier, est particulièrement important.
- **Si le taux d'alphabétisation est en progression**, notamment dans les zones rurales, le niveau d'éducation générale de la population active reste particulièrement bas, puisque seuls 52% des travailleurs marocains étaient diplômés en 2015.



Population urbaine et rurale au Maroc – 1960 à 2016

Source : Banque Mondiale



- > Position géographique favorable, entre l'Europe et l'Afrique : faire du Maroc un hub vers l'Afrique
- > Stratégie de montée en gamme et de diversification de la production : valorisation industrielle de la production et meilleure commercialisation des produits Made in Morocco
- > Politique de stabilité macroéconomique.
- > Stabilité politique et engagement de réformes, notamment sociales et économiques.



- > Economie très dépendante des performances du secteur agricole et de la pluviométrie : chute de la croissance en 2016 due à une forte sécheresse. Soutien du gouvernement à hauteur de 417 millions EUR pour compenser la mauvaise récolte.
- > Nombreuses disparités sociales et régionales. Bien qu'en diminution, le taux de pauvreté reste important.
 - > Faiblesse de la productivité et de la compétitivité
 - > Taux de chômage important, notamment des jeunes diplômés.
 - > Faiblesse de la formation

Le Maroc est situé **aux confins du monde arabe**, aux portes de l'Europe au Nord et à l'entrée du continent Africain. Le territoire s'étend sur une superficie de 446 550 km² (ou 710 850 km² avec le Sahara occidental).

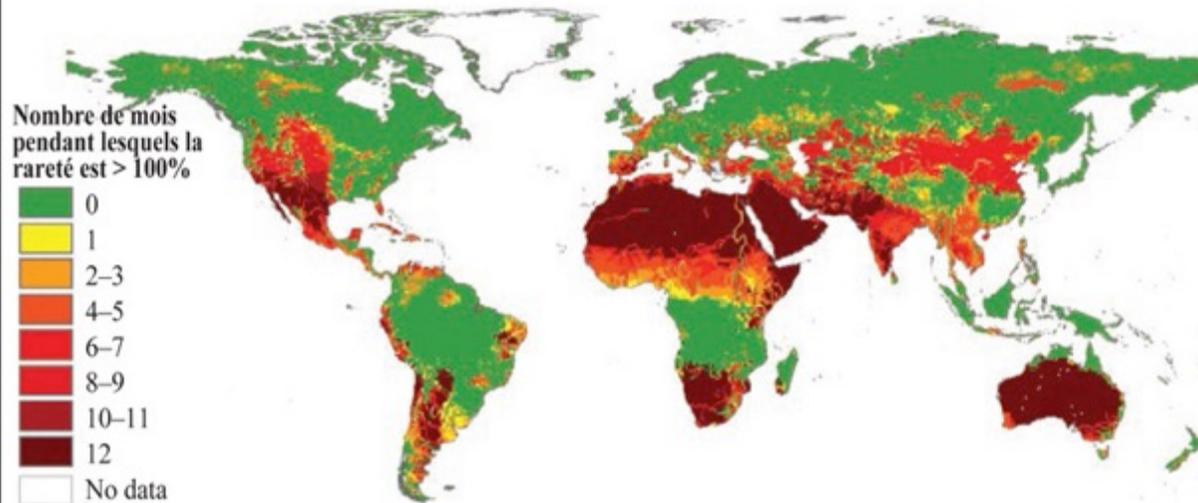
Tout comme l'Espagne et la France, le Royaume chérifien dispose **d'une double façade maritime** sur l'Océan Atlantique à l'Ouest et la Mer Méditerranée au Nord. Le territoire comptabilise ainsi 3 500 km de côtes, véritable richesse halieutique.

Le pays est délimité au Nord par le Détroit de Gibraltar, au Sud par la Mauritanie et à l'Est par l'Algérie.

Le Maroc est divisé en 3 grandes régions naturelles :

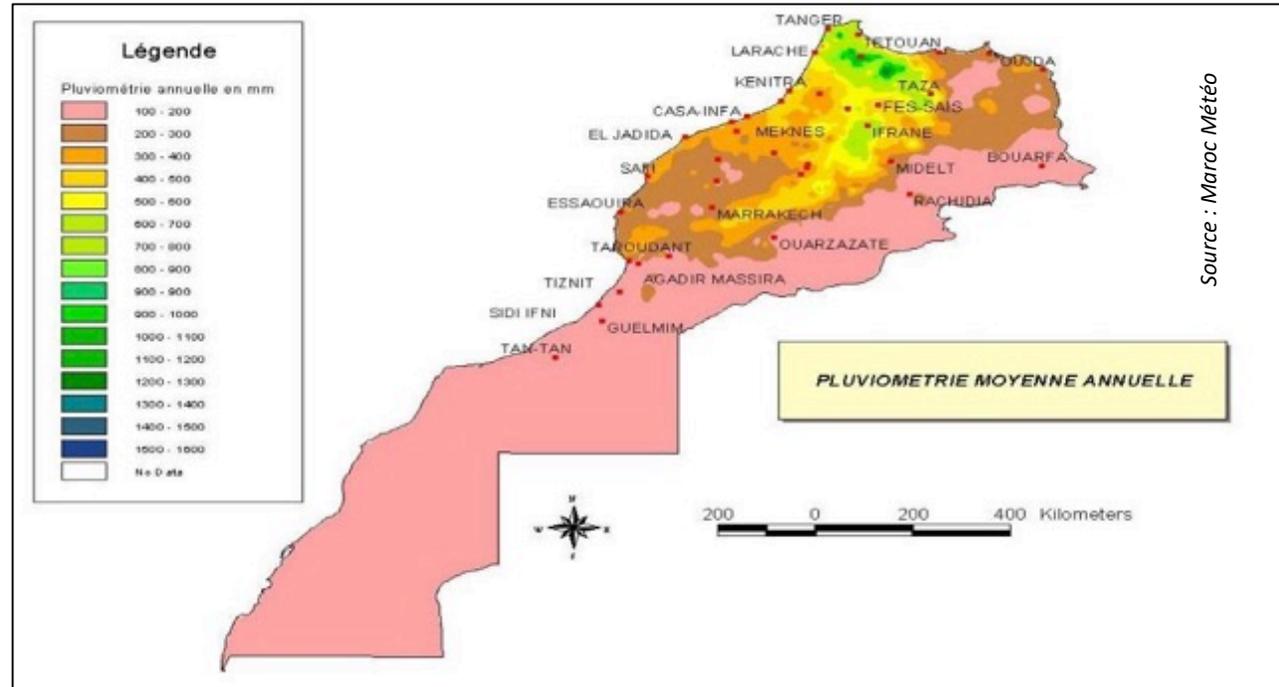
- Les plaines et plateaux de l'Atlantique. En hiver le long de la côte, les températures moyennes se situent entre 12°C et 25°C. Il s'agit des régions les plus humides, avec les plateaux du Nord.
- Les chaînes montagneuses du Rif, du moyen et du haut Atlas où les hivers peuvent être rigoureux.
- La région saharienne et présaharienne où les températures alternent entre 35°C dans la journée et 5°C pendant la nuit.

Le Maroc est parmi les régions où l'eau est le moins disponible



Source: Mekonnen et Hoekstra 2016, Banque mondiale

Note: Rareté de l'eau > 100% reflète une situation où le recul net des eaux est plus important que l'offre disponible



Le **climat marocain** présente des influences climatiques diverses : il est méditerranéen ou océanique avec des températures douces le long des côtes et désertique marqué par des nuances arides et très chaudes à l'intérieur du pays. Plus on s'éloigne des côtes, plus les saisons deviennent extrêmes. Les précipitations sont plus courantes en Avril, Mai, Octobre et Novembre.

Ces influences climatiques diverses, si elles creusent les inégalités entre les différents territoires, permettent également d'offrir un riche éventail de produits régionaux / spécialités locales, et une production agricole diverse. Le secteur agricole est en effet prédominant puisqu'il emploie près de 40 % de la population active et contribue à 15 % du PIB, en très léger recul.

Cependant elles creusent également des inégalités de production et de richesse, selon la pluviométrie : 80 % des terres s'établissent en zones sèches ou désertiques (<250 mm/an) tandis que moins de 10 % sont en zones subhumides ou humides.

Le Maroc est l'un des pays souffrant le plus du réchauffement climatique, phénomène d'autant plus important que l'économie du Royaume est particulièrement dépendante des conditions climatiques.



❖ Infrastructures ferroviaires :

- ⇒ **2 200 km de lignes** ferroviaires reliant les principales villes du Royaume.
- ⇒ Un budget de l'Office National des Chemins de Fer (ONCF) de **7,7 milliards de DH** consacré à 55 % à la mise à niveau du réseau conventionnel et à 45 % au projet de ligne à grande vitesse.
- ⇒ **Une LGV est en effet en construction** pour relier, en moins de 2 heures (vs 5 heures) la capitale économique Casablanca à Tanger, la grande ville du nord en face de l'Espagne, et donc de l'Union européenne. Cette ligne TGV, la première en Afrique, passera également par Rabat, la capitale administrative et politique. Le coût total du projet s'élève à 2 milliards € financés à 50 % par la France.



❖ Infrastructures routières :

- ⇒ Importance primordiale du trafic routier qui pèse pour **75% du trafic national de marchandises et 95 % du trafic de voyageurs**.
- ⇒ Un réseau dense : **60 000 km** de routes revêtues et **1 772 km d'autoroutes payantes**, reliant les principales villes économiques et touristiques.
- ⇒ Objectifs 2035 : réalisation de **3 400 km d'autoroutes** et **2 100 km de voie express**.



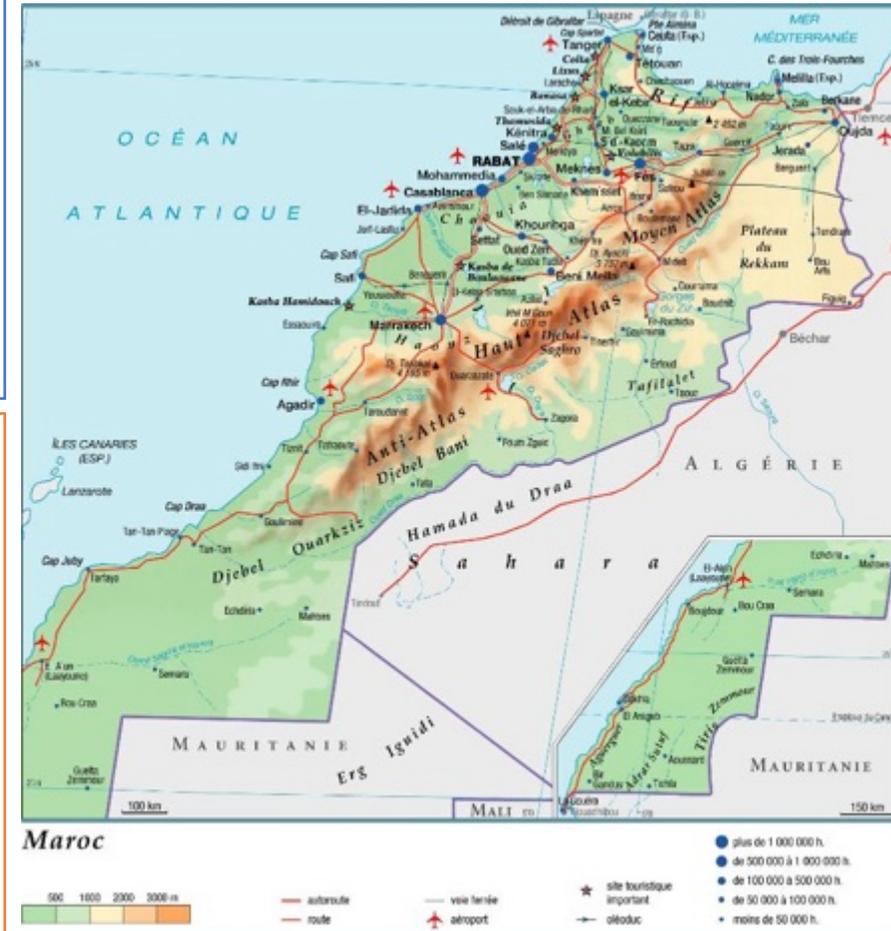
❖ Infrastructures aériennes

- ⇒ **1^{ère} plateforme aéroportuaire** de la région.
- ⇒ **18 aéroports internationaux** pour une capacité totale des aéroports de 24 millions de passagers par an.
- ⇒ **7 millions de passagers par an** pour le seul aéroport Mohammed V de Casablanca.
- ⇒ Travaux de rénovation et d'extension de plusieurs aéroports entrepris par l'Office National des aéroports (ONDA) : Fès, Marrakech, Beni Mellal, Casablanca, Nador, Guelmin, Zagora et Errachidia.



❖ Infrastructures urbaines

- ⇒ Nombreux problèmes de circulation et de congestion urbaine.
- ⇒ Depuis 2006, la stratégie nationale de déplacements urbains tente d'y apporter des solutions. Parmi les grands projets :
 - Casablanca : 4 lignes de tramway – dont actuellement seule la ligne 1 (31 km) est opérationnelle. En 2015 la ligne aurait transporté près de 32 millions de passagers. Des travaux d'extension sont en cours. La mise en service de la ligne 2 (15 km) est quant à elle prévue en 2019.
 - Rabat : 2 lignes opérationnelles depuis mai 2011
- ⇒ Signature d'un nouveau contrat d'exploitation et de maintenance du réseau de tramway et de bus entre la ville de Casablanca et la RATP Dev. Contrat d'un montant de 4,8 milliards de DH pour la période 2017-2029.



Depuis 2000, le Maroc affiche **une stratégie ambitieuse de renforcement des infrastructures**, couplée de plans de développement régionaux et territoriaux; autant de réformes nécessaires pour accompagner le développement industriel. Ces plans régionaux ont pour objectifs la mise en place de plateformes régionales logistiques et commerciales, aux standards internationaux, classant le pays au 1^{er} rang des pays africains en matière de qualité des infrastructures (Global Competitiveness Index – Wef 2016-2017).

- **Développement des provinces du Sud**, des espaces de transition entre le Nord du Maroc, l'Europe, et une partie de l'Afrique subsaharienne. Près de 15 milliards DH seront injectés en 2018 dans les 3 régions du Sud : 3,5 milliards DH pour la région de Guelmin, destinés à la construction d'une voie express (Tiznit Tan Tan); 2,61 milliards DH à destination de la région de Laâyoune, et plus de 7,5 milliards DH prévus pour démarrer les travaux du port de Dakhla Méditerranée.
- **La région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma** : 13 milliards prévus pour la poursuite de la réalisation du port Tanger-Med II. Les entreprises et établissements publics ont prévu une enveloppe d'investissements dans cette région, s'élevant à plus de 10,11 milliards.
- **L'Oriental** : une enveloppe de 2,5 milliards DH viendra s'ajouter aux 10 milliards DH déjà prévus pour la réalisation du port de Nador West. Parmi les projets, la construction de voies express. Les investissements privés et publics devraient atteindre 5,7 milliards DH dans cette région.
 - **La région de Fès-Meknès** devrait bénéficier d'une enveloppe de 2,8 milliards DH, essentiellement destinés à des projets d'infrastructures (construction et maintenance du réseau routier). 5,6 milliards DH devraient être par ailleurs mobilisés par les entreprises et établissements publics.
- **La région de Rabat-Kénitra** sera dotée d'investissements de l'ordre de 5 milliards DH. Parmi les projets phare, la construction d'une rocade urbaine. Entreprises et acteurs publics misent sur des investissements de l'ordre de 24,4 milliards DH.
- **la région Beni Mellal-Khenifra**: Sur les 2,05 milliards DH prévus du budget général, près de 300 millions DH seront consacrés à la réhabilitation et la construction des grands axes stratégiques des provinces Beni Mellal, Azilal et Fqih Ben Saleh.
- **La région Casablanca-Settat** : 2,26 milliards DH d'investissements sont prévus par le projet de loi de finances, auxquels s'ajoutent près de 30 milliards DH d'investissements privés et publics, sur des projets d'éducation et de transports, pilotés notamment par la Société nationale des autoroutes du Maroc et Casa Aménagement.
 - **La région de Marrakech-Safi** sera dotée de 2,25 milliards DH, en plus des 4 milliards DH pour la finalisation du port de Safi.
- **La région de Souss Massa** disposera d'un budget de 1,9 milliard DH, en plus de près de 5 milliards au titre des interventions des entreprises et établissements publics.

Source : Ministère de l'Economie et des Finances du Maroc; Projet de loi de finances 2018



Tanger Med I

- > Opérationnel depuis 2007.
- > Capacité : 3 millions de conteneurs par an.
- > Un emplacement idéal, **au cœur des échanges mondiaux** : le détroit de Gibraltar par lequel passent près de 20% des échanges commerciaux mondiaux et à 14 km des côtes espagnoles.
 - > 50^{ème} place au classement mondial des ports à conteneurs en 2017 (vs. 94^{ème} place en 2007).
- > **1^{er} hub logistique** du continent avec 40 % de son trafic vers 37 ports en Afrique. 60 % restants partent vers l'Europe, l'Amérique et l'Asie.
 - > **1^{ère} zone franche industrielle d'Afrique** pouvant accueillir 750 entreprises pour un chiffre d'affaires à l'export de 5,5 milliards €.
 - > **1 600 ha commercialisés** – projets d'aménagement de 3 400 ha supplémentaires
 - > 2,7 millions de passagers/an.
 - > Une saturation depuis 2014 qui justifie la construction de Tanger Med II

Tanger Med II : 9 millions de conteneurs/an dès 2019

- > En construction depuis 2015, les **2 terminaux de l'extension** seront opérationnels en 2018 et 2019.
- > **Concession de 25 ans** remportée par APM Terminals, filiale du danois Maersk pour un investissement de 900 millions USD.
 - > Projet d'implantation de la **Cité Mohammed V Tanger-Tech** : ville industrielle construite par le groupe chinois Haite. La cité s'établit sur une surface de plus de 2000 hectares, pouvant accueillir près de 200 entreprises industrielles chinoises. **Projet d'1 milliard USD sur les 2 premières années**, financé par le groupe Haite, la région Tanger-Tétouan-Al Hoceïma et la BMCE Bank of Africa.



38 ports dont 15 ouverts au commerce extérieur.

En 2016, les deux principaux ports, Casablanca (30,7 %) et Jorf Lasfar (28,9 %), absorbaient près de **60 %** des flux portuaires.



121 millions de tonnes en 2016 – dont près de 5 millions de céréales (en juin 2017, le trafic portuaire s'élevait à 65,8 millions de tonnes, en hausse de +10 % par rapport à la même période).



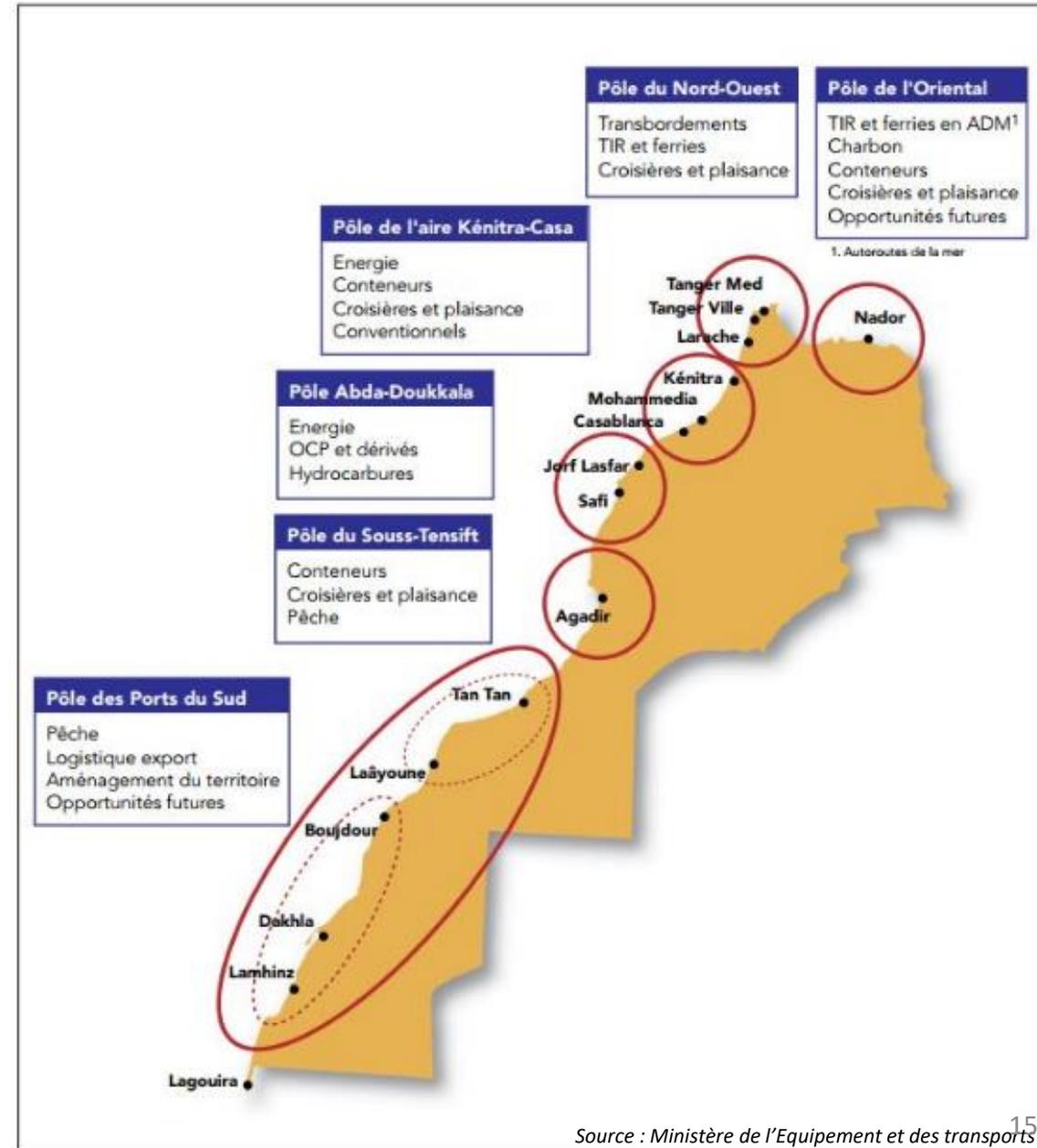
98 % des marchandises transitent par les ports

Les ports sont gérés par l'Agence nationale portuaire, agence publique, et Marsa Maroc, société anonyme chargée des missions commerciales dans le domaine portuaire (manutention, magasinage, etc.).

Depuis les années 2010, le Maroc a décidé de se doter d'une **stratégie portuaire**, d'un budget total de 60 milliards de DH (7 milliards USD). Cette stratégie a pour objectifs, à horizon 2030, la création de ports performants, moteurs de développement régional, et acteurs incontournables dans le positionnement du Maroc comme plateforme logistique au cœur des échanges commerciaux entre le bassin méditerranéen, l'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient.

6 grands pôles portuaires ont ainsi été définis par l'étude stratégique:

- Le pôle de l'Oriental tourné vers l'Europe et la Méditerranée et notamment le Maghreb,
- Le pôle du Nord-Ouest, porte du Déroit avec Tanger qui englobe également la plateforme Tanger Med (14,2 % du trafic) et son extension Tanger Med II en construction,
- Le pôle de Kenitra-Casablanca qui regroupe notamment deux ports, Mohammedia et Casablanca, au sein d'une même conurbation,
- Le pôle Abda – Doukkala, centre de l'industrie lourde, avec Jorf et Safi (6,6 % du trafic),
- Le pôle du Souss – Tensift, avec le complexe portuaire d'Agadir (5,4 %)
- Le pôle des Ports du Sud regroupant 3 ports : Tan Tan, Laâyoune, et Dakhla.



Alors qu'en 2016, la croissance affichait des performances assez basses (+1,5 %), notamment dues à la baisse de la demande en provenance d'Europe, à une légère baisse du tourisme et une saison agricole médiocre, en 2017, la croissance économique devrait être de +4,8 %, soutenue par une hausse du PIB agricole de l'ordre de 12 % et une reprise du secteur touristique. Le secteur secondaire (29,2 % du PIB) est porté par l'extraction et la transformation du phosphate, dont le Maroc dispose des trois-quarts des réserves mondiales. Enfin, le secteur tertiaire continue de porter l'activité, pesant pour plus de 55 % du PIB en 2016, essentiellement porté par le tourisme.

3 défis sont à aborder pour lancer définitivement le Maroc vers l'émergence :

- l'emploi : le taux de chômage s'élève à 9,9 % et continue de s'aggraver parmi les jeunes (39 % de chômage en milieu urbain) et notamment les diplômés (21,2 % de chômage).
- L'éducation et notamment l'adéquation entre le marché du travail et la formation.
Opportunités pour les entreprises françaises => offre de formation / transfert d'expertise.
- L'environnement des affaires : par exemple les délais de paiement des entreprises (5 mois pour les PME et 9 mois pour TPE).

Indicateurs	2013	2015	2016	2017
Croissance PIB (%)	2,6 %	4,5 %	1,1 %	4,8 %
Inflation (moyenne annuelle)	1,8 %	1,5 %	1,6 %	1,2 %
Solde budgétaire / PIB (%)	-5,2 %	-4,3 %	-4,1 %	-3,5 %
Solde courant / PIB (%)	-7,6 %	-2,2 %	3,9 %	-4,0 %
Dettes publiques / PIB (%)	61,7 %	64 %	64,7 %	64,2 %

Source : Banque Mondiale; Coface

Un solde budgétaire en nette amélioration grâce aux réformes structurelles de l'économie : -4 % en 2017 vs -8 % dans les années 2012/2013.



Doing Business : **68^{ème} rang**

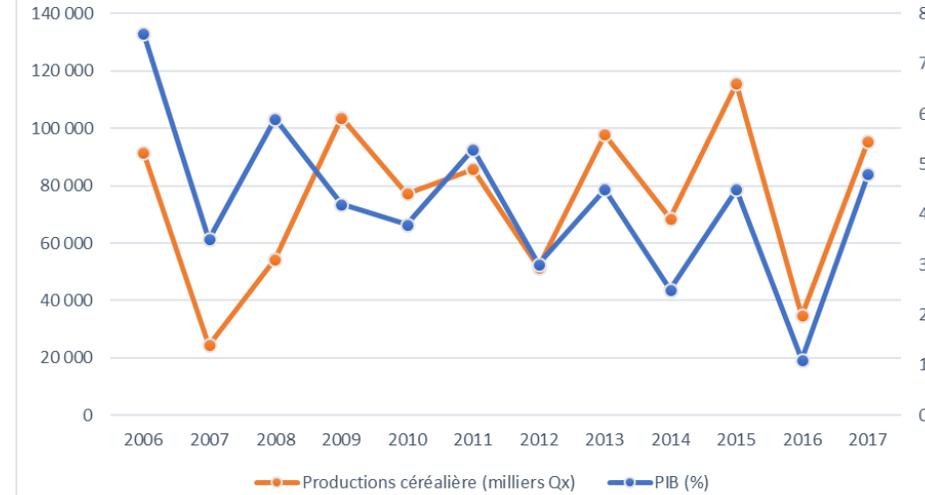
Un climat des affaires favorable qui a permis la croissance des implantations et des investissements: le Maroc se classe devant l'Egypte (128) et l'Algérie (166) et gagne 20 places en 7 ans. Des efforts restent à faire notamment en termes de délais de paiement.



22,8 milliards MAD d'IDE au Maroc (-28,2 % par rapport à 2015) et 18,1 Milliards MAD sur les 8 premiers mois 2017 (+30 % par rapport à la même période 2016).

- > Absorbant 5 % des IDE en Afrique.
- > 18 % à destination des industries, notamment les secteurs de l'automobile, de l'aéronautique et de l'agroalimentaire.
- > Parmi les investisseurs : la France, 3^{ème} fournisseur (8 mois 2017) avec 11% des investissements réalisés.

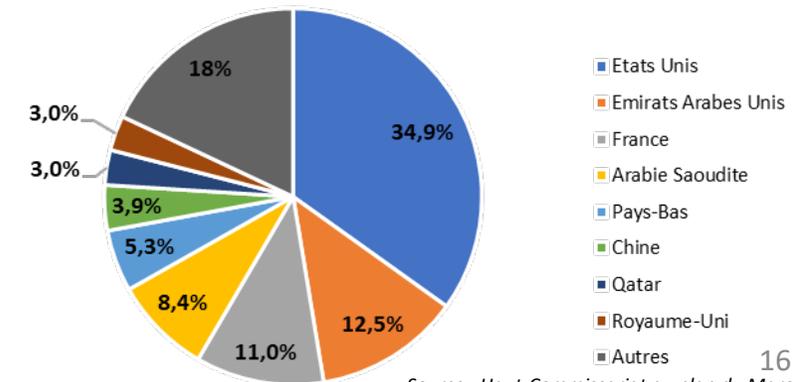
La dépendance de la croissance économique aux résultats des campagnes céréalières



Source : Banque Mondiale; Office National Interprofessionnel des Céréales & Légumineuses (ONICL)

L'activité économique du pays est très dépendante des résultats des campagnes agricoles, mais également de la conjoncture politique et économique de l'Union Européenne, avec laquelle le Maroc entretient des liens étroits et des cours de matières énergétiques.

Répartition des flux d'IDE par pays - 8 mois 2017



Source : Haut-Commissariat au plan du Maroc

Depuis 2005, l'Etat marocain a mis en place une politique volontariste d'accompagnement des secteurs à fort potentiel. Le Royaume a par ailleurs pu bénéficier du soutien du FMI pour la mise en place de ces réformes, notamment en termes de diagnostic.

Ces réformes structurelles, couplées à une stratégie de diversification sectorielle, au renforcement des infrastructures et à une réorganisation territoriale ont permis à l'économie marocaine de se montrer plus résiliente, notamment face aux aléas climatiques et aux fluctuations des cours de matières premières. Par ailleurs, chacun des plans de développement listés ci-dessous prennent en compte le volet formation et organisation (mise en place des écosystèmes), essentiel pour accompagner la croissance et le potentiel industriel du pays.

Secteur	Plan	Objectifs
Industrie	<ul style="list-style-type: none"> > Plan Emergence > Plan National pour l'Emergence Industrielle (PNEI) > Plan National d'Accélération industrielle 	Développement des « Métiers mondiaux du Maroc » : offshoring, automobile, électronique, aéronautique, textile & cuir, agroalimentaire, chimie, pharmaceutique... ⇒ Création d'écosystèmes industriels (pôles de compétitivité) pour attirer les investissements ⇒ Réduction du poids de l'informel ⇒ Création d'un fonds de développement industriel doté de 20 milliards MAD Objectifs : créer 500 000 emplois dans l'industrie dont 250 000 tirés par les IDE ; et faire passer la part de l'industrie à 23% du PIB (objectif atteint)
Agriculture	> Plan Maroc Vert	Développement d'une agriculture moderne et compétitive. Structuration des filières (interprofessions) Mise en place de contrat-programmes, y compris l'agro-industrie, pour la valorisation et la commercialisation des produits agricoles marocains (<i>voir chapitre suivant</i>).
Pêche	> Plan Halieutis	Valorisation des produits de la pêche et modernisation des unités de production Mise en place des projets de développement de l'aquaculture.
Commerce	> Maroc Commerce 2020	Amélioration du pouvoir d'achat des ménages. Accroissement de la productivité nationale.
Tourisme	> Visions 2010 et 2020	Aménagement de plusieurs zones balnéaires. Promotion du tourisme durable et de niche.
Nouvelles technologies	> Maroc Digital 2020	Prolongement du Plan Maroc Numeric 2013 pour le déploiement et la dynamisation des technologies de l'information et de la communication.
Logistique	> Stratégie logistique nationale	Développement d'un réseau national intégré de zones logistiques. Optimisation et massification des flux.
Energie	> Plan Energie	Promotion des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique.
Eau	> Plan national de l'eau	37 Mrd MAD entre 2008 et 2020 : reconversion des techniques d'irrigation existantes vers une meilleur productivité.



Une monarchie constitutionnelle

Le régime politique au Maroc est une monarchie constitutionnelle dotée d'un parlement élu, à la tête de laquelle se trouve le **Roi Mohammed VI**, intronisé le 30 juillet 1999. Son pouvoir est héréditaire, et il préside le Conseil des Ministres, qui prend les décisions en matière d'orientations stratégiques du pays, de révisions de la Constitution, et des questions sécuritaires et militaires. Il nomme le chef du gouvernement.

Depuis le 5 avril 2017, et après une longue crise politique, c'est **Saad Eddine El Othmani**, du Parti Islamique modéré (le PJD), qui est nommé Premier Ministre. Il nomme son gouvernement et dirige le Conseil de gouvernement, qui conserve un rôle essentiellement délibératif sur les sujets ayant trait à la politique générale de l'Etat, aux orientations internationales et au projet de loi de finances.

Le pouvoir législatif est aux mains du Parlement, composé de la Chambre des Représentants (325 députés élus au suffrage universel direct pour 5 ans) et la Chambre des Conseillers (270 membres élus au suffrage universel indirect pour 9 ans).

Lancement des grands projets de réformes sociales et économiques en vue de la modernisation politique, sociale et économique du pays. Le Maroc a ainsi engagé des mesures en termes de code de la famille, de protection sociale, de transparence politique et électorale, et de droits de l'Homme.

Par ailleurs, suite au contexte des « Printemps arabes », une **nouvelle Constitution** a été adoptée le 1er juillet 2011, sur la base de consultations étendues (partis politiques, syndicats et société civile).

Malgré les réformes engagées, les disparités sociales se creusent, entre les milieux urbains et les zones rurales ; entre les grands industriels captant 80 % de la richesse et allant dans le sens des plans de développement et 80% de la population pauvre, petits agriculteurs et éleveurs, sans accès à la modernisation et l'industrialisation, qui cultivent le sentiment d'être très éloignés de ces plans de développement. Ces disparités s'illustrent en particulier dans le mouvement de contestation Hirak*.



***le Mouvement Hirak**

>> Mouvement de contestation de la province d'Al Hoceima, dans le Rif, qui débute en septembre 2016, pour dénoncer l'état des infrastructures de cette région historiquement enclavée : sentiment accru de marginalisation des populations. La contestation s'accroît après la mort d'un vendeur de poissons broyé par une benne à ordures alors qu'il tentait de s'opposer à la confiscation de sa pêche. 150 militants mis en prison depuis le début du mouvement, dont une quarantaine graciée par le roi en juillet 2017.

=> Lors de la Fête du Trône en juillet 2017 : disparités sociales et régionales vivement critiquées par le roi lors d'un discours remettant en cause l'administration et la classe politique jugées « incapables de mobiliser les citoyens, voire opportunistes ».

Un gouvernement de coalition

Suite aux élections législatives d'octobre 2016, l'ancien Premier Ministre Abdelilah Benkirane avait échoué à constituer un gouvernement de coalition. En effet le parti de la Justice et du Développement, islamiste modéré, bien qu'arrivé en tête, ne disposait pas d'une majorité absolue. Les 39 membres du gouvernement sont donc issus du PJD (islamiste modéré) et du Rassemblement National des Indépendants (RNI), parti centriste. Le nouveau gouvernement de coalition de M. El Othmani témoigne ainsi des efforts de concession réalisés, notamment à l'égard du parti libéral. Ainsi certains des portefeuilles ministériels les plus importants sont aux mains des membres du RNI :

- ⇒ Ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts : M. Aziz Akhannouch
- ⇒ Ministre du Commerce et de l'Industrie : M. Mohammed Boussaid
- ⇒ Ministre de l'Economie et des finances : M. Moulay Hafid Elalamy
- ⇒ Ministre de la Justice : M. Mohamed Aoujjar



Qui est Saad Eddine El Othmani?

>> Homme de 62 ans, Médecin, Psychiatre et diplômé en études islamiques. Il fonde en 1981, avec d'autres leaders du PJD, la Jamaa Islamiya, à l'origine du premier parti politique islamiste du Royaume (futur PJD).

>> Après avoir exercé en tant que psychiatre et médecin, il commence sa carrière politique en 1981.

>> Ancien Ministre des Affaires étrangères et de la Coopération en 2012. Député depuis 1997.

>> Depuis 2008, Président du Conseil national du PJD, après avoir occupé les postes de secrétaire général et secrétaire général adjoint.

Le Maroc est membre des principales organisations internationales et régionales :



Depuis 1956;
ratification du
protocole de Kyoto



WTO OMC
Depuis 1995



LA BANQUE
MONDIALE



Membre fondateur de l'UpM fondée en
2008



BETTER POLICIES FOR BETTER LIVES

Membre du bureau du Centre de
développement depuis 2009



Union Africaine
réintégrée en 2017

Le Sahara occidental, un dossier brûlant pour la stratégie géopolitique du Maroc

Territoire désertique reconnu non autonome par l'ONU, cette ancienne colonie espagnole, dont la capitale est Laayoune, reste toujours **sans statut juridique défini** depuis le départ des Espagnols en 1976.

- Aujourd'hui, 80% du territoire est administré par le Royaume du Maroc, tandis que les 20% restants sont contrôlés par le Front Polisario, les deux territoires étant séparés par un mur marocain de défense depuis les années 1980.
- Le dossier est ainsi devenu **l'illustration de la rivalité qui oppose le Maroc et l'Algérie**, et un point bloquant à la formation de l'Union du Maghreb. Ainsi le Front Polisario a établi son QG à Tindouf en Algérie. Aujourd'hui la coordination avec l'Algérie est au point mort, et le **Maghreb demeure la région la moins intégrée** du continent.
- Par ailleurs, en 1984, le Maroc décide de **quitter l'Union africaine**, pour marquer son désaccord avec les prises de position de certains membres africains sur la question du Sahara occidental.
- En 1991, la MINURSO (Mission des Nations Unies pour l'organisation d'un référendum au Sahara occidental) a été créée. Son principal rôle se limite à des opérations de maintien de la paix, faute de réussir à un référendum.

Source : Alternatives Internationales, Juin 2015



Le partenariat avec l'UE : Un partenaire historique et géographique

Outre l'ALE signé en 2000 avec l'Union Européenne, le Maroc bénéficie d'un « Statut Avancé » permettant une coopération politique de haut niveau. Il est ainsi le 1^{er} bénéficiaire de la politique européenne de voisinage, et reçoit une aide financière de l'ordre de 200 millions €/an.

⇒ Aujourd'hui le partenariat avec l'Union Européenne doit s'inscrire dans le cadre de la **politique d'ouverture du Maroc vers l'Afrique**. Le Maroc se veut en effet une plateforme/un hub vers l'Afrique pour les investisseurs européens.

« (...) Le Partenariat UE-Afrique doit évoluer vers un Pacte bicontinental nouveau. Il s'agit, pour l'Afrique et pour l'Europe, de faire face, de concert, aux défis incontournables, par une compétitivité partagée, une co-localisation des entreprises productives, une mobilité humaine régulée et des échanges culturels féconds. »
Mohammed VI lors du 5^{ème} Sommet Union Africaine – Union Européenne à Abidjan (29 novembre 2017).



Avec les pays du Golfe, le Maroc a noué des partenariats commerciaux et stratégiques, notamment en termes sécuritaires (lutte contre le terrorisme). Sur le plan économique et social, 5 milliards de dollars ont été versés au Maroc sur cinq ans (2012 – 2016) par l'Arabie saoudite, les EAU, le Koweït et le Qatar.

Le 31 janvier 2017, la **réintégration du Maroc au sein de l'Union Africaine** vient confirmer la volonté affichée du Royaume de retrouver une place de choix en Afrique, non seulement diplomatique, mais également économique.

Le Roi a ainsi à son compte de nombreuses visites dans 25 pays africains, fruits d'une politique volontariste de nouer - ou renouer - les liens diplomatiques et commerciaux avec les partenaires africains, depuis quelques années.

- ⇒ Se positionner véritablement comme **une plateforme ou un hub** au cœur des échanges méditerranéens et africains;
- ⇒ Promouvoir la **coopération sud-sud**.
- ⇒ Devenir **influenceur et décideur sur les questions de développement** du continent africain, notamment sur des problématiques telles que le développement humain et économique, l'usage durable des ressources...

Par exemple : En marge de la COP 22, hébergée à Marrakech, le Maroc a mis en place un Sommet Africain de l'Action dont l'objectif était de définir les actions à mettre en place en Afrique dans le cadre de la lutte contre les changements climatiques (adaptation de l'activité et mobilisation des financements).

=> A cette occasion, lancement de l'initiative « Triple A », qui porte sur l'agriculture et son adaptation en Afrique, pour une meilleure résilience aux chocs climatiques en vue d'une plus grande sécurité alimentaire.

113 accords signés avec 8 nouveaux partenaires africains y compris certains jusque là considérés persona non grata à cause de leurs liens avec le Polisario.

Au cœur de ces accords, **6 grands secteurs clés** : **l'agriculture***, la banque, les énergies renouvelables, les mines, le tourisme et la logistique.

Il s'agit d'une étape logique et essentielle de la politique de développement visant à transformer ces secteurs clés de l'économie marocaine, en champions de l'export.

- ⇒ L'Afrique, qui témoigne d'une très forte puissance démographique et économique, représente **un débouché stratégique pour la commercialisation** des produits issus de filières marocaines plus performantes et compétitives, à la recherche de nouveaux marchés.

Par exemple : intérêt marqué d'exporter des volailles vers l'Afrique pour écouler le surplus de production marocaine.

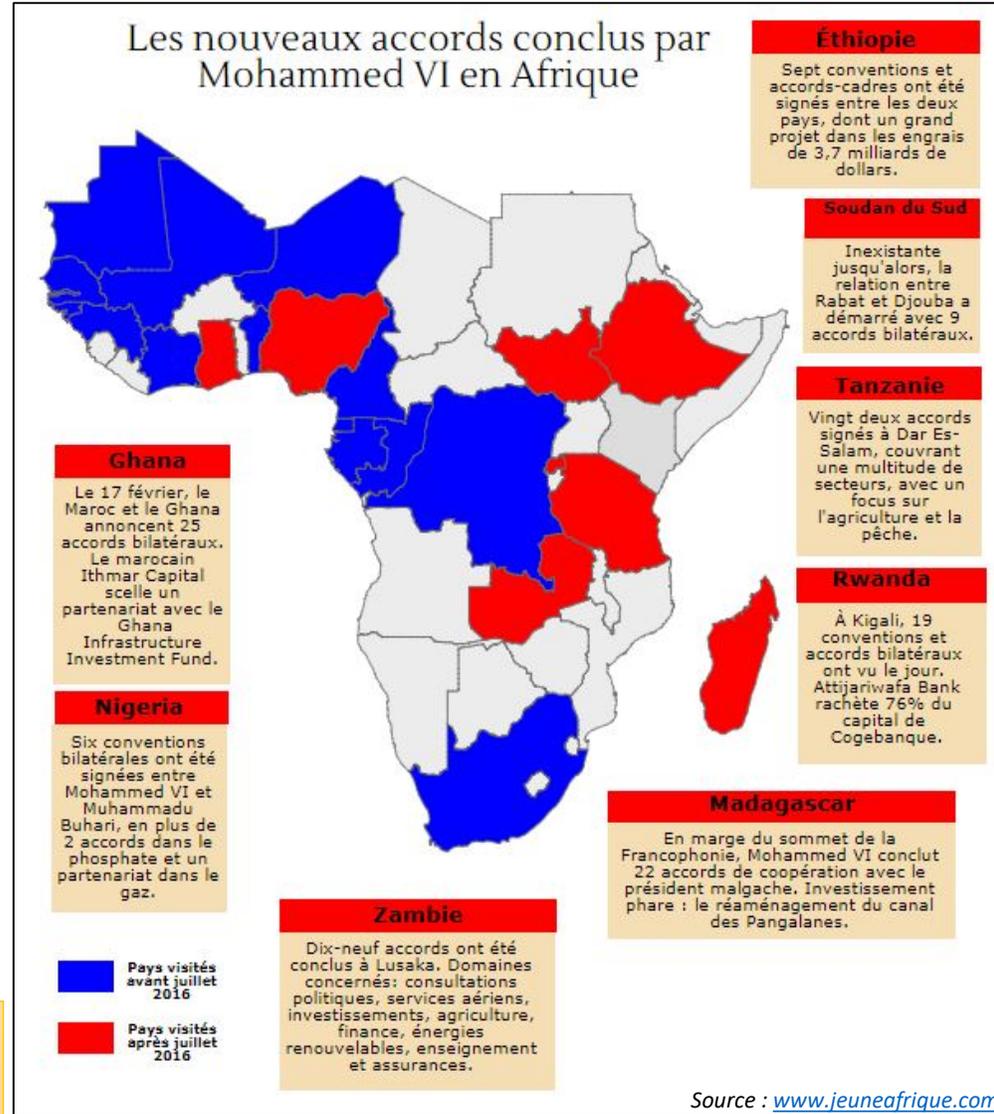
*Politique affirmée de partenariats avec les pays africains en matière agricole : développer un « business model vert » : projets de fermes et élevages pédagogiques calqués sur le Maroc; programme de formations des techniciens agricoles, échanges universitaires, etc.

Enfin, le Maroc a obtenu un accord de principe pour intégrer la Cédéao. Initialement prévu pour décembre 2017, l'intégration est reportée à 2018.



Le saviez-vous?

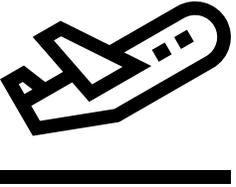
- **2^{ème}** investisseur africain en Afrique et **1^{er}** en Afrique de l'Ouest : **62 % des IDE** marocains à destination de l'Afrique, réalisés notamment dans le domaine de la finance, des télécommunications, de l'énergie, des infrastructures, des mines, de la cimenterie, de l'aménagement urbain, du logement social, **de l'agriculture et de l'élevage**, ou encore du transport aérien. En 5 ans, les investissements ont été multipliés par cinq, s'élevant en 2015 à 1,6 milliards MAD, notamment vers la Côte d'Ivoire et le Mali.
- **10,2 milliards MAD** en 2016, exportés par le Maroc vers l'Afrique de l'Ouest (vs. 3,2 milliards MAD en 2008), portées par les télécoms, les banques mais également un secteur agro-industriel dynamique.



L'intérêt marocain se porte non seulement sur les pays de l'Afrique de l'Ouest et centrale, mais également de l'Afrique de l'Est, dans une vraie logique de rayonnement continental.

2. Accès au marché

- ❖ *Point réglementaire*
- ❖ *Bonnes pratiques en affaires*
- ❖ *Accords commerciaux*
- ❖ *Chiffres clés du commerce extérieur*
- ❖ *La France vue du Maroc*



❖ Préparation de l'expédition: quelles obligations avant l'exportation des produits?

Depuis les années 1980, le Maroc s'est **ouvert au commerce mondial**, aussi les marchandises sont-elles libres à l'importation d'une manière générale, malgré quelques restrictions. L'activité d'importation au Maroc nécessite l'immatriculation au registre du commerce. Cette immatriculation s'effectue auprès du tribunal de première instance du lieu de situation de l'établissement principal du commerçant ou du siège de la société. Le numéro analytique du registre du commerce doit être porté sur les titres d'importation. Les autorités marocaines distingues **4 types d'importation** en fonction de la nature des marchandises:

Les marchandises libres à l'importation :

L'opérateur souscrit un engagement d'importation sur le formulaire intitulé [« Engagement d'importation, Licence d'importation, Déclaration Préalable à l'Importation »](#).

L'Engagement d'Importation est établi en 6 exemplaires et doit être accompagné d'une facture pro forma en 6 exemplaires précisant :

- La valeur globale et le prix unitaire exprimé en valeur départ usine, FOB, FAS ou FCA ;
- la quantité exprimée en unités de mesures adéquates ;
- la désignation commerciale de la marchandise ;
- les conditions de livraison ;
- les pays d'origine et de provenance de la marchandise
- les conditions de paiement.

L'Engagement est présenté pour domiciliation auprès d'une banque intermédiaire agréée choisie par l'importateur. La banque remet à l'importateur l'exemplaire qui lui est destiné et deux exemplaires, sous pli fermé, destinés au bureau douanier, et adresse un exemplaire au Ministère chargé du Commerce Extérieur et un exemplaire à la Direction Régionale des Impôts du ressort territorial de l'importateur. Après imputation de l'engagement d'importation, le bureau douanier restitue à l'importateur l'exemplaire présenté à l'appui de la déclaration douanière, conserve un exemplaire et transmet l'autre à l'Office des Changes. La durée de validité de l'Engagement d'Importation est de 6 mois. Ce délai commence à courir à compter de la date de sa domiciliation. L'Engagement d'importation permet le passage en douane et le règlement financier de la marchandise.

Les marchandises soumises à licence d'importation :

L'arrêté n°1308-94 établit la liste des marchandises soumises à licence d'importation : les poudres et explosifs, les pneumatiques réchappés ou usagés, la friperie, certains dérivés halogénés des hydrocarbures (CFC), les équipements frigorifiques utilisant les dérivés halogénés, les châssis usagers de véhicules automobiles et roues équipées de pneus réchappés ou usagés.

La licence d'importation est établie en 7 exemplaires sur le même formulaire que l'« Engagement d'importation ». Elle est accompagnée d'une facture pro forma en 7 exemplaires.

La licence d'importation est déposée, contre récépissé, au Ministère chargé du commerce extérieur; elle est délivrée par ce département, après avis du ministère intéressé. La décision d'octroi ou de refus de la Licence d'importation est notifiée à l'intéressé par le Ministère chargé du commerce extérieur dans un délai n'excédant pas 30 jours à compter de la date de dépôt de la demande. Tout rejet de demande d'obtention d'une licence d'importation doit être motivé. La durée de validité de la licence d'importation est de 6 mois au maximum. Ce délai commence à courir à partir de la date du visa du Ministère Chargé du Commerce Extérieur. La licence d'importation permet le passage en douane et le règlement financier de la marchandise.



❖ Préparation de l'expédition: quelles obligations avant l'exportation des produits (suite) ?

3

Les marchandises soumises à déclaration préalable d'importation :

Il s'agit de marchandises pouvant menacer de causer un préjudice grave à la production nationale. C'est le cas notamment d'importations massives (céréales), d'importations de produits subventionnés par le pays exportateur, ou de produits importés en prix inférieur au prix de revient (dumping).

La Déclaration Préalable d'Importation est instituée soit d'office, soit à la demande des intéressés, à titre conservatoire, en attendant la mise en application des mesures définitives (majoration des droits de douane, droit compensateur, droit antidumping). Elle est accompagnée de « l'Engagement d'importation » et des mêmes documents accompagnant la licence d'importation en 7 exemplaires.

La "Déclaration Préalable d'Importation" est déposée au Ministère chargé du commerce extérieur et instruite par ce département pendant un délai maximum de 10 jours. Elle peut également être soumise au Ministre intéressé pour avis préalable. Dans ce dernier cas, le délai d'instruction est porté à 20 jours. La durée pendant laquelle il est fait recours à la Déclaration Préalable d'Importation est de 9 mois renouvelable une seule fois. Ce délai commence à courir à compter de la date de la décision conjointe du Ministre chargé du commerce extérieur et du (ou des) Ministre (s) intéressé (s). La durée de validité de la Déclaration Préalable d'Importation est de 3 mois, les dates de commencement et d'expiration de cette durée de validité sont fixées sur la déclaration préalable d'importation. Cette dernière permet le passage en douane et le règlement financier de la marchandise.

4

Les marchandises soumises à la demande de franchise douanière :

La Demande de Franchise Douanière (DFD) est requise pour l'importation des marchandises libres à l'importation admises en franchise de droits de douane dans le cadre des Conventions et Accords commerciaux et tarifaires conclus entre le Maroc et certains pays, notamment les Accords d'Association et de Libre Echange conclus entre le Maroc et l'Union Européenne.

La « [Demande de Franchise Douanière](#) » est présentée à la Direction de la Politique Commerciale Extérieure au Ministère chargé du commerce extérieur (Division des Importations) par les importateurs désirant bénéficier de la franchise douanière au titre de ces Accords.

Elle est établie en 4 exemplaires et accompagnée d'une facture pro forma en 4 exemplaires précisant :

- La valeur globale et le prix unitaire exprimé en valeur départ usine, FOB, FAS ou FCA.
- La qualité exprimée en unité de mesures adéquates.
- La désignation commerciale de la marchandise.
- Les conditions de livraison.
- Les pays d'origine et de provenance de la marchandise.
- Les conditions de paiement.

La durée de validité de la franchise douanière est de 6 mois au maximum. Ce délai commence à courir à partir de la date du visa du Ministère chargé du commerce extérieur.



Droits de douane et principales taxes :

Le Tarif intégré économique de la Douane marocaine « [ADIL](#) » vous livre toutes les informations qui vous seront utiles et qui portent notamment sur le régime fiscal applicable.

- **Taxe Parafiscale à l'Importation** : 0,25% / **Taxe Intérieure de Consommation** : varie en fonction des marchandises.
- **TVA** : 4 taux sont actuellement applicables. Le taux normal de la TVA est fixé à 20%.

Taux	Produits concernés
20 %	Taux normal
14 %	Pour les opérations de transport, d'énergie électrique, etc...
10 %	Pour les opérations de banques, de crédits, etc...
7 %	Pour les produits de 1 ^{ère} nécessité
Boissons	Taux spécifique pour les boissons alcoolisées : 100 MAD/HI



Un marché ouvert, mais des mesures protectionnistes :

Par exemple sur les céréales, la taxe douanière d'importation fluctue en fonction de la conjoncture agricole.

=> Baisse du droit d'importation appliqué au blé à 30 % contre 135 % en vigueur depuis mai 2017.

"Le gouvernement augmente périodiquement cette taxe pour favoriser l'écoulement de la production nationale et la diminue lorsqu'il faut permettre aux importateurs de s'approvisionner à des prix convenables sur le marché international », a expliqué le porte-parole du gouvernement, Mustapha El Khelfi



Taxe Intérieure de consommation sur les boissons alcoolisées :



>> Spiritueux : 15 000 MAD/degré/HI

>> Vins : 700 Dh/HI

>> Bières (avec alcool) : 900 Dh/HI

=> La hausse des taxes sur les boissons alcoolisées a ainsi conduit certains revendeurs ou détaillants à arrêter la vente de boissons alcoolisées. C'est le cas par exemple des enseignes de distribution Marjane.

=> Cependant, en parallèle, la consommation et la vente continuent leur croissance.

Recommandations réglementaires :

>> **Se mettre en conformité avec la réglementation produit:** Le gouvernement marocain édicte un certain nombre de normes et réglementations produits relatives par exemple à la protection de la santé du consommateur et à la préservation de la santé des animaux et des végétaux. Concernant le domaine agroalimentaire, c'est l'**Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA)** qui exerce, pour le compte de l'État, cette prérogative normative.

>> **Adapter l'étiquetage** au marché marocain: Les informations sur les produits doivent être rédigées en langue arabe et éventuellement dans une ou plusieurs autres langues sans autres abréviations que celles prévues par la réglementation particulière au produit concerné ou par les dispositions des conventions internationales auquel le Royaume du Maroc est Partie. Certains produits importés ou destinés à une clientèle particulière et certaines boissons fabriquées localement peuvent être dispensés par arrêté du ministre chargé de l'Agriculture de l'utilisation de la langue arabe au niveau de leur étiquetage. (détails [ici](#)).

>> **Etiquetage des produits alimentaires** : Concernant les prescriptions et les exigences générales d'étiquetage des produits primaires et des produits alimentaires, les marchandises importées doivent être conformes au « *décret n°2-12-389 fixant les conditions et les modalités d'étiquetage des produits alimentaires* ».



N.B. : Business France dispose d'un service Réglementation Internationale pour vous accompagner et vous informer précisément sur vos produits.

Contact : Rachel CHAOUCHE,
rachel.chaouche@businessfrance.fr



L'environnement des affaires au Maroc **s'est considérablement amélioré** et offre maintenant un cadre très favorable aux importateurs et investisseurs étrangers tant d'un point de vue juridique et douanier que financier. La réglementation est aujourd'hui pensée pour favoriser les investissements étrangers au Maroc. Néanmoins, des freins et points de vigilance demeurent notamment en termes de paiement, et de contrefaçon. Il est nécessaire, comme pour tout marché, de connaître les bonnes pratiques et les écueils spécifiques au marché marocain.



Le français : langue des affaires

L'utilisation courante du français dans le monde des affaires marocaines représente un avantage majeur pour les exportateurs et investisseurs français. Cependant, la langue judiciaire étant l'arabe, les plaidoiries et procédures sont à écrire en arabe.



Hiérarchie et famille, au cœur du tissu industriel du Maroc.

Structure verticale des entreprises, beaucoup étant encore de type PME-TPE, avec une structure et une hiérarchie familiale. L'organisation des entreprises reste donc très patriarcale. Afin de gagner en efficacité, il est conseillé de s'adresser directement au directeur ou au gérant, qui prend les décisions.

L'empreinte familiale reste très présente, et les « conseils familiaux » peuvent également influencer sur la décision finale.



Approche culturelle et humaine

Malgré la proximité culturelle et linguistique, Il est important d'appréhender et de savoir s'adapter à l'environnement culturel des affaires du Maroc.

Prendre le temps de s'intéresser et de découvrir la culture marocaine : cette curiosité, non seulement nécessaire, sera également très appréciée de votre interlocuteur.

Par ailleurs, comme dans beaucoup de pays arabes, le contact humain est un élément important. Toute relation d'affaires commence donc par une approche personnalisée et cordiale, afin de nouer des relations personnelles et chaleureuses, sans être familiales.

Etre visible et présent physiquement: Les Marocains apprécient que leurs partenaires se déplacent pour les rencontrer, et assurent un suivi et un accompagnement régulier.



Le saviez-vous?

Il n'existe pas, au Maroc, d'obligation de s'associer avec un partenaire local marocain, dès lors qu'une entreprise étrangère souhaite investir. La seule condition est de créer une société-filiale, de droit marocain, quelle que soit la nationalité du siège.



Un marché très concurrentiel :

Les Marocains sont très sollicités par des fournisseurs européens et internationaux : les produits français, bien qu'appréciés, ne sont pas attendus. Il faut donc faire preuve de persévérance, voire d'agressivité commerciale et marketing.

Il est déterminant de démontrer clairement la valeur ajoutée de votre produit par rapport à vos concurrents, sans oublier que le Maroc reste un marché de prix.

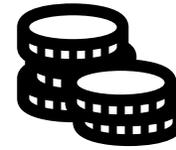
Certaines questions telles que les prix, la qualité et les délais de livraison sont des problématiques particulièrement présentes au Maroc, et sur lesquelles vos interlocuteurs ne manqueront pas de vous questionner. Sachez leur répondre et les rassurer !



- >> **Prendre rendez-vous une dizaine de jours** avant, mais pas trop en avance, les agendas étant très flexibles. Bien confirmer plusieurs fois par mail et téléphone
- >> Aborder **une tenue correcte** : Arriver en tenue décontractée sera interprété comme un manque de respect. De même, il est important d'être ponctuel.
- >> **Certains thèmes de discussion sont à éviter**, notamment ceux ayant trait au Roi, à son entourage et à l'Islam. Ne mentionnez pas non plus les questions territoriales, et notamment la question du Sahara Occidental.
- >> **Patience et ténacité** sont les maîtres mots : il est important de se mettre au rythme de votre interlocuteur, la notion de temps étant très différente de celle en France. Ne vous montrez pas trop pressé. Prenez le temps d'apprendre à connaître vos interlocuteurs. Si le rendez-vous se passe bien, celui-ci pourra être suivi d'un déjeuner où se dérouleront les négociations.



Des accords commerciaux avec plus de **55 pays** :
Union Européenne, pays de la Ligue Arabe et
notamment Pays du Golfe, Turquie, pays africains...



Un marché représentant près de
60 % du PIB mondial



1,3 Milliard de
consommateurs



- ⇒ **Accord d'association Maroc-UE** en 2000, suivi en février 2012 de l'instauration d'une zone de libre-échange industrielle et d'une libéralisation des échanges agricoles. Cette libéralisation a permis de **dynamiser les secteurs agricoles et agroalimentaires marocains**, devant se mettre au niveau de la demande européenne.
- ⇒ En cours de négociation depuis 2013 : Accord de Libre Echange Complet et Approfondi avec l'Union Européenne.



Le partenariat avec l'UE est un axe traditionnel de nos relations extérieures. C'est une construction de près d'un demi-siècle, voulue autant par le Maroc que par l'UE. » Monsieur Nasser Bourita, Ministre marocain des Affaires étrangères et de la Coopération internationale.

Risques :

- ⇒ Concurrence en Europe : via l'aide européenne => leur permettre d'accéder aux marchés européens à moindre coût.
- ⇒ Concurrence vers l'Afrique : savoir-faire et technologie transmis aux marocains par les pays européens, grâce auxquels ils arrivent à conquérir des marchés africains sur lesquels la France et les Européens ont des intérêts.



Partenariat stratégique avec la Russie. Depuis quelques années, le Maroc est particulièrement actif sur la prospection de nouveaux marchés cibles, notamment la Russie avec laquelle les échanges agricoles ont fortement augmenté. Les Russes sont en effet très dépendants du commerce extérieur pour assurer leurs besoins alimentaires (plus de 45 % des produits consommés sont importés). Avec le contexte de l'embargo européen, et la signature de plusieurs accords entre les 2 pays, les échanges avec le Maroc devraient se renforcer, comme l'illustre la visite officielle du Premier Ministre Medvedev le 12 octobre 2017, accompagné d'une délégation d'hommes d'affaires.

Plus de 70% des importations russes en provenance du Maroc concernent les produits agricoles et agroalimentaires, y compris l'alimentation animale. Et le Royaume se positionne comme 1^{er} fournisseur du marché russe en tomates, et 2^{ème} fournisseur en petits fruits d'agrumes.



Depuis 2006, **l'accord de libre échange avec la Turquie** a permis d'intensifier la coopération commerciale bilatérale entre les deux pays dont les liens politiques, commerciaux, et culturels restent très forts. La présence turque est particulièrement visible dans les secteurs agricoles et agroalimentaires : forte présence dans la distribution avec l'enseigne hard discount BIM, fournisseur très apprécié en machines agricoles



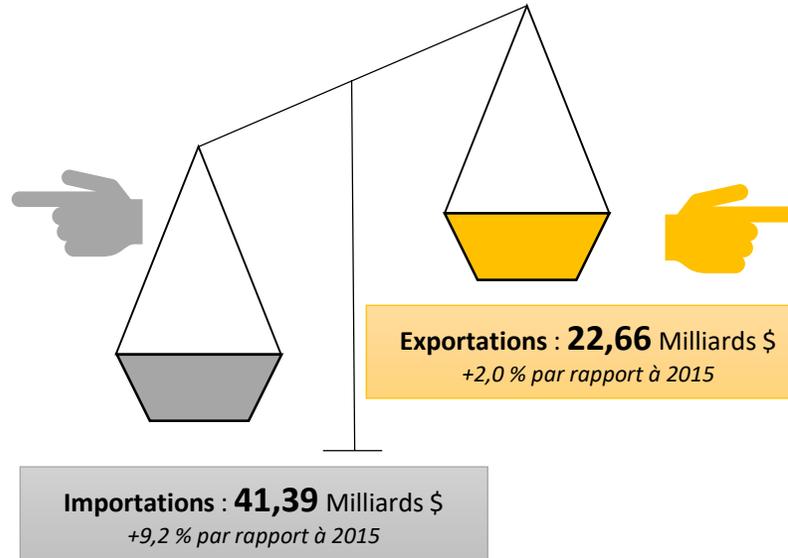
L'ALE entre le Maroc et les Etats-Unis est entré en vigueur en 2006. L'accord met en place la libéralisation des échanges, notamment sur les produits agricoles. Ainsi, en contrepartie d'une ouverture progressive du marché marocain aux produits américains, l'accord prévoit un accès libre et immédiat pour les produits marocains frais ou en conserve et pour les produits agro-industriels avec ou sans quota.

Les principaux produits importés par le Maroc sont : les produits énergétiques, les biens d'équipement les biens de consommation.
Les céréales représentent le 5^{ème} poste d'importation, soit 4,5 % des achats marocains en 2016, et peuvent fluctuer fortement selon les années et les conditions climatiques au Maroc.

Les principaux fournisseurs du Maroc :

L'Union Européenne est le 1^{er} fournisseur du Maroc, représentant près de 56 % des ventes sur le marché marocain en 2016 (vs. 52 % en 2006 et 47 % en 2011).
 Au sein de l'Union Européenne, la France occupe historiquement une place majeure. Néanmoins, depuis 2011 elle cède son rôle de leader sur le marché au profit de l'Espagne.
 Parmi les pays-tiers, la Chine et les Etats-Unis sont en forte croissance sur le Maroc. De même que la Turquie qui pèse désormais plus de 4% sur le marché, contre 2,6 % en 2011. Les importations en provenance de la Turquie ont doublé en cinq ans.

Balance commerciale structurellement déficitaire :
-18,73 Milliards USD en 2016

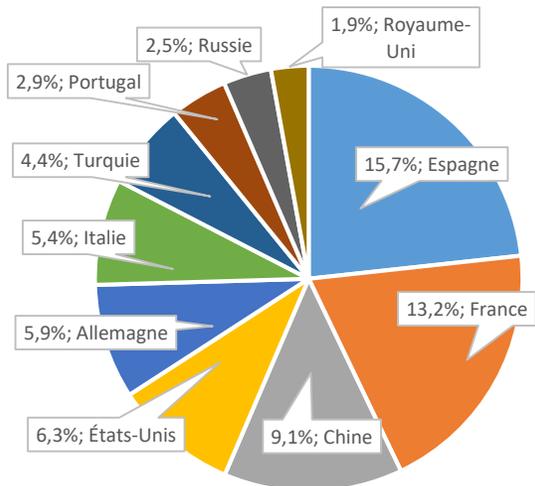


Les principaux produits à l'export sont : les phosphates et produits dérivés, l'agriculture (notamment agrumes, fruits, produits de la mer), l'automobile et les textiles et cuir.

Les principaux clients du Maroc:

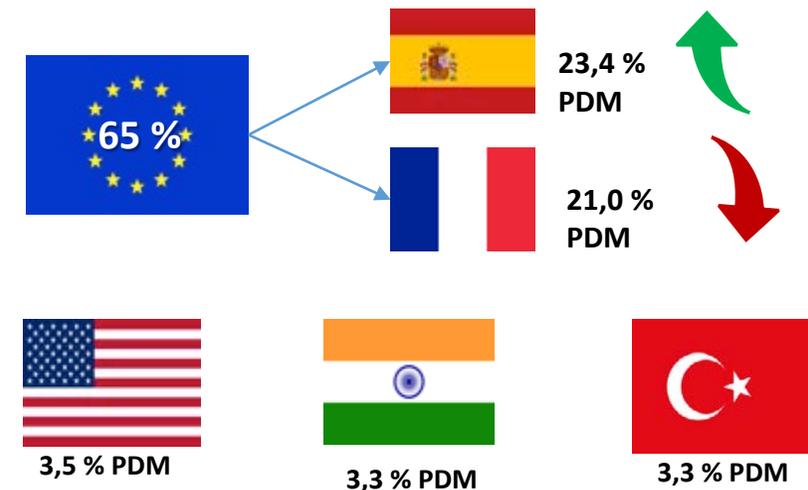
La France et l'Espagne sont les deux principaux clients du Maroc, recevant 44,4 % des exportations en 2016. L'Union Européenne absorbe ainsi près de 65 % des exportations marocaines en 2016 (64,8 % en 2016 vs. 73,2 % en 2006). Depuis 2011, le Maroc a accéléré ses exportations vers les pays de l'UE (56;1% en 2011, en croissance), au détriment de certains pays tiers tels que la Turquie et l'Inde, dont la part avait pourtant augmenté entre 2006 et 2011. Les Etats-Unis ont également gagné des parts de marché en 10 ans : 1,9% en 2006 vs. 3,5% en 2016.

Principaux pays fournisseurs du Maroc en 2016 (USD)

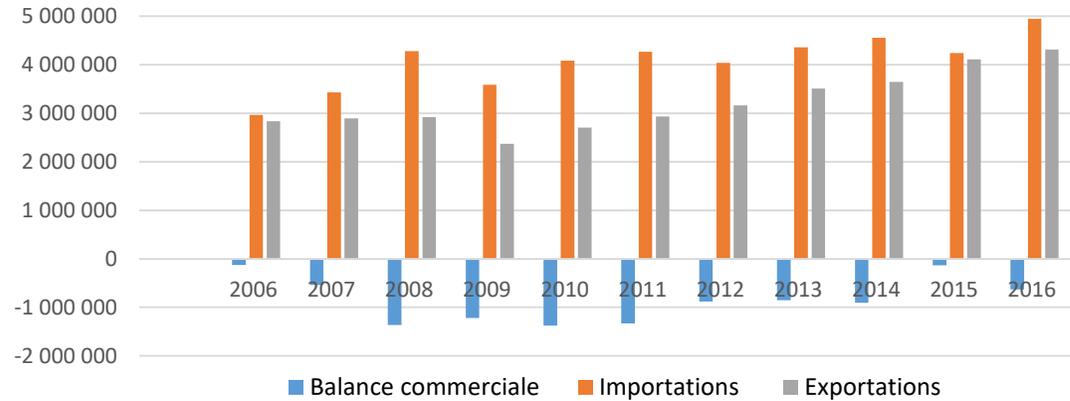


💡 Très faible intégration régionale : les échanges commerciaux avec les pays du Maghreb sont peu développés, et ceux avec l'Afrique encore faibles. Le Sénégal, 1^{er} partenaire africain se classe au 19^{ème} rang des clients avec moins de 1% de PDM

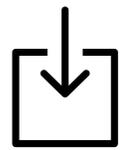
- **Structurellement déficitaire**, le Maroc est en effet très dépendant des importations de céréales. Après un certain recul du déficit en 2014 et 2015, dû en partie à la baisse de la facture énergétique et à de moindres achats de produits alimentaires (céréales notamment car excellentes récoltes nationales en 2015), le déficit du commerce extérieur se creuse en 2016. En effet les exportations augmentent moins vite que les importations, en raison de la hausse des achats de biens d'équipements et la baisse des ventes de phosphates et dérivés.
- En 10 ans le déficit a connu **une croissance annuelle moyenne de plus de 10 %**.
- Sur les 10 premiers mois 2017, un bond des ventes, notamment phosphates et produits agroalimentaires, permet **une contraction de -1,4 %** du déficit en 2017.



Evolution des échanges franco-marocains depuis 2006 (milliers €)

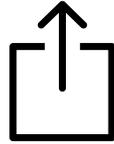


GTA-IHS d'après les douanes marocaines



4,95 milliards €

Soit + 16,7 %. Cette augmentation est notamment liée à la forte augmentation des importations de céréales (+100% par rapport à 2015).



4,31 milliards €

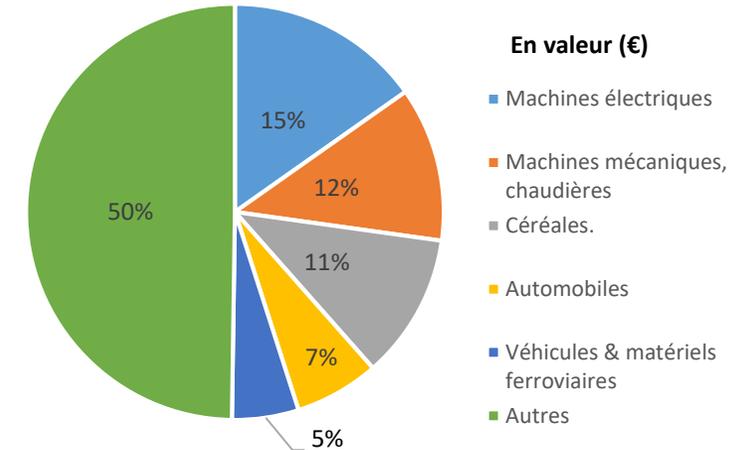
Soit une augmentation de +5,1 % par rapport à 2015 et +47 % par rapport à 2011. Cette augmentation est portée en particulier par les exportations de fruits (+46 %/2015 et +56%/2011).

En 2016, les principaux produits exportés par la France vers le Maroc concernent les filières électriques, les machines et appareils mécaniques, les céréales et les filières automobiles et ferroviaires.



L'importance du poste

céréales conduit nos exportations à être fortement dépendantes de la conjoncture agricole marocaine (pluviométrie). Ainsi en 2016, les exportations de céréales vers le Maroc ont progressé de +73,4 % par rapport à 2015, conséquence d'une campagne agricole plus faible. La part des céréales dans les exportations françaises vers le Maroc évolue donc entre 14 % lors des années de mauvaises récoltes (2011) et 7% si la récolte marocaine a été bonne (2015).



GTA-IHS d'après les douanes françaises

Le Maroc est le 20^{ème} client de la France, et son 23^{ème} fournisseur

En Milliers €	2006	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Balance commerciale	628 715	1 165 740	751 591	526 083	152 794	-319 461	21 865
Importations du Maroc	2 591 585	3 150 379	3 276 137	3 330 016	3 624 833	4 081 358	4 250 294
Exportations vers le Maroc	3 220 300	4 316 119	4 027 728	3 856 099	3 777 627	3 761 897	4 272 158

GTA-IHS - D'après les douanes françaises

En 2016, le Maroc est le **premier partenaire commercial de la France en Afrique**. Avec 13,2 % de parts de marché, la France est le 2^{ème} partenaire mondial du Royaume, derrière l'Espagne.

Structurellement déficitaire dans ses échanges avec la France, la balance commerciale marocaine se creuse en 2016 pour s'établir à 633 millions € soit +19,44 % / 2015. En effet, les importations marocaines en provenance de France ont augmenté plus rapidement que les exportations vers notre pays.

D'après les douanes marocaines, les principaux produits exportés du Maroc vers la France sont : les machines et appareils électriques (27 % des exportations), le secteur automobile (15 %), le textile (9,4 %), et les légumes (9,3 %).

La montée en gamme de la production industrielle marocaine, et l'émergence du secteur automobile en particulier se reflètent dans les échanges avec la France. On observe ainsi que les exportations marocaines de véhicules automobiles vers la France ont été multipliées par cinq depuis 2011 et par plus de vingt en dix ans.



1^{er}

Partenaire commercial de la France en Afrique

2^{ème}

Pays non-européen d'accueil de la diaspora française (après les USA) soit

500 000

français installés au Maroc.

1^{er}

Pays de destination des touristes français soit

1/3 des 10

millions de touristes/an.

Un dialogue dense et régulier depuis 1995

Les relations bilatérales entre la France et le Maroc peuvent être qualifiées d'excellentes. Elles reposent sur de nombreux échanges politiques et partenariats économiques.

- **Visites officielles** de chefs d'Etats :
 - ⇒ Entre les 2 tours des élections présidentielles de 2017, le roi Mohammed VI est le dernier chef d'Etat à recevoir François Hollande en mai 2017.
 - ⇒ Emmanuel Macron y effectue sa 1^{ère} visite bilatérale de chef d'Etat hors d'Europe, le 14 juin dernier.
- **Les Rencontres de Haut Niveau** réunissent régulièrement les chefs de gouvernement français et marocains. Les 13^{èmes} Rencontres ont eu lieu le 15 et 16 novembre 2017 à Rabat entre Edouard Philippe et Saâdeddine El-Othmani. Ces rencontres ont pour objectif de renforcer la coopération franco-marocaine sur les domaines économiques, politiques ou encore sécuritaires.
- **Accord de coopération interparlementaire** depuis 1999, et renforcé en 2015 sur les problématiques sécuritaires d'une part et environnementaux d'autre part.
- Outre les **engagements financiers de l'Agence Française de Développement** sur des sujets tels que la santé, la formation, l'emploi, et les infrastructures, de nombreux accords de partenariats ont été signés dans les domaines non seulement économiques, mais également environnementaux, sociaux, familiaux, etc.

L'origine France, appréciée et connue des opérateurs marocains

Langue, histoire commune, liens diplomatiques renforcés, proximité géographique : autant d'avantages pour les entreprises françaises au Maroc.

- ⇒ Les acteurs marocains sont en effet généralement très accueillants avec les entreprises françaises dont ils **connaissent très bien l'offre produit et technique**.
- ⇒ Cependant, le Maroc reste **un marché de prix**, assez peu sophistiqué, où les produits français ne sont pas toujours compétitifs, notamment dans un contexte de concurrence accrue, à la fois européenne et mondiale. De nouveaux pays, tels que l'Inde ou la Turquie, gagnent en effet des parts sur le marché marocain, notamment sur les filières agricoles et agroalimentaires.



Une présence française historique et dynamique

- Des entreprises, fleurons industriels français, présentes dans de nombreux secteurs, et notamment agroalimentaire : **Danone** (91% de la Centrale Laitière en 2014 et leader des produits laitiers au Maroc) ; **AVRIL** (41% du capital de Lesieur Cristal) ; **CASTEL**, etc...
- La plus emblématique de ces entreprises est sans doute **PSA**, dont l'investissement dans la ville de Kenitra à hauteur de plus de 500 millions d'euros permet d'accompagner le Maroc vers une modernisation et une montée en gamme de la production industrielle automobile (moteurs en particulier). Les produits fabriqués dans les usines PSA au Maroc sont destinés à 80% au marché d'Afrique de l'Ouest et Centrale.



Edouard Philippe et Saâdeddine El-Othmani lors des 13^{èmes} RHN – Rabat, le 16/10/17



1^{er}

Investisseur européen au Maroc (6 mois 2017, d'après l'Office des Changes). Elle se situe au 3^{ème} rang des IDE mondiaux après les Etats-Unis et les Emirats Arabes Unis

800

Entreprises françaises installées au Maroc soit une augmentation des implantations de +40 % depuis 3 ans, après un léger recul

2^{ème}

Fournisseur mondial du Maroc, après l'Espagne, soit 13 % des importations en 2016.

1^{er}

Pays d'accueil de la diaspora marocaine soit

1,5 millions

de Marocains vivant en France (vs. 800 000 en Espagne) et

35 % de transferts de fonds en provenance des Marocains de l'étranger.



Mettre en adéquation l'offre française avec les besoins engendrés par les nouvelles stratégies et programmes de développement économique, en terme d'équipements, mais aussi de formation et d'expertise, conseil.

Inscrire son offre dans une dynamique marocaine de hub vers l'Afrique, en particulier sur les secteurs de l'agroalimentaire, de l'automobile, des infrastructures et du tourisme.

« Nous avons tous les ingrédients pour réussir un **triangle trois fois gagnant** : en France, au Maroc et en Afrique. Il y a un grand potentiel économique, bien sûr, mais social aussi (...). Par ailleurs 10 millions de jeunes arrivent chaque année sur le marché, c'est un enjeu très important. »

Mohamed FIKRAT, PDG de Cosumar.



Nouveau campus ESSEC Afrique-Atlantique à Rabat, inauguré le 21 avril 2017. Sur 6 000 m², ce campus a pour ambition d'accueillir 480 étudiants, marocains et africains.

Comment maintenir le partenariat existant?

>> Attirer et **créer des chaînes de sous-traitance** pour aider à relever le défi de l'emploi;

>> Etre **plus agressif et présent physiquement** – avec une offre raisonnable en termes de service après-vente et de suivi technique;

>> **Explorer les partenariats publics-privés** initiés par le Maroc, notamment dans les domaines de développement durable, tels que les projets dans l'énergie solaire et éolienne, de biogaz et biomasse, etc...La consolidation de ces partenariats s'inscrit dans la logique des COP 21 à Paris en 2015 et COP 22 à Marrakech en 2016.

>> **Miser sur l'éducation et la formation** : Avec le projet d'une école supérieure des Arts et Métiers à Zénata, le Maroc accueillera six campus de grandes écoles françaises parmi lesquelles l'ESSEC, l'EM-Lyon, l'Université Paris-Dauphine, l'Ecole Centrale, etc.

La France peut ainsi profiter de la stratégie « soft power » du Maroc, qui espère séduire les étudiants africains doublement attirés par la proximité du Royaume et l'estampille française.

>> **S'emparer des problématiques d'infrastructures** sur lesquelles le Maroc continue d'investir massivement, par exemple :

- les nouvelles infrastructures portuaires de Kenitra Atlantique et Nador West Med ;
- Le chantier de la première ligne ferroviaire à grande vitesse en Afrique – sur lequel la SNCF apporte un suivi et une expertise technique tout au long du projet. La contribution de l'AFD est estimée à 300 millions € et celle de la France à plus d'1 milliard € soit plus de 50% du coût du projet.
- L'installation de transports collectifs durables dans les villes marocaines, notamment les projets de tramway et de lignes de bus à haut niveau de services à Casablanca et à Rabat
- le développement urbain de nouvelles écocités telles que celle de Zenata, les quartiers urbains de Casa Anfa, de Mazagan etc...

3. Situation agricole et agroalimentaire

- ❖ *Dynamiques générales*
- ❖ *Les plans gouvernementaux*
- ❖ *Les échanges agroalimentaires du Maroc*

Monsieur Aziz AKHANNOUCH,
Ministre de l'Agriculture, de la Pêche
maritime, du Développement Rural et des
Eaux & Forêt, depuis 2007.



L'Agriculture : un secteur clé de l'économie marocaine

- La croissance économique du Maroc est **particulièrement dépendante** du secteur agricole, secteur dont la valorisation est elle-même très sensible aux aléas climatiques.
- Un secteur moteur et clé de croissance de l'économie marocaine :
 - >> **Enjeu économique** puisque le secteur agricole génère près de 13% du PIB en 2016 (selon la Banque Mondiale). En moyenne depuis 2005, le poids de l'agriculture dans le PIB marocain oscille entre 12,5 % et 15 %, tandis qu'il se situait plutôt entre 15 % et 20 % dans les années 90.
 - >> **Enjeu de stabilité sociale** : l'agriculture emploie en effet près de 4 millions de personnes, soit 40 % de la population active; ce chiffre pouvant atteindre 70 % à 80 % de la population dans les zones rurales.

- La surface agricole au Maroc est estimée à 8,7 millions hectares (soit 12,3 % de la superficie du pays).
- Le Maroc se caractérise par une grande diversité agro-climatique, permettant une large gamme de productions agricoles.

Cependant, la stratégie longtemps adoptée d'extension des cultures céréalières conduit aujourd'hui à une domination de la SAU par les céréales au détriment de productions mieux valorisées, et ce malgré les objectifs du Plan Maroc Vert, qui encourage le transfert de la céréaliculture vers des productions à plus forte valeur ajoutée, telles que l'arboriculture :

- ✓ 52 % de la SAU est consacrée aux céréales qui ne contribuent qu'à 18% du PIB agricole.
- ✓ 5 % de la SAU est dédiée au maraîchage, qui a l'inverse contribue à 21% de la valeur de la production agricole.

- Le Maroc est le 1^{er} producteur mondial de menthe, 3^{ème} producteur d'haricots verts, 4^{ème} producteur de figues, coings, amandes, 5^{ème} producteur d'olives, 8^{ème} producteur d'agrumes (tangerines, clémentines, mandarines).
- Par ailleurs, le Maroc a également une production, en croissance, d'épices et d'herbes aromatiques, très diversifiée selon les terroirs.
- La pays est également, traditionnellement, **un grand pays de production animale** : les élevages ovins, caprins, bovins, camelins et de volailles représentent **38 % du PIB agricole et emploient 20 % de la population active rurale**.

Un secteur industriel phare dans le panorama industriel du Maroc :

- L'industrie agroalimentaire est la **1^{ère} industrie du pays** bénéficiant d'une demande intérieure en croissance, tirée par le changement des habitudes de consommation, et d'une forte demande des marchés internationaux, tant en termes de quantité que de qualité.
- La filière contribue à ~ **8% du PIB national** et près de 27 % du PIB industriel en 2016, soit une production estimée à près de 8 Mrd € dont **25 % sont destinés à l'export**.
- L'agroalimentaire compte 2 050 entreprises (soit ¼ des établissements du pays), employant **+100 000 personnes**.
- L'industrie de transformation et valorisation des **produits de la pêche** occupe une place primordiale dans la filière agroalimentaire, suivie par les industries de transformation de **fruits et légumes**, notamment jus d'agrumes, conserves de tomates, et d'olives.



13 % du PIB
11,66 Mrd \$



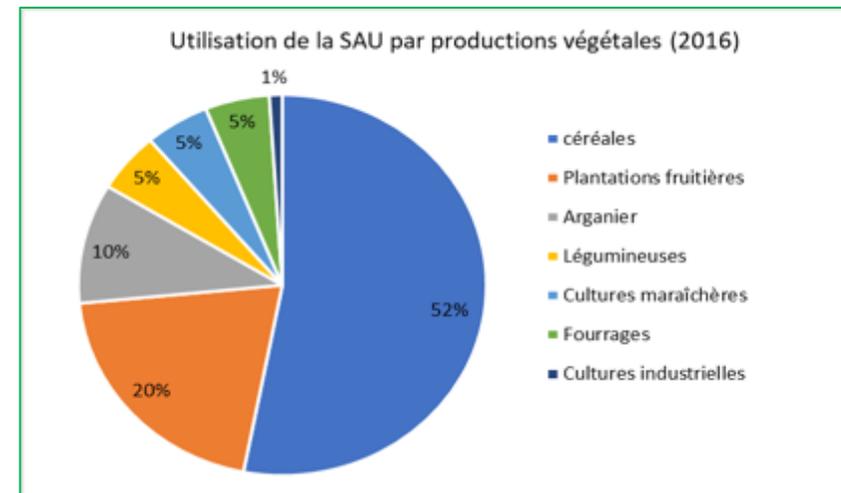
~ 4 M employés
40 % de la population active



SAU : 8,7 M hectares
12,3 % de la superficie totale



Agro-industrie : 5 % PIB
~ 11 Mrd EUR



>> **70 %** des 1,5 M exploitations situées dans les zones semi-arides/arides ou montagneuses.
 >> **20 %** situées dans les zones de bour (zone de culture non-irriguée) favorable (<400 mm/an).
 >> **7 %** dans les zones de grande irrigation.
 >> **3%** restant dans les zones sahariennes et oasiennes.

Parcellisation des exploitations et faible mécanisation

■ Structure duale des exploitations et morcellement des propriétés

Les exploitations agricoles marocaines se caractérisent par une forte parcellisation et un morcellement des terrains :

- ✓ Les petites exploitations de moins de 5 ha, au mode de fonctionnement très familial dominant le paysage agricole du Royaume : 70 % des exploitations occupant moins du tiers de la SAU. Les successions et héritages entre les enfants aggravent encore la parcellisation des terrains.
- ✓ Les plus grandes exploitations occupent à l'inverse plus de 70 % des terrains agraires et assurent l'essentiel des exportations, et des activités de transformation et de valorisation.

Malgré des résultats certains dans le cadre du PMV, le secteur reste dominé par l'agriculture vivrière menée par les fellahs, dont la production est intrinsèquement liée à la météo, et principalement destinée à satisfaire les besoins familiaux. L'éventuel surplus est écoulé sur les marchés traditionnels locaux.

Le morcellement des propriétés, la très faible mécanisation, de l'ordre de 15 % des exploitations, hors cultures céréalières et l'absence d'agriculteurs formés (70 % d'analphabétisation dans certaines zones rurales) rendent l'introduction de méthodes de production modernes et performantes difficiles, notamment en terme de gestion de l'eau, utilisation des intrants, traitement des terres (pivot des cultures).



Vers le développement d'une agriculture irriguée et durable

- Le manque d'eau qui s'intensifie, conséquence des changements climatiques, représente un réel défi pour les producteurs (et éleveurs) marocains : 80 à 90 % des ressources en eau utilisées pour l'agriculture.
- 139 barrages selon le Secrétariat d'Etat chargé de l'Eau, pour une capacité de stockage de 17,6 Mrd de m³ l'objectif étant d'atteindre 25 Mrd m³ d'ici 2030 par la construction d'une cinquantaine de nouveaux barrages. 1,5 M ha agricoles irrigués en 2017.
- Un enjeu en termes de développement durable et de croissance de richesse et d'emplois. Réduire la dépendance à la pluviométrie permet en effet d'évoluer **vers une agriculture à plus forte valeur ajoutée**, et donc d'améliorer les performances à l'export.
- L'enjeu du développement de techniques d'irrigation modernes et de précision est d'autant plus important que l'agriculture irriguée, pratiquée uniquement sur **15 % des surfaces cultivées** au Maroc, concerne néanmoins près de **45 % de la valeur ajoutée agricole**.
- Le secteur irrigué contribue ainsi à 99 % de la production sucrière, 82 % de la production maraîchère, 100 % de celle des agrumes; 75 % des fourrages et 75 % de celle du secteur laitier.
- A l'inverse, 62 % des surfaces des Bours, dont l'irrigation repose essentiellement sur la pluviométrie, sont consacrées à la filière céréalière.

NEWS

Le Maroc est actuellement affecté **par un retard des pluies au lancement de la campagne agricole 2017-2018**, qui risque de peser fortement sur les résultats à venir.

=> **Mise en place de diverses mesures**, relatives à l'approvisionnement régulier des intrants et la rationalisation des ressources hydriques, augurant de **nouvelles d'opportunités** pour l'expertise européenne et française.

- ✓ Poursuite de la mise en œuvre de l'assurance agricole sur une superficie d'1 million ha de terres agricoles et 50 000 ha de vergers.
- ✓ Investissements de 1 Mrd DH pour les équipements hydro-agricoles.
- ✓ Faciliter les accès aux intrants : subventions sur l'approvisionnement en engrais et en semences sélectionnées (1,7 millions quintaux de semences disponibles à prix incitatifs), collaboration avec l'OCP pour approvisionner le marché de 500 000 tonnes d'engrais.

Des mesures d'accompagnement :

- Afin de rationaliser et maximiser l'utilisation en eau, dans un contexte de stress hydrique, le Maroc a mis en place différents plans nationaux. Outre le Plan Maroc Vert qui a pour objectifs l'extension des surfaces irriguées (de 60 000 ha à 1,6 million ha), le gouvernement a mis en place **le Plan national d'Eau en Irrigation** pour accompagner les agriculteurs dans la reconversion vers une irrigation maîtrisée.
 - ✓ Parmi les moyens utilisés : désalinisation; reconversion en micro-irrigation (goutte-à-goutte)
 - ✓ Modernisation du réseau d'irrigation dans les grandes zones irriguées
 - ✓ Fiabilité et qualité de l'accès à l'eau.
- **Des aides et des subventions** viennent compléter ces projets : le Royaume prend ainsi en charge 100 % des investissements dans la micro-irrigation pour les exploitations de moins de 5 hectares. Le Crédit Agricole du Maroc propose également des aides de financement, reposant notamment sur des subventions du Fonds de Développement Agricole (FDA).



Opportunités :

- ⇒ **Expertise** pour une meilleure gestion de l'eau et en formation d'usage des nouvelles technologies.
- ⇒ **Développement de technologies d'irrigation** de précision, mais qui restent encore un marché de niche, réservé aux plus gros agrégateurs, et exploitants agricoles. Ceux-ci sont par ailleurs confrontés à de nombreuses difficultés, et notamment à une main d'œuvre peu qualifiée et peu formée pour l'usage de ces technologies.



Le Plan Maroc Vert (PMV)

- ✓ Mis en place en 2008.
- ✓ Se construit autour de deux piliers, ayant à cœur de soutenir les 2 aspects de l'agriculture marocaine, dans une double logique **de préservation des emplois, et de développement durable**.
- ✓ Dans une vision de Coopération Sud-Sud : exportation du modèle vert marocain à certains pays africains (Côte d'Ivoire).

Pilier I

Enjeux : Avènement d'une agriculture à forte valeur ajoutée destinée à l'export.

- Dans un marché international de plus en plus concurrentiel.
- Spécialisation accrue sur des segments à forte valeur ajoutée (fruits et légumes) ou à forte productivité (céréales, lait et viandes).
- Intensification et productivité vers une meilleure qualité des matières premières pour répondre à la demande des industries agroalimentaires.

Pilier II

Enjeux : Soutenir la petite agriculture traditionnelle et familiale

- Améliorer les conditions de vie des populations rurales locales; par exemple, multiplier les revenus par 2 ou 3 d'ici 10 ans.
- Lutter contre l'exode rural.
- Projets de diversification vers des niches (produits du terroir et IGP).
- Accompagnement dans la reconversion de la céréaliculture vers des cultures à plus fortes valeurs ajoutées.

La course à la productivité et à la valeur ajoutée

Enjeux : Maîtriser l'ensemble de la chaîne de valeur de l'amont à l'aval agricole

- Répondre aux enjeux sociaux et proposer une offre de produits transformés plus abordables (vs. produits importés) pour les ménages.
- Répondre aux enjeux de développement durable : raréfaction des ressources notamment en eau.
- Répondre aux nouvelles exigences de la distribution moderne et des consommateurs : traçabilité et maîtrise de la qualité.

Le Plan Maroc Vert a également **une approche filières construite autour de contrats-programmes** et portée par les autorités publiques (Ministère et directions régionales), les interprofessions et les entreprises concernées.

- ✓ 19 contrats programme portant sur 14 filières végétales et 5 filières animales. Depuis 2017, un contrat-programme sur l'agro-industrie.
 - ✓ Encourager et promouvoir l'amont agricole en termes de qualité et de productivité.
- Par exemple, soutenir les investissements en matière d'irrigation et notamment de gouttes à gouttes.*
- ✓ Promouvoir une approche intégrée de l'amont à l'aval agricole : agrégation qui met en relation petits exploitants et agro-industriels, qui ont besoin de matières premières de qualité, pour construire un secteur industriel performant et compétitif.
 - ✓ Les contrats-programme mettent en place également un volet formation pour accroître la technicité de la main d'œuvre agricole et un volet recherche & développement pour accompagner l'insertion de nouvelles technologies, variétés, techniques...

>> La Plan Maroc Vert est par ailleurs accompagné par plusieurs organisations internationales telles que la FAO, la Banque africaine de développement, l'Agence française de développement et la Banque mondiale.

>> **Création de 6 agropoles** dans les principaux bassins de production : 2 agropoles opérationnelles (Meknès et Berkane) et 4 en projet : Tadla, Souss Massa, Haouz et Gharb.



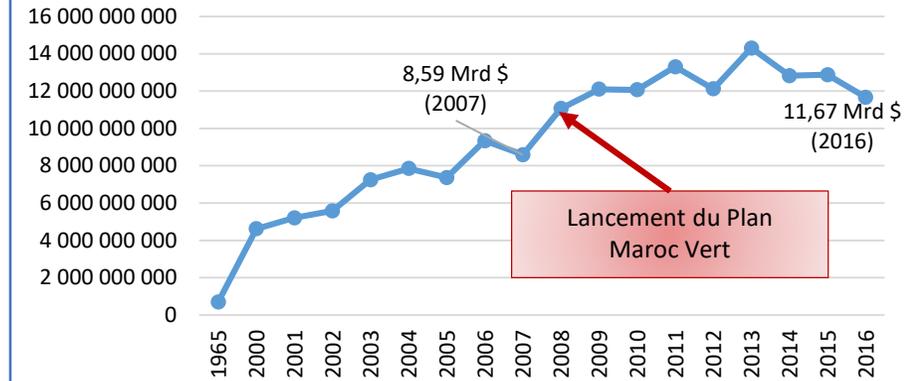
Quelles opportunités pour les entreprises françaises ?

- >> **Soutien technique et accompagnement** par l'expertise, par exemple dans la structuration des interprofessions.
- >> Formation de la main d'œuvre et encadrement notamment sur l'utilisation des machines agricoles, des technologies nouvelles, etc.
- >> Le Plan Maroc Vert crée/ a créé **des besoins en outils de production de qualité** pour une meilleure productivité : machines, équipements d'irrigation, génétique, intrants...
- >> **Via les appels d'offre et les PPP de l'ADA :**
 - Participation au capital de sociétés marocains une fois le PPP établi; location de terres par l'Etat.
 - Investissements dans la modernisation des unités de valorisation et équipements process IAA.

Résultats et objectifs depuis 2008 :

- >> Croissance de la valeur ajoutée de la production agricole :
 - ✓ +36 % entre 2007 (avant la mise en œuvre du PMV) et 2016.
- >> Créer des emplois, et améliorer le revenu agricole pour faire face à l'exode rural : 1,5 millions d'emplois d'ici 2020.
 - ✓ 24 000 emplois créés dans les filières agricoles
 - ✓ Revenu des agriculteurs en hausse : +48 %
- >> Résilience du secteur face aux aléas climatiques : malgré une forte sécheresse en 2016, la baisse de la valeur ajoutée agricole s'est établie à près de -9 %, tandis qu'au début des années 2000, une baisse de la production céréalière pouvait impacter la valeur ajoutée jusqu'à -26%.
- >> Transition de la céréaliculture aux plantations fruitières
 - ✓ croissance de la surface dédiée à l'arboriculture fruitière : +5 % de SAU, soit près de 3000 ha supplémentaires.
- >> Attirer des investissements étrangers pour permettre à certains secteurs une meilleure productivité
 - ✓ 56 Mrd EUR d'investissements privés, soit une augmentation des investissements dans l'amont agricole de +170 % entre 2008 et 2014.
- >> Encourager les exportations sur les secteurs les plus compétitifs, et accroître la valeur des exportations en proposant au marché international des produits à plus forte valeur ajoutée : accroître la valeur des exportations de 8 Mrd DH à 44 Mrd DH.

Evolution de la valeur ajoutée de l'Agriculture au Maroc (USD courant)



Source : d'après les données de la Banque Mondiale

Les autres plans de développement confirment l'empreinte gouvernemental dans le développement du secteur agricole en vue d'un secteur résilient et compétitif.



✓ Le Plan d'Accélération Industrielle.

- Passer de l'agriculture à l'agro-industrie => aujourd'hui une grande partie de l'agriculture est exportée sans transformation
- => Porté par le PNEI – Pacte national pour l'émergence industrielle (développement des « Métiers Mondiaux du Maroc » dont fait partie l'agroalimentaire).
- => Ambition : créer 60 000 emplois et augmenter la valeur ajoutée de 5 Mrd DH d'ici 2020.



✓ Le programme Rawaj-Vision 2020 :

- => Développer le **commerce intérieur** (GMS, commerces de proximité, marchés de gros) pour améliorer l'approvisionnement => passer de 11 % PIB en 2016 à 15 % en 2020 et créer + 450 000 emplois.
- => Rééquilibrage du maillage commercial sur le territoire en adaptant les types de distribution selon les régions
- => Proposer de nouveaux formats (e-commerce)
- => Modernisation des commerce de proximité pour garantir une traçabilité et une qualité des produits vendus
- => Adapter l'offre aux nouveaux besoins et nouvelles tendances de consommation.



✓ Le Plan Halieutis

- => Augmentation des apports de la pêche à 1,66 millions de tonnes à l'horizon 2020 (en 2017 1 million de tonnes produits)
- => Création de nouvelles capacités portuaires en lien avec la stratégie portuaire du Royaume
- => Un accroissement des exportations de produits de la pêche et dérivés
- => Mise en place du programme de développement de l'aquaculture.

Forte implication de l'Etat

- >> Structuration du ministère pour la mise en place du Plan Maroc Vert, et mobilisation des 12 régions du Maroc, via les **Offices Régionaux de mise en valeur agricole (ORMVA)**.
- >> Encadrement en matière d'implémentation, de suivi de la réglementation, de formation des agriculteurs.
- >> Déclinaison régionale du Plan Maroc Vert et des contrats-programmes.

Structuration des institutions publiques pour accompagner la mise en œuvre des différents plans agricoles de développement.

 <p>Le Fonds de Développement Agricole (FDA)</p>	<p>Gestion des subventions de l'Etat dans le domaine de l'irrigation; dans la création de vergers, la mécanisation, l'export, etc. Mise en place d'outils d'appui aux investissements privés et publics.</p>
 <p>L'Agence pour le Développement Agricole (ADA)</p>	<p>Mise en œuvre de la stratégie de Pilier I en lien avec les régions – gère les partenariats publics/privés et les appels d'offre, y compris à destination des entreprises étrangères</p>
 <p>L'Office national de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA)</p>	<p>Mise en place d'outils de contrôle, de réglementation et de protection sanitaire renforcés, de l'amont agricole à l'aval, et la distribution. Intervient par exemple sur la réforme des abattoirs et des marchés de gros.</p>
 <p>L'Office Nationale du Conseil Agricole (ONCA)</p>	<p>Mise en place d'encadrements rapprochés et régionaux des agriculteurs pour faciliter le déploiement des contrats et atteindre les objectifs fixés.</p>
 <p>L'Etablissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE)</p>	<p>Contrôle des produits destinés à l'exportation, de veille concurrentielle et stratégique sur les marchés clients, de promotion de l'image des produits marocains et d'accompagnement des exportations des petites entreprises.</p>



Les interprofessions agricoles

- >> Loi 12-03 mise en place en 2008 pour structurer les filières animales, végétales et halieutiques, et accompagner le développement filière via l'approche « Chaîne de valeur ».
- >> Textes d'application entrés en vigueur en septembre 2015.
- >> 19 interprofessions regroupant pour chaque filière l'ensemble de la chaîne de valeur de la production à la commercialisation en passant par la transformation. Chacune ont signé avec le gouvernement des contrats-programmes relatifs à leur filière.
- >> 9 interprofessions ont été officiellement reconnues à ce jour : la FIMASUCRE, Maroc Citrus (Agrumes), la FNIR (riz), la FNIS (Semences), la FOLEA (Oléagineux), la FIMABIO (Filière Biologique), la FIMALAIT (lait), la FIVIAR (Viandes rouges), la FISA (secteur avicole).
- >> D'autres demandes de reconnaissance sont en cours d'examen.

L'agrégation : une réponse à la parcellisation?

>> Investissements de l'agrégateur dans les outils de production et partage des bénéfices.

- ✓ **Cadre juridique** : Achat de la production par l'agrégateur, souvent un agro-industriel, selon un prix fixé au début du contrat et selon un cahier des charges précis. Il fournit également les outils de production (intrants, irrigation), l'encadrement technique et un suivi technique pour garantir une meilleure traçabilité et qualité de production.
- ✓ **Cadre incitatif** via des subventions de l'Etat :
 - Agrégateur : subventions forfaitaires selon le nombre d'agrégés, les projets mis en place, le nombre d'hectares agrégés.
 - Agrégés : subventions à taux bonifié pour faciliter l'accès de matériels en termes d'irrigation, d'achats de matériels, de génétique. Le système leur permet d'avoir accès à des techniques de production améliorées, mais également les accompagne sur la mise sur le marché et la commercialisation de leurs produits.
- ✓ **Mise en avant des unités de valorisation et de l'aval** de la chaîne agricole par l'agrégation : capacité financière des unités de transformation réduite car faute de production suffisante ou de qualité, utilisation réduite (parfois à 30 % de leur capacité).
 - Par l'agrégation, construire un système intégré permettant une production compétitive de l'amont à l'aval et jusqu'à la distribution.
 - Les unités de valorisation pouvant faire l'objet de partenariats publics privés : unités de stockage de céréales, unités de trituration des olives, unités de valorisation des dattes, plateformes de services logistiques et commerciales pour les produits de la mer.

Des modèles d'agrégation réussie

Filière tomates

- ✓ **Autour d'un pôle intégré à Agadir**
- ✓ Développement d'une filière tomates (primeurs) pour l'export.
- ✓ Maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeurs (fertilisants, emballage, logistique, formation).

Filières fruits rouges

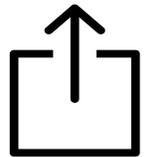
- ✓ **Filière d'exportation de fraises dans le Nord**
- ✓ Fraises fraîches et surgelées haut de gamme à destination de l'Europe.
- ✓ 500 producteurs agrégés par 5 grands exportateurs.

Filière Sucre

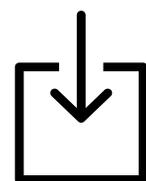
- ✓ **Agrégation à l'échelle nationale autour de la COSUMAR**
- ✓ 80 000 agrégés sur 90 000 hectares soit l'ensemble de la production nationale.
- ✓ Optimisation des pratiques et des rendements.

Filière laitière

- ✓ **COPAG -20 % de la collecte laitière du Maroc**
- ✓ 14 000 éleveurs agrégés pour 170 M L lait soit 11 % de la production nationale.
- ✓ Mise en place d'une filière nationale de lait, autour de centres de collecte.
- ✓ Intégration autour des unités industrielles de transformation de lait.



4,44 Mrd € exportés en 2016 soit +5,2 %/2015
 ~20 % des exportations totales du Pays en 2016
 25 % de la production agroalimentaire

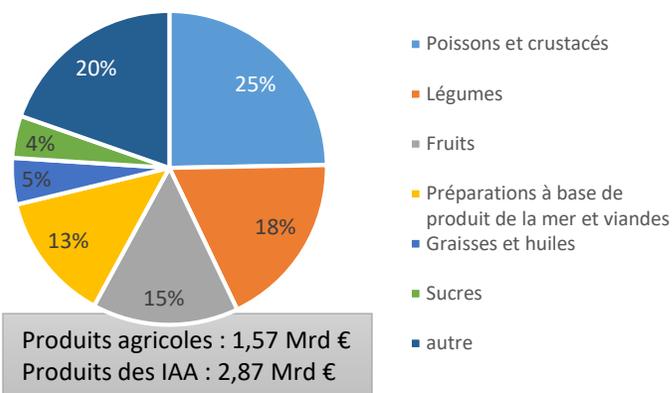


4,80 Mrd € importés en 2016 soit +21,9%/2015
 ~12 % des importations totales du Pays en 2016

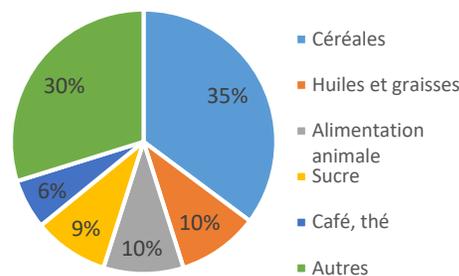


Le Maroc est le 48^{ème} exportateur agroalimentaire mondial :
 >> 1^{er} exportateur mondial de **câpres, haricots verts et huile d'argan** ; 3^{ème} exportateur de conserves d'olives ; 4^{ème} exportateur de tomates et clémentines.
 >> 3^{ème} exportateur de la région MENA et 4^{ème} exportateur du continent africain.

Principaux produits exportés (€, 2016)



Principaux produits importés (€, 2016)



Fournisseurs en 2016 et leurs parts de marché dans les ventes	Principaux produits concernés
N°1 : France - 796,3 M € soit 16,6 % PDM	Céréales (70,3 %); produits laitiers (3,7% surtout fromages et lactosérum); Animaux vivants (3,4 % - surtout bovins)
N°2 : Brésil - 473,9 M € soit 9,9 % PDM	Sucres (89 %); Céréales (8,2 %)
N°3 : Etats-Unis - 412,2 M € soit 8,6 % PDM	Céréales (55,6 %); Alimentation animale (26,3 %); Graines fruits oléagineux et semences (7,6 %)
N°4 : Argentine - 390,4 M € soit 8,1 % PDM	Céréales (47,5 %); Alimentation animale (36,2%); Huiles soja et tournesol (10,1%).
N°5 : Espagne - 310,6 M € soit 6,5 %	Huiles soja et tournesol (39,5%); Horticulture (11,1%); Légumes (5,8%).

A la recherche de l'autosuffisance :

- Le Maroc demeure encore dépendant **des importations en céréales**, pour satisfaire les besoins non seulement de l'alimentation humaine mais également animale, et ce malgré les efforts fournis.
- Le pays dépend également **des importations de sucre** (50 % des besoins importés), **d'huiles végétales**, et de tous les **outils de production** tels que machinisme agricole, engrais, semences végétales, génétique animale.
- Cependant, les efforts de développement du secteur ont permis d'améliorer **l'autosuffisance alimentaire** pour les viandes, les fruits, les légumes, et le lait dont respectivement 100 %, 90 % et 82 % des besoins sont couverts par la production locale.
- Par ailleurs, la volonté d'accroître les exportations s'inscrit dans une dynamique d'autosuffisance et de régulation de la production :
 - Eviter d'être trop dépendant des fluctuations des prix des matières premières;
 - Diversifier les marchés pour écouler la surproduction et éviter une saturation du marché intérieur.



63 % des exportations à destination de l'UE dont l'Espagne (22,5 %) et la France (19,0%).

- ⇒ Des exigences sanitaires et des critères de qualités qui doivent encourager les investissements dans l'innovation et la productivité industrielle.
- ⇒ Des produits à faible valeur ajoutée qui doivent gagner en valorisation par la transformation.

11^{ème} fournisseur de la France
13^{ème} client de la France

725,1 M € exportés
soit
1,3 % des exportations
mondiales françaises dans
l'agroalimentaire

Principaux produits exportés par la France en 2016 (€),
hors céréales :



Lait et produits laitiers (fromages et lactosérum principalement) : **12,2%**
=> **3^{ème}** fournisseur du Maroc



Plats préparés divers : **11 %**
=> **1^{er}** fournisseur du Maroc



Animaux vivants, notamment bovins et volailles : **10,0%**
=> **1^{er}** fournisseur du Maroc

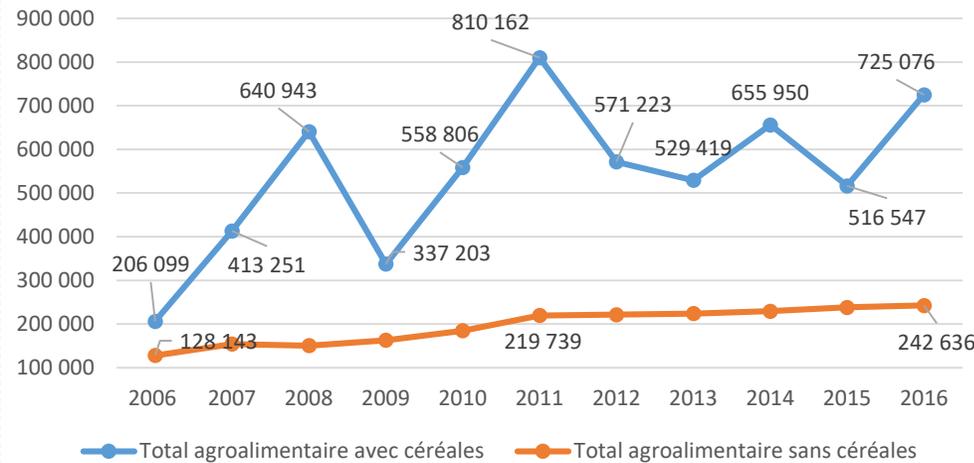


Graines, fruits oléagineux, semences : **9,9 %**
=> **2^{ème}** fournisseur du Maroc



Ingrédients et préparations à base de farines pour BVP : **9,3 %**
=> **1^{er}** fournisseur du Maroc

Evolution des exportations agroalimentaires françaises
2007-2016 (€, 24 chap)



La valeur des exportations françaises vers le Maroc est fortement liée aux céréales. La part des céréales dans les exportations françaises de produits agroalimentaires oscille en effet entre 55 % et 77 % au cours des dernières années, et s'établit à 66,5 % en 2016, conséquence d'une campagne agricole relativement médiocre (cf. tendances économiques – slide 16). On remarque cependant que depuis les années 2010-2011, les variations annuelles sont moins fortes qu'avant 2008. Le Plan Maroc Vert, en améliorant la résilience du secteur céréalier marocain aux aléas climatiques, a permis également une certaine stabilité dans la demande marocaine en céréales.

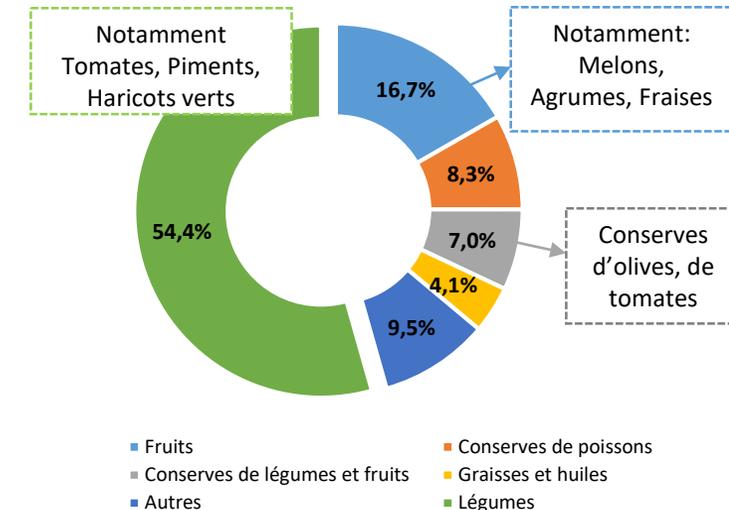
Au cours des 10 dernières années, la tendance est globalement à la hausse : **+13 % de croissance annuelle moyenne** (+6,6% hors céréales).

Une balance commerciale déficitaire pour la France
-279,5 M€

La France importe des fruits et légumes du Maroc, ainsi que des conserves de produits de la mer, et des préparations à base de légumes (conserves de tomates).



La France importe en effet **1,0 M €** de produits agroalimentaires en provenance du Maroc. Il s'agit principalement de :



4. Les opportunités par filières

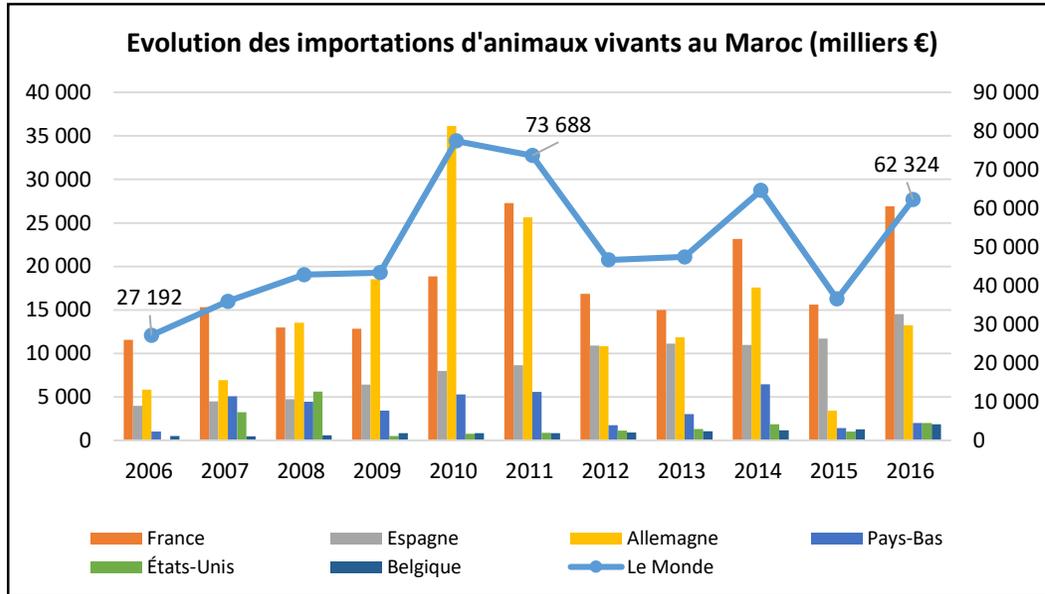
- ❖ *Filières animales*
- ❖ *Filières végétales*
- ❖ *L'Industrie Agro-Alimentaire*
- ❖ *Produits de consommation : gourmets et boissons*

4.1 Opportunités filière animale et équipements liés

- ✓ Dynamisme de production animale
 - ✓ Focus Aviculture
- ✓ Focus Elevage bovin laitier et viande
 - ✓ Focus Halieutique
- ✓ Focus équipements d'élevage et abattoirs

Le Maroc est un **pays d'élevage** – et le secteur joue un rôle socio-économique important : 38 % du PIB agricole et près de 20 % des emplois agricoles ruraux concernant plus de 75 % des exploitations agricoles, soit 1,79 million d'éleveurs. L'élevage constitue ainsi non seulement une source d'alimentation mais également une rente mobilisable pour les exploitations familiales.

En 2017, le cheptel (hors pêche et chevaux) s'établit à **28,58 millions têtes**.



- ✓ Sur les importations marocaines d'animaux vivants, la tendance est à la hausse : +8,6 % de croissance annuelle moyenne sur les 10 dernières années.
- ✓ Le Plan Maroc Vert, via les subventions, a permis d'encourager les importations : on observe en effet une accélération des importations marocaines à partir de 2009, boostées notamment par les subventions à l'achat de génétique.
- ✓ Les achats d'animaux vivants restent néanmoins dépendants des résultats des campagnes agricoles annuelles marocaines.
- ✓ La France, avec 26,9 M € soit ~43% de parts de marché (en valeur), est le 1^{er} fournisseur du Maroc en animaux vivants. Les ventes concernent à 51 % (en valeur) les animaux vivants de l'espèce bovine (13,8 M €). Le Maroc s'approvisionne également à plus de 35 % en génétique avicole auprès de la France, 2^{ème} fournisseur après l'Espagne sur ce segment.

Santé Animale :

Pour soutenir la filière élevage, et notamment ses ambitions à l'export, que ce soit vers l'Europe, l'Afrique ou les Pays du Golfe, le Maroc a adopté depuis quelques années une stratégie d'accompagnement des éleveurs sur les questions de santé animale, via l'ONSSA, et les services régionaux vétérinaires.

=> 7 laboratoires régionaux qui relèvent de l'ONSSA (Laâyoune, Agadir, Marrakech, Casablanca, Tanger, Meknès, Oujda).

Cependant faute de personnel et de temps, les missions portant sur la pratique des vaccins et les inspections sanitaires des abattoirs sont souvent déléguées à des vétérinaires et laboratoires privés.

La production locale de vaccins est en baisse, et 70 % des produits sont importés, notamment les nouveaux vaccins.

Le marché est assez concurrentiel tant international que local. Ainsi les grands groupes internationaux de la santé animale, s'ils ne sont plus présents via leurs filiales, passent désormais par des distributeurs spécialisés sur place pour fournir les laboratoires et vétérinaires.

Par ailleurs, de nombreux laboratoires locaux, parfois semi-étatiques se sont souvent spécialisés dans des pathologies plus spécifiques au pays, mais manquent de technicité (par exemple produits non-stériles).

Les besoins sont essentiellement sur la formation et l'expertise de vétérinaires, pour lutter contre les épizooties.

Cependant, la pénétration du marché doit prendre en compte la structure même des exploitations agricoles au Maroc : les petits éleveurs ne sont pas toujours réceptifs aux formations, d'autant que la plupart de la production animale passe par le circuit informel, qui échappe à toute traçabilité et suivi.



Autosuffisance et sécurité alimentaire :

- ✓ Le secteur contribue fortement à la sécurité alimentaire du pays : les productions nationales répondent à **82 % de la demande en lait, 98 % de la demande en viandes rouges et 100 % de la demande en viandes blanches**.
- ✓ Le marché applique donc à l'importation une politique très protectionniste (cf. p.47) : Droits de douanes qui s'élèvent à 200 % sur les viandes importées : importations de viandes quasi nulles, voire inexistantes sauf pour des morceaux haut de gamme à destination de l'armée et des viandes hachées pour les fast-food.



19 millions de volailles



- ✓ 560 000 tonnes de viandes blanches produites
- ✓ ~5 milliards d'œufs de consommation.
- ✓ CA: 2,91 Md € soit 3% PIBA
- ✓ 120 000 emplois directs (production) et 280 000 emplois indirects (distribution, commercialisation)
- ✓ 1,13 Md € d'investissements dans l'industrie

Le secteur avicole est l'un des secteurs agricoles les plus dynamiques du Maroc

- ✓ Un secteur en forte croissance : depuis 2011, croissance annuelle moyenne de **+7,4 %** pour la production de viandes de volailles et **+5,7%** pour la production d'œufs de consommation.
- ✓ 100 % des besoins en viandes de volailles sont couverts localement.
- ✓ **52 % de la consommation totale de viandes** : en effet les viandes blanches, notamment le poulet de chair, du fait de leur prix bas, sont accessibles à l'ensemble de la population.

17,4 kg/hab/an et 140 œufs en 2016*

Néanmoins le niveau reste en-deçà de la consommation dans les pays du Moyen-Orient qui s'établit autour de 28 à 45 kg/hab/an.

- ✓ Les produits avicoles participent pleinement à **l'amélioration de la sécurité alimentaire** : plus du tiers des protéines animales dans la ration alimentaire moyenne du consommateur marocain est fourni par le secteur avicole.
- ✓ Le Maroc est particulièrement **dépendant d'importations de poussins de 1 jour, et d'œufs à couver**. Il importe également près de 65 000 cannetons d'un jour. 95 % de vifs sont ainsi importés, engendrant une forte demande de traçabilité et de lutte contre les maladies qui circulent.
- ✓ L'approvisionnement des poussins reproducteurs pour le secteur avicole marocain est assuré à près de 60 % par la France. En 2016, près de 4 M de poussins et dindonneaux reproducteurs chair ont été importés par le Maroc.

L'impact du PMV et le contrat-programme sur la filière

- Encourager l'intégration du secteur et la valorisation de la production via des investissements de l'ordre de 3,76 milliards de dirhams pour la période 2011-2020.
- Les objectifs du contrat-programme:
 - ✓ Garantir la **sécurité alimentaire** en protéines animales et renforcer la **compétitivité** de la filière.
 - ✓ **Mise à niveau et modernisation** des unités de production, contrôle des abattoirs (passer de 80 % de tueries traditionnelles à 50 %) et suivi sanitaire plus rigoureux.
 - ✓ Amélioration des **circuits de distribution – commercialisation**, notamment par la mise en place de points de distribution moderne.
 - ✓ Encourager et multiplier par 10 **les échanges commerciaux à l'export**, notamment l'Afrique (Bénin, Mali, Burkina Faso, Togo en particulier)
- Moyens mis en œuvre :
 - ✓ Subventions pour l'installation et la mise à niveau d'unités d'élevage ; de circuits d'abattage modernes et industriels ; d'unités de conditionnements et de valorisation des œufs ; pour l'exportation.
 - ✓ Formation et encadrement dans le centre technique consacré : le Zoopole d'Aïn Jemaâ (Province de Nouaceur), qui réunit des formations pratiques et techniques dans les métiers de la viande (viandes blanches, rouges) et du lait.

Impacts attendus du Contrat programme	2010	2020
Production (poulet et dindons)	510 000 tonnes	900 000 tonnes
Œufs (milliards unités)	3,7	7,2
Consommation	17,2 kg/hab/an	25 kg/hab/an
Emplois (directs et indirects)	360 000	500 000 emplois
Investissement global : 376,2 M € dont 70 M€ de contribution de l'Etat		

Outre le contrat programme sur la filière aviculture, la FISA est également signataire du contrat programme agroalimentaire 2017-2021, qui vise à encourager le développement de l'industrie avicole et à promouvoir la consommation.

*En Europe : 30 kg/hab/an et 200 œufs/hab/an en moyenne

2 modèles d'élevage

- **Secteur traditionnel** : races locales/fermières dites Beldi
 - ✓ Production : 50 000 tonnes de viandes et 800 millions d'œufs.
 - ✓ Modèle extensif pratiqué dans les zones rurales, avec un élevage moyen de 8 poules.
 - ✓ **Alimentation naturelle et familiale** à base de déchets alimentaires ménagers, mais très peu d'aliments composés.
 - ✓ Ces élevages sont à destination de l'**autoconsommation** pour la majeure partie, le surplus est commercialisé dans les souks hebdomadaires et les marchés de gros où les consommateurs achètent des poulets vifs, qu'ils confient ensuite à une tuerie traditionnelle et locale.
 - ✓ Depuis le Plan Maroc Vert, le pilier II qui s'attache à préserver une agriculture solidaire et traditionnelle a permis le déblocage d'investissements de l'ordre de 5,6 M MAD en 2013, en vue de l'installation et de la promotion de l'élevage avicole fermier, un secteur de niche permettant la commercialisation de produits à plus haute valeur ajoutée, et répondant à un cahier des charges précis notamment en termes d'alimentation.
- **L'élevage intensif et industriel** qui s'est développé de manière très importante au Maroc.
 - ✓ L'avènement d'une filière intensive et moderne était nécessaire pour répondre aux besoins croissants des consommateurs en produits avicoles.
 - ✓ La production moderne est assurée par : 49 couvoirs de poussins type chair, 3 couvoirs de dindonneaux, 7 500 élevages de poulets de chair autorisés, 750 élevages de dindes, 27 abattoirs avicoles dont 5 unités de découpe pour viandes séparées mécaniquement et viande congelées.
 - ✓ Les élevages intensifs sont présents dans la plupart des régions, mais se concentrent **sur l'axe Kénitra-El Jadida**, à proximité des axes routiers majeurs et des grands centres urbains. Cet axe représente en effet 42 % de la capacité nationale des élevages de poulets de chair, 91 % de celle des élevages de dindes mais également 48 % de la capacité totale d'incubation des couvoirs de type chair, 75 % des couvoirs de type ponte, 73 % de la capacité des élevages de pondeuses d'œufs de consommation et 42 % de celle des élevages de poulets de chair.

L'essor de l'amont de la filière, tant en termes de production que de qualité, a permis le développement de l'industrie. Ainsi, le secteur avicole apparaît aujourd'hui comme relativement mature et intégré de l'amont à l'aval de sa production.

Cette maturité est, par ailleurs, portée par une filière assez structurée autour de son interprofession, la **Fédération interprofessionnelle du Secteur Avicole (FISA)**.

Celle-ci a été officiellement reconnue comme seule représentant légal de la profession avicole le 20 avril 2017. Elle est composée de 5 associations membres qui regroupent l'ensemble de la filière de l'amont à l'aval.

La filière se caractérise par **de grands groupes nationaux, très intégrés**, comprenant des unités d'élevage de poussins, de fabrication d'aliments, des abattages, des unités de transformation et de distribution grâce à une chaîne logistique intégrée.



Le cas du groupe familial Dar El Fellous



35 ans de métier dans les couvoirs avicoles et dans l'industrie moderne.

- ✓ **Reproduction et élevage.** Importation de reproducteurs de 1^{er} âge et production de poussins de chair et de poussins de ponte (Partenariat exclusif avec Hendrix Génétique aux Pays-Bas). Elevage hors sol dans de grosses unités de production.
 - ✓ **Fabrication d'alimentation animale** dans des laboratoires et usines privées. Capacité de stockage de 16 500 tonnes de matières premières en vrac qui sont importées : maïs (Argentine), soja et tournesol (Brésil, USA). Les silos sont quant à eux d'origine espagnole, car plus compétitifs. Les produits français sont d'après M. Dafir GUENNOUN, Président du Groupe, jugés « trop chers, malgré un fret assez court, et trop humides ».
 - ✓ **Abattoirs intégrés et industriels.**
 - ✓ Depuis 2017 : 1^{er} producteur de **poulets label fermiers, sous la marque « Al Hor »**. Le Label a été attribué au groupe lors du SIAM 2017.
- Exigences du label : volaille sélectionnée pour sa croissance lente avec une durée d'élevage de 71 jours, soit 2 fois plus qu'un poulet standard. Les poulets doivent également bénéficier d'une alimentation 100% végétale et avoir accès à un parcours extérieur.
- => Un marché de niche à fort potentiel et qui répond à la demande croissante de traçabilité d'une population au pouvoir d'achat plus élevé.
- => Commercialisés à partir de 60 DH (6 EUR) dans 400 boucheries et dans les magasins Aswak Salam.





Les défis et enjeux du secteur

- ✓ **Maitrise sanitaire de la filière**, notamment le contrôle des circuits informels d'abattoirs. Ainsi si 27 abattoirs sont recensés, **~92 % de la volaille élevée passe** par des tueries traditionnelles et informelles, après un passage dans des marchés de gros de volailles. Le circuit parallèle de la filière compterait ainsi près de 15 000 tueries et échappe aux règles d'hygiène, de santé et de traçabilité érigées par l'ONSA.

La concurrence est par ailleurs rude pour les abattoirs industriels modernes : ils ne tournent qu'à 50 % de leur capacité, et grâce à l'abattage de dindes dont 80 % est absorbé par le circuit moderne.

Malgré une prise de conscience croissante sur les aspects sanitaires et de traçabilité, l'acte d'achat est encore traditionnel et les mentalités peinent à changer. Par souci de fraîcheur du produit vif abattu instantanément, la ménagère préfère acheter, à bas prix, dans une tuerie de quartier.

- ✓ **Surproduction et chute des prix** : chute du prix de 20 % annoncé en août 2017 à mettre en parallèle avec une hausse de production estimée à +79 % par rapport aux années précédentes (selon la FISA).

⇒ Trouver de nouveaux marchés, y compris à l'export et donc améliorer les circuits de commercialisation et de distribution.

⇒ Développement des exportations vers l'Afrique. Cependant, outre les problèmes de logistique et de stockage (transport frigorifique), l'exportation marocaine se heurte également à des obstacles réglementaires (protectionnisme, tarification douanière et interdiction d'importation de produits finis) dans ces pays. Par ailleurs le Maroc doit également améliorer la **notoriété et l'image** des produits marocains.

- ✓ **Coût de production très élevé, 12 MAD/kg poids vif pour le poulet et 0,70 DH l'œuf, lié :**

- Aux importations de matières premières pour l'alimentation notamment pour la fabrication de prémix et vitamines.
- Aux importations de parentaux de poulets de chair et de dindes.



Audit européen pour l'ouverture à l'importation de produits avicoles marocains traités thermiquement (charcuterie).

3 audits prévus en cours relatifs à :

- La surveillance sanitaire (notamment l'influenza aviaire et la maladie de Newcastle) – mars 2017.
- La surveillance des résidus (médicaments, pesticides...) – septembre/octobre 2017.
- L'évaluation de l'aval de la filière (abattage, transformation, commercialisation et logistique) – début 2018.



Besoins et opportunités du secteur :

>> **Chaînes d'abattage** « clés en main ». Le Plan Maroc Vert souhaite en effet réduire la part des tueries traditionnelles dans l'abattage avicole de 92% aujourd'hui à 50 % d'ici 2020. Des subventions ont été mises en place pour encourager l'installation et la modernisation des unités.

>> **Investissements dans des unités de production**, de conservation et de stockage, dans les infrastructures de commercialisation.

>> **Alimentation animale** dont les matières premières sont importées : le couple maïs/soja représente 60 à 65 % du mix alimentaire. Production locale de concentrés minéraux et de composés azotés, à destination de l'aviculture, en forte croissance.

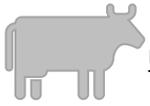
⇒ Concurrence importante des Etats-Unis, Brésil, Argentine, qui ont des volumétries très importantes et dont les produits, malgré le fret, restent plus compétitifs que les produits européens, français notamment.

⇒ Silos de stockage : présence espagnole car très compétitive sur le rapport qualité/prix.

>> Investissements étrangers **dans la recherche et la formation technique**, en partenariat avec la FISA, et le Zoopole : très faible technicité des éleveurs et de la main d'œuvre agricole.

>> **Savoir-faire en maîtrise sanitaire, suivi et traçabilité de la production.**

>> **A venir** : des opportunités en termes de **valorisation des déchets en engrais organiques**, qui pourront notamment se développer via le circuit industriel organisé, qui permet l'approvisionnement en grandes quantités. 45



Un secteur socio-économique fondamental au Maroc

La filière bovine regroupe environ 830 000 éleveurs, pour un effectif de 3,34 millions de têtes. La filière viande rouge assure, selon la FIVIAR (Fédération interprofessionnelle de viandes Rouges), 15 % du PIBA agricole.

Près de 75 % des exploitations agricoles possèdent des animaux d'élevage. Les bovins sont en effet largement utilisés comme :

- >> source de rente facilement mobilisable;
- >> source d'alimentation;
- >> outil de travail, la traction animale étant encore très répandue dans les petites exploitations familiales.

Différents systèmes de production

>> **Système laitier intensif** spécialisé en production laitière :

- ✓ Praticué à ~70 % dans les zones agricoles irriguées, il concerne près de 40 % du cheptel bovin.
- ✓ Accompagné d'une production fourragère importante car irriguée, qui couvre à peu près les besoins en alimentation animale. En complément d'une large utilisation de sous-produits agro-industriels.
- ✓ Prédominance de races améliorées laitières.
- ✓ Un circuit de commercialisation organisée : 60 à 70 % de la production nationale.

>> **Système bovin-mixte** :

- ✓ Dans les zones à pluviométrie favorable (>400 mm) et autour des grandes agglomérations urbaines. Il concerne 30 % des effectifs bovins.
- ✓ Basé sur l'alimentation concentrée et l'utilisation des sous-produits céréaliers (parcours, jachère, paille, chaumes, etc.). A l'inverse la contribution fourragère est faible voire nulle.

>> **Système bovin allaitant**, composé en quasi-totalité de race locale :

- ✓ Localisé essentiellement dans les zones agro-pastorales, le cheptel est majoritairement composé de jeunes bovins destinés à la boucherie.
- ✓ Elevage traditionnel et extensif, à faible productivité.
- ✓ Alimentation à base de sous-produits de l'agro-industrie et de céréales, notamment orge.

Focus Filière bovine – Chiffre clés



Production laitière

- >> La production laitière a fortement progressé au cours des 10 dernières années.
- >> Elle a doublé en 10 ans et atteint 2,6 milliards de litres en 2016.
- >> Cette croissance a été rendue possible par l'importation d'un cheptel laitier performant, l'amélioration des techniques de production et la lutte contre les épizooties.

2,6 milliards de litres

- ✓ Soit 40 % du cheptel bovin
- ✓ Chiffre d'affaires : 1,3 Md €
- ✓ Consommation : 54 L/hab/an



Production viande

- >> La production de viande bovine représente **52 % de la production totale de viande rouge**.
- >> Le développement de la filière laitière a permis progressivement le développement de la filière bovine viandes, par l'approvisionnement en jeunes veaux. Ainsi, la production de viande bovine a progressé de près **de 30 %** au cours des 10 dernières années.

>> **Objectif** : Améliorer la productivité et mettre aux normes internationales la filière en ce qui concerne l'abattage et la découpe

3,3 millions de bovins

- ✓ 245 000 tonnes de viandes (+11,4 %/2015)
- ✓ Chiffre d'affaires : 2,5 Md €
- ✓ Consommation : entre ~9kg/hab/an

Malgré une progression constante de l'effectif du cheptel, la structure des exploitations reste largement primaire puisque la taille moyenne d'un cheptel bovin est de 3-4 têtes par éleveur. Pour les exploitations d'une surface agricole utilisée de 50 à 100 ha, le cheptel s'élève en moyenne à 12 têtes, tandis que pour celles de plus de 100 ha, il s'élève à 40 têtes en moyenne.



Importations : un système très protectionniste:

- ✓ Sur les importations de bovins finis (hors reproducteurs), depuis 2015.
 - ✓ Sur la viande bovine, soumise à des barrières tarifaires de l'ordre de 200 %.
- ⇒ Exception faite pour les steaks hachés congelés importés par les chaînes de la restauration rapide (droits de douane de 10 %) et les morceaux haut de gamme de carcasses de bovins congelées à destination de l'armée, dont l'approvisionnement fait l'objet d'un appel d'offre annuel de 8 000 tonnes.

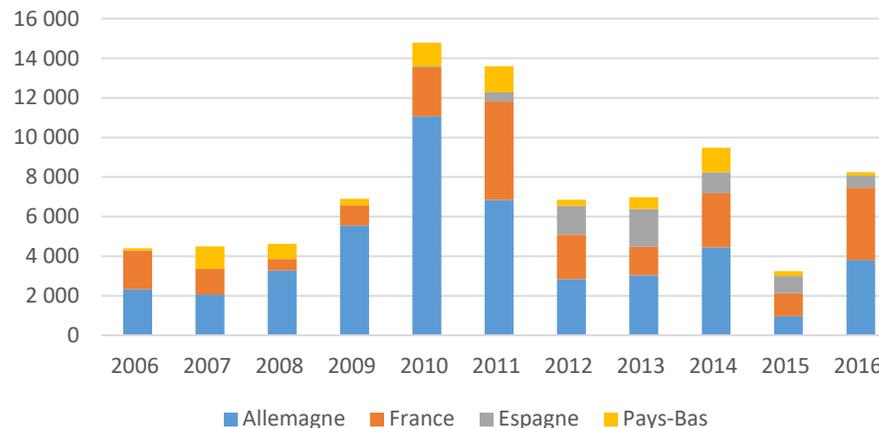
D'après l'Office des Changes, les importations de viande congelée de l'espèce bovine s'élèvent en 2016 à **7 644 tonnes**. Les principaux fournisseurs sont l'Argentine (47 % parts de marché) et l'Australie (22%) pour les carcasses à destination de l'armée; et l'Espagne (27 %) sur le segment de la viande hachée pour la distribution et l'HORECA. La France arrive en 4^{ème} position avec moins de 2 % des ventes.

En revanche, et pour encourager le développement d'une filière performante, **les importations de génisses laitières sont soumises à un droit de douane réduit de 2,5 %** et bénéficient d'une subvention d'environ 460 €/tête. De même, l'Etat encourage depuis 2010 l'importation de jeunes veaux à engraisser via l'application du droit de douane réduit (2,5 %) et la TVA à 10 %. Mais jusqu'à présent, l'import est resté en dessous de l'objectif de 50.000 têtes par an, notamment à cause du poids, trop lourd, et des prix des brouards européens et américains. En effet, les importations doivent répondre à un cahier des charges très précis, en termes de poids des animaux (entre 150 Kg et 350 Kg), d'âge (de 70 jours à 12 mois), et de races (à viande, mixtes, ou croisés spécifiques).



La France occupe le 2^{ème} rang des fournisseurs de bovins vivants en 2016, absorbant 43,3 % (3 810 tonnes) des ventes au Maroc, derrière l'Allemagne (45,2 %). Les importations sont assez fluctuantes et varient d'une année sur l'autre, notamment en fonction des résultats des campagnes agricoles, et donc des revenus des éleveurs. Les bovins vivants importés sont essentiellement de races Holstein et Charolaise.

Evolution des importations marocaines de bovins vivants (tonnes)



Source : IHS – d'après les douanes marocaines

Les conditions sanitaires et douanières d'importation d'animaux vivants et viandes en provenance de l'Union Européenne – CFCIM (décembre 2017).

>> 2012 : mise en place de l'accord de libre échange des produits agricoles, agricoles transformés, des poissons et des produits de la pêche.

>> Depuis le 6 octobre 2017 : mise en place d'un processus sanitaire pour les importations européennes de bovins vivants. Mise en place d'une quarantaine sanitaire pour vaccination contre la fièvre aphteuse (primo et rappel à un intervalle de 2 à 4 semaines).

Tarif douanier des importations animales en provenance des pays membres de l'Union européenne, (du 1^{er} octobre 2017 au 30 septembre 2018) :

Description des produits importés	Droit de douane	Quota
Veaux des espèces domestiques, à l'exception des veaux de lait d'un poids vif inférieur à 150 kg	2,5 %	40 000 têtes
Taureaux des espèces domestiques, à l'exclusion des taureaux de combat	140,1 %	100 tonnes
Viande bovine de haute qualité, des espèces domestiques*	0 %	4 000 tonnes
Viande bovine, des espèces domestiques, à l'exclusion de la viande désossée du gros bovin fraîche ou réfrigérée	101,6 %	1 500 tonnes
Préparations alimentaires à base de viande bovine	10 %	1 000 tonnes

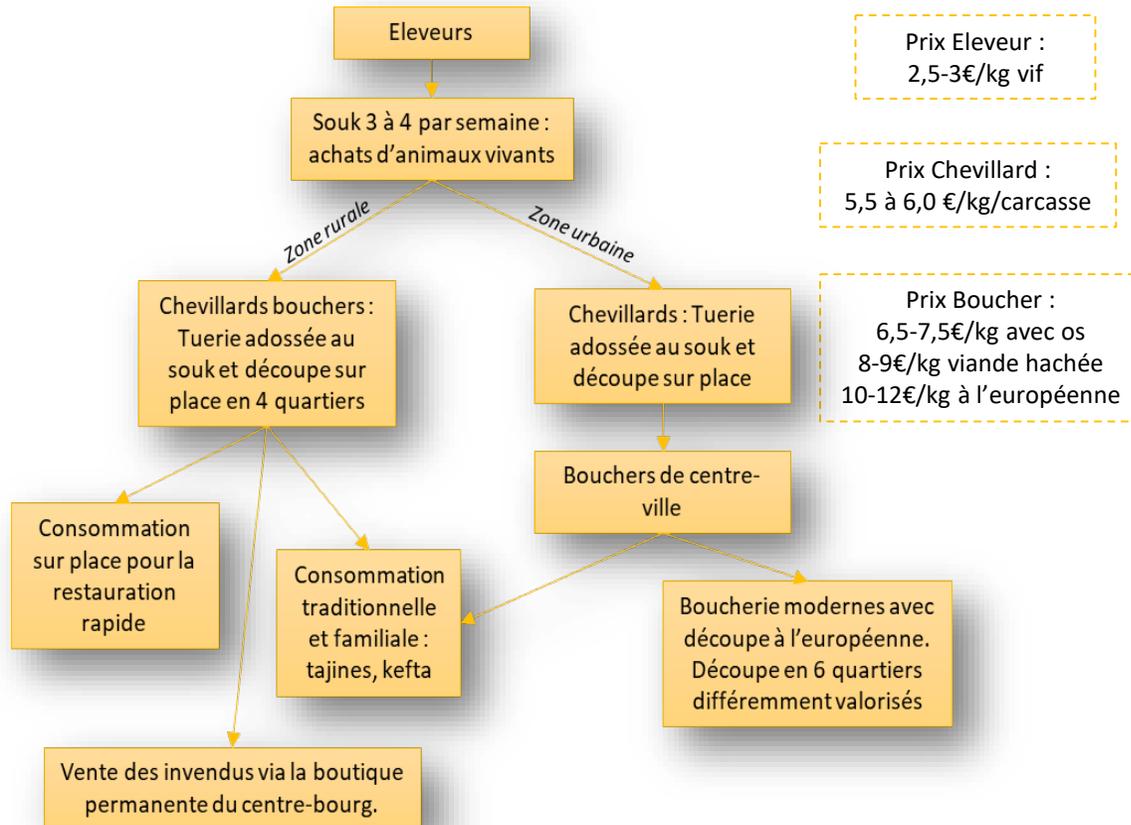
* À destination exclusive des hôtels 4 et 5 étoiles, et des restaurants classés. Ne peut être vendue en grande distribution. Marché de niche qui n'a pas été exploité pour le moment, faute en partie d'une vraie demande du marché et de l'organisation de la distribution/maintien de la chaîne du froid.

Une consommation faible, mais en progression

>> **98 % de la consommation est satisfaite par la production locale**, que ce soit en produits laitiers (82%) ou en viande bovine.

>> La consommation de viande bovine reste faible au Maroc mais connaît tout de même une progression : **9,5 kg/hab/an** sur les 16 kg de viandes rouges consommées annuellement par habitants. La consommation de viandes rouges a connu une croissance de +27,5 % depuis 2011.

>> **Une chaîne de transformation dominée par les chevillards** : +3 000 chevillards à détenir la licence, nécessaire pour exercer le métier et qui font abattre 1 à 60 bovins par jours, voire 100 près des grands centres urbains.



Augmentation de la production : +24,4 % depuis 2012

>> Une filière en pleine mutation :

- ✓ **Amélioration du poids moyen des carcasses** : de 180 kg à 240 kg
- ✓ **Notion de découpe** en cours d'instauration dans les boucheries modernes. L'implantation de ces pratiques demeure néanmoins quasi-inexistantes dans les boucheries traditionnelles rurales, et difficiles dans les boucheries urbaines faute de demande des consommateurs, et de personnel formé.
- ✓ Projets de **modernisation de l'aval de la filière**: respect de la chaîne du froid, remplacement des crochets en acier par de l'inoc, contrôle des abattoirs...
- ✓ **Agrégation en cours –bien qu'encore faible-** de petits éleveurs autour de grands industriels : améliorer la qualité de la production (viande et lait); absorber les coûts de production notamment en termes d'intrants.
- ✓ **Bouleversement radical de la structure génétique du cheptel bovin marocain.**

>> La production de viande bovine est essentiellement **issue d'animaux laitiers**. En effet, une grande partie des éleveurs de bovins engraisent leurs veaux mâles en jeunes veaux. Les autres vendent leur cheptel sevré à des engraisseurs. Les petits éleveurs préfèrent vendre rapidement leurs veaux, dont les coûts liés à l'alimentation sont très élevés, pour acheter une nouvelle génisse « prête à l'emploi ».

Abattoirs : une difficile modernisation et mise à niveau :

>> 3 abattoirs modernes, accrédités par l'ONSAA : BioBeef à Meknès, seul abattoir agréé aux normes internationales; Best Viande à Béni Mellal et Copag Viandes à Taroudant. Ces 3 abattoirs présentent des projets intégrés, de l'élevage à la production de viandes; et d'agrégation.

>> 179 abattoirs municipaux et 657 tueries rurales, qui échappent à tout contrôle sanitaire et d'hygiène. Libéralisation des abattoirs : fin du monopole des communes sur la création et la gestion de ceux-ci pour encourager et permettre la modernisation et les investissements.

>> Aménagement de 2 marchés à bestiaux modernes dans les provinces de Sidi Bennour et Ksar Lakbir.



BioBeef, le 1^{er} abattoir moderne privé du Maroc:

- >> Construit à Meknès en 2010, par le Ranch Adarouch.
- >> Capacité d'abattage de 5 000 bovins et 5 000 ovins /an.
- >> Traite en priorité les taurillons engraisés en provenance du Ranch Adarouch, mais également en partenariats avec les chevillards de la région. La viande est à destination du secteur HORECA, de la région et vers Rabat et Casablanca.
- >> Cependant, concurrence forte avec les tueries traditionnelles. Aujourd'hui, l'abattoir a du mal à faire face à cette concurrence et ne tourne pas en pleine capacité.



Une filière en plein dynamisme

2,6 Md Litres | **7** Mds DH | **450 000** emplois

>> **82 % de la production dans les principaux bassins laitiers** à savoir le Ghrab, Loukkos, Tadla, Doukkala, Chaouia, Souss Massa, Saiss. Les régions El Jadida – Casablanca et Kénitra-Rabat sont réputées pour les bovins laitiers et d'engraissement.

>> **Amélioration de la productivité** grâce aux efforts de structuration de la filière, en agrégation et coopératives. Néanmoins les résultats restent assez faibles : 2000 L/vache par an pour les races locales ; 4000 L/an pour les races améliorées, issues de croisement.

>> **Bouleversement radical de la structure génétique** du cheptel bovin marocain depuis 35 ans. En effet, la pression sur la qualité de la production, notamment sur le lait collecté, a conduit à une diminution progressive de races locales, au profit de bovins type croisé et de races laitières importées.

- ✓ Sur les 1,6 millions ha irrigués : le cheptel est composé à 85 % de races améliorées type Montbéliarde et Holstein, moins résistantes au climat mais avec une production de 25 à 28L/j, notamment Marrakech et Agadir. Ces zones représentent 60 % des volumes de lait récoltés sur près de 15 % de la SAU.
- ✓ Dans les zones arides : 80 % des races sont locales qui produisent 3 à 5 fois moins soit 6 à 10L/j, mais sont plus résistantes au climat aride.

>> **Ouverture à l'international** : exportations vers la CEDEAO et mise en concurrence accrue avec l'Union Européenne, via le démantèlement tarifaire.

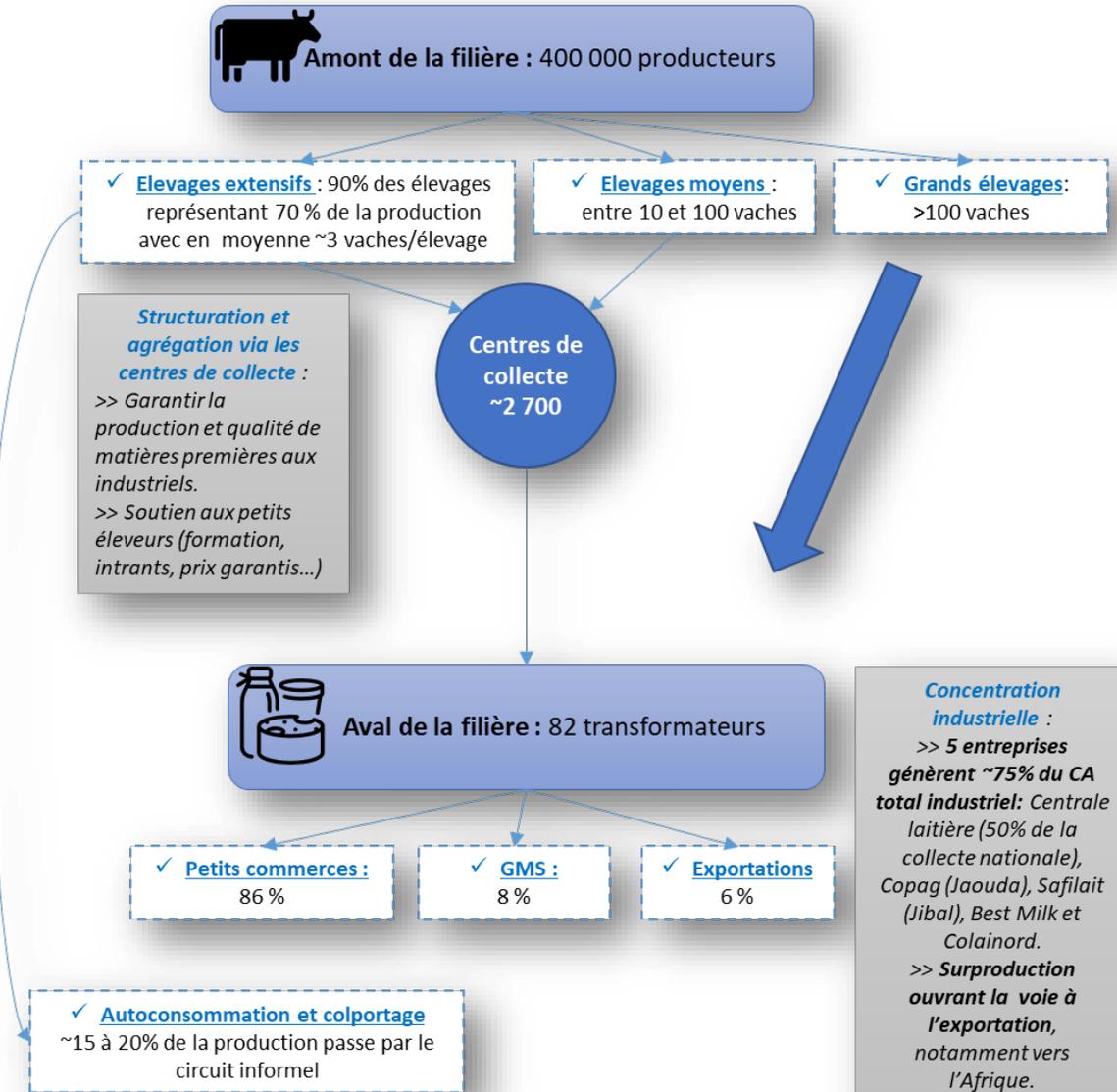
=> La mise à niveau et la modernisation est nécessaire, non seulement pour absorber le surplus, mais également pour gagner en compétitivité.

En projets, dans le cadre du contrat-programme sur la filière laitière :

- ✓ 10 unités de transformation de produits laitiers à forte valeur ajoutée.
- ✓ 3 usines de fabrication de lait en poudre
- ✓ 3 usines de stockage sous froid, pour l'export vers l'Afrique.

Comparaison France :

- ❖ Production de lait en 2015 : 25 079 Mio L
- ❖ Rendement moyen en 2015 : 6 857 L/an/vache



Vers le développement des très grosses fermes ? :

Exemple de la ferme pédagogiques de Danone : 700 ha, 5 000 têtes de bétail, 2 500 vaches laitières, 150 emplois.
Exemple d'AgroPlus : ferme de +3000 vaches de Safilaït



Contrat-programme filière viandes rouges signé avec la FIVIAR :

>> **Développement de l'amont de la filière** : encourager l'amélioration génétique, et la modernisation des unités d'élevage.

- => 5 000 dhs/tête pour la production de reproducteurs sélectionnés de races pures;
- => 2000 dhs/tête pour la production de veaux croisés;
- => Cofinancement à hauteur de 25 % du coût de construction pour les étables bovines ;
- => 30 % du prix d'acquisition pour le matériel d'élevages ;

>> **Développement de l'aval de la filière** : modernisation des unités de transformation et des abattages ; soutien à l'investissement sur les matériels réfrigérés; soutien à la commercialisation des animaux vifs et viandes.

- => Modernisation des marchés de gros.
- => Subvention de 30 % du coût de rénovation des abattoirs, ateliers de découpes ou boucheries municipaux, si les municipalités délèguent la gestion à un organisme privé ou une société de développement local créée à cet effet ;
- => Subvention de 30 % du coût de rénovation des abattoirs, ateliers de découpes ou boucherie privés.

>> **Structuration de la filière** : organisation de l'interprofession; traçabilité et contrôle sanitaire; formation; Soutien aux projets intégrés et d'intégration...

Lors du SIAM 2017, signature du 2^{ème} contrat-programme de la filière viandes rouges, pour un coût d'investissement total de **5 Mds DH dont 1,45 Mrd DH d'investissements étatiques**:

	2013	2016	Objectifs 2020
Production (tonnes)	490 000	540 000	612 000
Consommation (hab/kg/an)	14,2	16,5	17,3
Chiffre d'affaires (milliards DH)	25	25	30
Emplois permanents	-	-	+80 000 emplois



Contrat-programme Lait avec la FIMALAIT:

Contrat programme 2015-2020 qui s'inscrit à la suite des interventions de l'Etat pour le développement d'une filière productive et autonome.

>> **Développement de l'amont de la filière** : refonte de la filière autour de projets d'agrégation.

- => Soutien au développement du modèles de fermes productivistes ~400 fermes avec plus de 100 vaches.
- => Soutien à l'amélioration génétique : importation de génisses laitières 4 000 dhs/tête.
- => 5 000 dh/tête pour la production des génisses locales de races pures jusqu'au 31/12/2018, et 4 000 dh du 01/01/2019 au 31/12/2020 ;
- => Cofinancement à hauteur de 25 % du coût de construction pour les étables bovines ;
- => Subvention de 30 % du prix d'acquisition pour le matériel d'élevages ;

>> **Développement de l'aval de la filière** : renforcement de l'intégration et création de nouvelles unités de transformation, dont transformation de lait en poudre en substitution aux importations.

- => Subvention de 10 % du prix d'investissements dans les unités de valorisation du lait
- => Subvention de 30 % du montant de construction et équipement des centres de collecte de lait par les coopératives.

>> **Structuration de la filière** : organisation de l'interprofession; traçabilité et contrôle sanitaire; formation autour du Zoopôle d'Ain Jamaâ ; promotion de la consommation

- => Création du centre national d'évaluation génétique des bovins laitiers et gestion informatique des données de performances laitières et filiations des reproducteurs.

2^{ème} contrat-programme de la filière laitière, pour un coût d'investissement total de **6,61 Mrd DH d'investissements dont 1,27 Mrd DH de contribution de l'Etat** :

	2013	2016	2020
Production Mrd Litres	2,3	2,6	4,5
Consommation (L/hab/an)	68 L/hab/an	70 L/hab/an	90 L/hab/an
Chiffres d'affaires (Mrd DH)			35
Emplois	460 000		500 000

Objectifs d'ici 2020 :

- => Accessibilité accrue aux produits laitiers : passer de 350g/j/hab à 400 en 2020
- => Atteindre l'autosuffisance en matière première laitière

Enjeux de la filière bovine – secteur viande et lait :

>> Amont de la filière :

- ✓ Rassurer sur la traçabilité et la qualité de la production de viande et de lait.
- ✓ Accompagner la productivité : soutien à la génétique (production et importations).
- ✓ Sécuriser la petite agriculture, et notamment lutter contre l'exode rural des jeunes : absence de savoir-faire et de technicité; manque de main d'œuvre qualifiée
- ✓ Sécheresse et coûts d'alimentation très élevés, notamment dans les zones les plus arides.
- ✓ Dépendance de la filière viande à la filière laitière.



>> Aval de la filière

- ✓ Défaut de sécurité sanitaire, non-respect des normes d'hygiène et de chaîne du froid notamment dans les abattoirs, et tueries clandestines.
- ✓ Concurrence des circuits informels de commercialisation, notamment le colportage pour le lait.
- ✓ Faiblesse des investissements dans les filières de transformation de viandes sur des projets intégrés. Par ailleurs, les investisseurs ne sont pas les éleveurs mais des hommes d'affaires, qui font parfois l'impasse de la technicité et dont les employés ne sont pas compétents ni formés.



Besoins en formation, en appui technique, et en équipements

❖ Génétique :

- ✓ *Importations* : déjà en place, grâce aux subventions et incitations de l'Etat. Lobbying à suivre sur l'évolution des cahiers des charges, notamment en termes de poids, mais importations qui répondent à la demande locale.
- => Les races françaises sont appréciées, mais la concurrence est importante notamment des races allemandes, belges et américaines, réputées résistantes au climat, et jugées mieux adaptées au cahier des charges.
- ✓ *Expertise et savoir-faire en génétique* : mise en place de l'insémination artificielle nécessitant un accompagnement et un suivi technique, en lien avec les interprofessions. Besoins en techniques d'insémination artificielle et d'engraissement.

❖ Equipements et bâtiments d'élevage :

- ✓ Mise à niveau des bâtiments d'élevage, encouragé par le contrat-programme : unités d'élevage clés en mains, machines à traire. Notamment achats de citernes de lait, équipements frigorifiques, salles de traite en particulier de petites tailles. Bacs à lait et bidons en aluminium et inox pour lutter contre l'utilisation du plastique.
- ✓ Alimentation animale : besoins en mélangeurs d'aliments, en silos, en unités de stockage – Stockage traditionnel en plein air, qui entraîne des pertes (si précipitations) et défaillance de qualité.

❖ Formation technique

- ✓ Besoin de formations technique pour accompagner la modernisation, la mécanisation, notamment sur la partie traite des vaches.
- ✓ Mise en place du Zoopôle d'Ain Jamaâ : Institut de formation dédié aux métiers de la viande. Formation à destination des éleveurs, et des gestionnaires de centres de collecte. Présence allemande (CECAMA) et présence italienne (Centre technologique italo-marocain, lancé en avril 2017).
- ✓ Manque de formation très important notamment dans l'aval de la filière viande, à savoir les métiers de la découpe, sur lesquels le plan Maroc Vert prévoit l'instauration d'ateliers. Besoins en instructeurs et en savoir-faire français.

❖ Industries de valorisation et de transformation

- ✓ Besoins d'investissements majeurs et d'implantations logistiques sur les industries de transformation filière viande et lait, malgré une rentabilité de départ assez faible => Etre patient et présent.
 - ✓ Modernisation des abattoirs, et des circuits de transformations: à suivre de près –présences espagnole et italienne agressives.
 - ✓ Besoins en matériels réfrigérés et équipements de maintien de la chaîne du froid
- => Juillet 2017 : suite à de nombreux scandales sanitaires - rapport de la cour des comptes sur l'état des abattoirs, mettant en avant, outre une gestion défaillante des établissements, l'insuffisance des équipements et la non-conformité des normes notamment sanitaires, d'hygiène et de respect de la chaîne du froid.

- ❖ Informatisation de la filière notamment traçabilité et suivi des animaux : en lien avec la FIMALAIT et les organisations régionales en charge de l'encadrement et de la formation des éleveurs et gestionnaires.



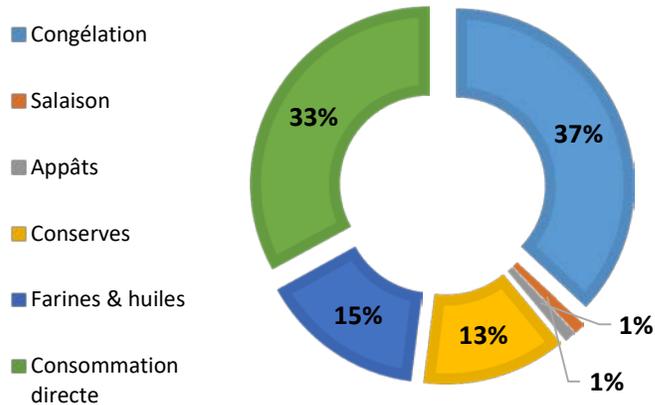
1,46 millions tonnes

- ✓ Croissance annuelle de +4 % depuis 2010 en volume et +10 % en valeur.
 - ✓ 1^{er} producteur africain et 17^{ème} producteur mondial
 - ✓ 3 500 km côtes et 1,1 M km² ZEE.
 - ✓ CA: 1,15 Md € soit 2,3 % du PIB, essentiellement au travers des exportations
- ✓ 170 000 emplois directs (unités de production) et 450 000 emplois indirects (commercialisation et distribution).
 - ✓ 83 % de la pêche concerne les petits pélagiques.

Une filière encore dominée par l'activité artisanale :

- ✓ 69 % du volume pêché est issue de la pêche côtière et artisanale destinée en à la consommation traditionnelle et directe et à l'industrie de conserverie.
- ✓ 24 % du tonnage et 40% de la valeur totale du secteur sont issus de la pêche hauturière dont la production est destinée quasi exclusivement à l'export. Cette dernière activité a connu une forte croissance depuis 2010.

DESTINATION DES PRODUITS DE LA PÊCHE



Source : FENIP, 2016

Focus filière halieutique – Chiffres clés

Consommation & Exportation

- ✓ Consommation limitée de l'ordre de 9 kg/hab/an (en 2014).
- ✓ Sur les marchés et commerces traditionnels : produits frais, issus de la pêche côtière voire artisanale.
- ✓ Grande distribution et HORECA : produits de la mer transformés et poissons nobles.

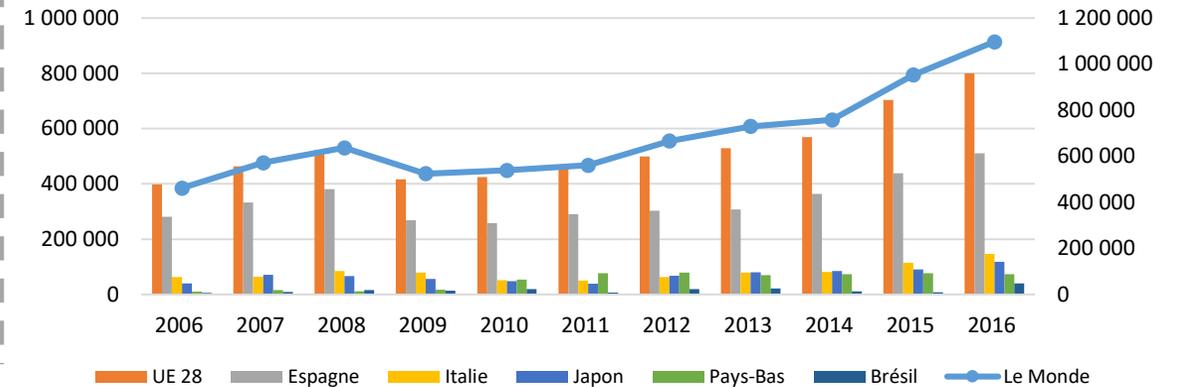
En 2016, le Maroc a **exporté 1,09 Mrd €** de produits de la mer, frais ou congelés, (non transformés) – soit plus de 75% de la production. Il s'agit essentiellement de poulpes et seiches (congelées ou frais), coquillages et poissons nobles (frais ou congelés).

73 % des produits de la mer sont à destination des pays européens, notamment

Le Maroc a signé différents accords favorisant les échanges dans le secteur, notamment avec l'Union Européenne (les Accords Euro-Med entrés en vigueur en 2000), avec la Russie et avec le Japon.



Evolution des exportations de produits de la mer (valeur, milliers €)
5 premiers clients



Production halieutique : la prédominance des petits pélagiques

- ✓ Le Maroc a une production centrée sur les petits pélagiques (87 % de la production), et notamment la sardine, au cœur de la stratégie sectorielle : le Royaume détient environ 85 % du stock mondial de sardines (*sardina pilchardus*) et réalise ~50% des débarquements mondiaux. L'essentiel des pélagiques sont pêchés sur la côté Atlantique, entre Agadir et Dakhla.
- ✓ Près de 10 % des produits de la pêche sont des céphalopodes et des poissons blancs, notamment daurades, loup-bar, pêchés en Méditerranée et en Atlantique nord.
- ✓ 3 % restants : crustacés (crevettes) et coquillages (huîtres).

Les principales zones de pêche sont concentrés sur la côté Atlantique, notamment centre autour d'Agadir (30% de l'activité) et sud du Maroc autour de Dakhla (55%). Tanger, Agadir et Dakhla concentrent les activités de la pêche hauturière au Maroc.

L'aquaculture au Maroc – quel développement ?

- ✓ Activité peu développée : moins de 500 tonnes produites par an, mais en croissance (elle était de l'ordre de 200 tonnes en 2009). Le secteur reste encore peu développé, et les métiers peu connus des investisseurs et du grand public.
- ✓ +65 % de la production aquacole concerne **les huîtres**, dont les naissains et le savoir-faire technique sont importés majoritairement de France. (Jersey également cité par certains opérateurs dans une certaine mesure).
- ⇒ Un marché de consommation intérieure : forte demande sur les huîtres. Distribution sur les marchés de gros, à destination de la grande distribution ou de l'HORECA.
- ⇒ De nouveaux marchés à l'export, mais une compétitivité très faible, notamment par rapport à la France. De nouveaux débouchés sont à explorer, notamment la Russie (profiter de l'embargo européen), et dans une moindre mesure la Chine et l'Italie.
- ✓ Autres espèces en élevages : loup-bar et daurades (alevins produits localement à M'Diq ou importés de France ou d'Espagne), moules, algues.
- ✓ 21 fermes aquacoles au Maroc dont 16 fermes d'huîtres (en particulier sur la lagune d'Oualidia, et dans la baie de Dakhla au Sud). On compte aussi 2 fermes de moules et 1 ferme d'algue à Kenitra.
- ✓ Au cœur de la stratégie halieutique du Royaume : le développement aquacole s'inscrit dans un contexte de raréfaction des réserves halieutiques mondiales, et une ambition nationale d'accroître la valeur ajoutée du secteur
- ⇒ A horizon 2020, 200 000 tonnes de production aquacole, soit 11 % de ma production halieutique nationale prévisionnelle.

Agence nationale pour le développement de l'Aquaculture (ANDA)

- ✓ Création de l'Agence en 2011 pour accompagner et promouvoir le développement de l'activité.
 - ⇒ Identification des parcelles favorables pour aider les implantations et investissements.
 - ⇒ Réalisation d'études techniques et de faisabilité, d'impact environnemental et démarches administratives.
 - ⇒ Implantations clés en main.
- Travail de l'Agence en collaboration avec l'INRH (Institut Nationale de Recherche Halieutique), chargé de la recherche scientifique et technique dans le domaine halieutique.
- ✓ Appels à manifestations d'intérêt et à expertise : Actuellement 5 plans d'aménagement identifiés à savoir Dakhla-Oued Eddahab, Souss-Massa, Guelmim-Oued Noun, Tanger-Tétouan-Al Hoceïma et l'Oriental.
- Dakhla est aujourd'hui le plus abouti et a été identifié comme ayant le plus de potentiel :** 6 000 ha favorables soit 80 unités de production (morcellement pour faciliter les investissements).
- ⇒ Des investissements importants sont en projet, et notamment la construction de la 1^{ère} écloserie de palourdes au Maroc.
- 224 projets retenus marocains ou étrangers – dont une centaine exclusivement dédiés aux jeunes entrepreneurs marocains qui bénéficient en sus d'une formation spécialisée.

Menaces & Faiblesses

Malgré la volonté politique et le vaste espace littoral, le secteur est à considérer avec prudence :

- ✓ **Cibler avec attention les sites à potentiels** : les sites protégés de la houle et les lagunes sont peu nombreux. C'est le cas de la ferme Aqua M'Diq, dont le site sur la Méditerranée, très venteux ne permet pas de maintenir les cages de poissons dans de bonnes conditions.
- ✓ **Dépendance aux importations d'intrants**, soumises à des droits de douanes élevés : naissain de coquillages, alevins, aliments, notamment importés en provenance de France.
- ✓ **Concurrence internationale accrue (Europe, Turquie)**. Consolider la compétitivité du secteur marocain est essentiel.



Quelles opportunités ?

- ✓ **Se concentrer surtout sur les algues et les moules**
 - ⇒ Algues (macro et micro) à destination de l'industrie pour l'alimentation animale. Marché à l'export développé et très demandeur, mais un marché intérieur à créer.
 - Exemple* : projets de microalgues à Laayoune : 150 000 tonnes (phase expérimentale de 2 millions USD avec des investisseurs anglais).
 - ⇒ Moules : Les consommateurs marocains connaissent les moules sauvages.
- ✓ **Encourager, voire créer la demande intérieure** : travailler sur la promotion des produits aquacoles, en insistant notamment sur la qualité, voire la labellisation. Répondre à la demande du secteur de la restauration, notamment en termes de régularité de l'approvisionnement et de traçabilité.
- ✓ **Un Jumelage UE-Maroc en 2015**, qui a ouvert la voie à des échanges d'expertise et d'investissements pour les opérateurs européens.

Stratégie nationale de développement des pêches maritimes « Halieutis » 2009-2020

Objectifs	Année de références – 2013	Année d'objectifs - 2020
Chiffre d'affaires	8,7 Md DH	21,9 Md DH
Emplois	550 150	625 200
Poids de l'informel	>30 %	<15%
Exportations	1,2 Md USD	3,1 Md USD
Production aquacole	400 tonnes	200 000 tonnes
Consommation	9kg	16 kg/hab/an
Gestion durable des espèces	5% des espèces sont gérées durablement	95 % des espèces à gestion durable

>> **Exploitation durable** des ressources halieutiques : formation et expertise technique; modernisation des outils de production ; développement de l'aquaculture.

>> **Développement d'une pêche performante** : modernisation et mise à niveau des équipements de débarquement et de transformation ; création d'espaces de pêches dédiées (Agadir); Structuration de la commercialisation, et notamment des marchés de gros. Lutte contre le secteur informel qui pénalise la pêche moderne et industriel.

>> **Amélioration de la compétitivité** pour gagner de nouveaux marchés intérieurs et internationaux. Mise à disposition des matières premières pour les industriels ; soutien aux exportations ; création de pôles de compétitivité au Nord, Centre et Sud du Maroc.

>> **Encourager la consommation de produits de la mer**, encore assez faible : 9kg/hab/an, tandis que la moyenne mondiale se situe à 17 kg/hab/an. Les habitudes de consommation, des prix élevés, une distribution encore mal organisée notamment dans les zones rurales difficiles d'accès ou encore le non-respect de la chaîne du froid expliquent en partie cette situation.

=> *Programme Hout Bladi / Moroccan Seafood* : Labellisation et promotion de la consommation destinée respectivement au marché national et au marché export, et portant sur la qualité des produits marocains.

Soutenu par ces différents plans gouvernementaux, et favorisé par un large espace littoral, la filière halieutique au Maroc présente donc un important potentiel de développement.



Besoins / opportunités :

De nombreuses opportunités d'investissements pour accompagner le développement du secteur :

>> **Modernisation de la flotte** à destination de la pêche hauturière et côtière et notamment en **équipements réfrigérés et de congélation**.

=> Aujourd'hui, la filière marocaine compte près de 3 000 embarcations dont plus de la moitié sont des barques destinées à la pêche artisanale, 1/3 des bateaux destinés à la pêche côtière. Seuls près de 250 environ sont des bateaux pour la pêche hauturière équipés de matériels de congélation et de conservation.

- ✓ Renouvellement de la flotte de pêche hauturière, et mise à niveau des bateaux côtiers.
- ✓ Projets de construction ou de mise à niveau des ports et halles de pêches ;

>> **Expertise et formation**, en lien avec l'INRH, avec une ouverture vers l'Afrique en particulier :

- ✓ Formation de techniciens à profils mixtes (pêche et aquaculture), et à destination des jeunes entrepreneurs marocains, qui se lancent notamment dans l'aquaculture.

Par exemple : Formations initiées par l'Agence japonaise de coopération internationale (JICA) avec le Département de la pêche maritime du Maroc; ou en coopération avec les Italiens.

- ✓ Expertise sur l'exploitation durable des espèces ;
- ✓ Mise en place des process de contrôles qualité, sécurité alimentaire et sanitaire des produits de la pêche, en mer et aux points de débarquement;
- ✓ Expertise attendue par exemple sur la protection des lagunes à Oualidia par rapport aux salines qui assèchent et desservent leurs eaux usées dans les lagunes.

>> **Besoins exprimés en équipements** de purification (moules, huîtres), d'installation clés en main pour les fermes aquacoles ; **en intrants**, notamment aliments, naissains et alevins.

=> Investissements et co-partenariats avec des industriels agrégateurs marocains, avec la possibilité de mutualiser les services, notamment les centres de purification et les services de commercialisation.

>> **Projet de fermes d'élevage de crevettes** : besoins en alevins de crevettes pour monter la 1^{ère} éclosérie à Oualidia, avec les Parcs Ostréicoles Saïdi.

Expertise et produits français, connus et appréciés

Néanmoins, la concurrence européenne et des pays-tiers est importante :

- ✓ Forte présence espagnole favorisée par des liens historiques, une proximité géographique et une présence physique forte et plus agressive
- ✓ Intérêt prononcé des opérateurs portugais, souvent assez réactifs.

Il est nécessaire de présenter **une offre filière groupée et des solutions clés en main**, pour répondre à la demande actuelle du secteur.



160 000 têtes

6 300 naissances de chevaux

recensées fin 2015

- ✓ 600 M € en 2015 soit 0,6 % PIB
- ✓ 30 000 emplois directs et indirects
- ✓ Professionnalisation et structuration via la SOREC.

Dimension sociale :

- ✓ 70% des exploitations agricoles ont moins de 5ha, et utilisent toujours la tractation animale, dont équine.
- ✓ Ainsi dans les zones montagneuses, l'essentiel des transports de biens et personnes se font par mulet.

Dimension culturelle : Une longue tradition ancestrale équestre.

- ✓ La fantasia Tbourida : art équestre datant du 15^{ème} siècle qui met en scène un assaut militaire de cavaliers arabes et berbères. La troupe de Tbourida est composée de 11 à 15 cavaliers alignés et se déroulent dans une piste (Mahrak) longue de 150 à 200 mètres. Au Maroc elle fait l'objet de concours toute l'année.
- ✓ La fantasia mobilise près de 15 000 chevaux et se pose non seulement comme un divertissement mais également comme un sport.



La filière équine

Génétique et Races équines :

- >> 5 races sont présentes au Maroc : le pur-sang arabe, le pur-sang anglais, l'anglo-arabe, l'arabe-barbe, le barbe, souvent considérée comme la race emblématique du Maroc.
- >> La filière est marquée par la pratique de croisement entre les 2 espèces chevaline et asine pour la production de mulets, très utilisés dans les zones montagneuses.

La SOREC, Société Royale d'Encouragement du Cheval.



Créée en 2003, la SOREC est une entreprise publique placée sous la tutelle du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche maritime du Maroc. Ses missions consistent à encadrer l'élevage de la race chevaline dans les haras nationaux, et à gérer et organiser les courses et jeux hippiques. Elle a lié différents partenariats internationaux et notamment avec le PMU français.

- >> Valorisation et transformation progressive de l'utilisation du cheval sous l'impulsion de la SOREC : course, sports, tourisme équestre, loisirs.
- >> Les effectifs et chiffres d'affaires de la filière ont doublé par rapport à 2008 et au lancement des chantiers de la SOREC.

Les différents volets de la stratégie de valorisation de la filière :

- >> Professionnalisation, structuration et renforcement de la filière des courses hippiques.
- >> Développement des infrastructures : rénovation des 5 haras nationaux et des 500 stations de montée équine.
- >> Préservation et mise en valeur du cheval barbe, souvent considéré comme la race emblématique du Maroc.
- >> Amélioration de la qualité du cheptel équin.



Besoins et opportunités :

Si la filière demeure encore un marché de niche et assez confidentiel, elle est néanmoins en pleine réorganisation.

- >> Accès à des semences de qualité pour l'amélioration génétique des chevaux.
- >> Expertise et accompagnement sur les techniques modernes d'élevage.
- >> Développement de l'ingénierie des courses marocaines.
- >> Des besoins en alimentation animale équine : un gros marché à saisir avec notamment des demandes en additifs et suppléments pour chevaux.
- >> Santé animale : ouverture en 2017 d'une clinique du cheval dans le cadre d'une convention signée entre la SOREC et l'Institut Agronomique et Vétérinaire Hassan II à Rabat.
- >> Besoins d'expertise sur la valorisation des déchets organiques sous forme de compost.

Autres filières animales : caprins, ovins, camelins



19,8 millions d'ovins

- ✓ 12^{ème} cheptel mondial.
- ✓ 130 000 tonnes de viandes soit 25 % de la production totale de viandes rouges.
- ✓ ~40 % de la consommation.
- ✓ 800 000 éleveurs.
- ✓ Importance culturelle et traditionnelle : approvisionnement du pays pour l'Aïd, fête du sacrifice.
- ✓ Matière première pour l'artisanat : 17 000 tonnes de laine et 24 000 tonnes de cuir
- ✓ 99% des troupeaux dépendent exclusivement des parcours et des jachères pour l'alimentation.

>> Le cheptel ovin est constitué à plus de 95 % de races locales, les 3 principales étant la Sardi, la Timahdite, et la Béni-Guil. Par ailleurs, le cheptel est également composé de troupeaux de race à viande issus d'animaux importés (Ile de France, Mérinos Précoce, Causse du Lot..) qui sont utilisés dans le croisement industriel.

>> **Mise à niveau de la filière** pour l'encourager à jouer un rôle moteur dans la stabilité économique et sociale des zones de montages et de parcours, où l'élevage ovin et/ou caprin constitue la principale source de revenus des éleveurs :

- ✓ Augmenter la production de 130 000 tonnes à 200 000 tonnes.
- ✓ Améliorer la qualité pour encourager la consommation : 4,3 kg/hab/an à 5 kg/hab/an.
- ✓ Les perspectives portent également sur l'organisation des circuits d'exportation, notamment sur le continent africain et au Moyen-Orient, et sur la modernisation des circuits de distribution.



6,2 millions de caprins

- ✓ ~23 000 tonnes/an
- Troupeaux à orientation mixte lait-viande et quelques élevages laitiers spécialisés plus intensifs avec une production de fromages frais ou affinés, notamment dans le Nord du pays.
- Filière encore très traditionnelle.



510 000 ruches

- ✓ Chiffre d'affaires : 21 M €
 - ✓ 40 000 agriculteurs.
 - ✓ Apiculture moderne : 69 % des effectifs de ruche.
 - ✓ Production : 4 500 tonnes/an de miel.
 - ✓ Elevage ancestral qui bénéficie de la richesse floristique du pays.
- >> Consommation : 90 % du miel commercialisé pendant le Ramadan.
- ✓ 200 gr/hab/an : Seuls 50% des besoins sont couverts par la production nationale. Le reste est importé.
 - ✓ Export : qualité demandée et reconnue par l'Europe ou les Etats-Unis, mais les barrières notamment sanitaires constituent un frein pour le développement des exportations marocaines.
- >> Contrat-programme 2011-2020 pour 1,48 Md DH :
- ✓ Augmenter la production à 16 000 tonnes
 - ✓ Modernisation des unités apicoles de production et de valorisation.



220 000 de camelins

- ✓ 90 % du cheptel concentré dans les régions du Sud : importance économique, sociale et touristique pour le développement de ces provinces
- ✓ Chiffre d'affaires : 800 M €
- ✓ 460 000 emplois.
- ✓ 3 248 tonnes de viandes et 6 M L de lait.

>> Viande et lait camelins : au cœur des habitudes alimentaires des régions du Sud.

En outre, le dromadaire est utilisé comme animal de transports de biens et de personnes.

>> 1,58 Md DH alloué au développement de la filière cameline via un contrat-programme :

- ✓ Augmenter la production : 4 860 tonnes de viandes et 10 450 tonnes de lait en 2020.





>> **Equipements et bâtiments d'élevage :**

- ✓ Filière bovine : Unités d'élevage clés en mains, et salles de traites. Des besoins en particuliers adaptés aux petits éleveurs : des unités de petite taille.
- ✓ Filière avicole : modernisation des abattoirs, mise à niveau des équipements pour améliorer la compétitivité de la filière.
- ✓ Silos, unités de stockage, mélangeur d'aliments.

>> **Génétique :**

- ✓ Importants flux d'importations de génétique (dans les filières équine, avicole, bovine).
- ✓ Expertise et savoir-faire sur la mise en place de l'insémination artificielle et engraissement.
- ✓ Concurrence agressive de la part des Allemands, qui proposent une offre de génétique de très bonne qualité. De même que pour les belges dont la génétique est très appréciée en bovin support laitier.



>> **Formation et expertise :** via le Zoopôle d'Ain Jamaâ. Formation d'une main d'œuvre qualifiée et performante. Par exemple : traite des vaches, découpe à l'européenne; formation sur les métiers avicoles.
En coopération avec les interprofessions (FIVIAR, FISA).

>> **Chaînes d'abattage :**

- ✓ Modernisation et mise à niveau des abattoirs du Maroc, pour lutter contre les circuits informels et les problèmes liés au non respect des process d'hygiène, de respect de la chaîne du froid.
- ✓ Des besoins importants, mais un changement lent de mentalité auprès des éleveurs et des consommateurs.

>> **Filière pêche**

- ✓ Mise à niveau de la flotte notamment pour la pêche hauturière.
- ✓ Besoins en équipements réfrigérés et de congélation.
- ✓ Formation de techniciens dans les métiers de la pêche et de l'aquaculture.
- ✓ Besoins en équipements de purification, en intrants (alimentation, naissains, alevins).

=> Expertise et produits français reconnus, mais concurrence agressive, notamment de la part de pays européens (Espagnols, Portugais).



>> **Aquaculture :** malgré une volonté politique bien réelle, le secteur est à considérer encore avec prudence.

- ✓ Opportunités à saisir sur les algues (en vue de l'alimentation animale surtout et les moules (marché à créer).

>> **Filière équine :** un marché confidentiel mais en pleine restructuration autour de la SOREC

- ✓ Des besoins croissants en alimentation animale.
- ✓ L'offre française peut s'appuyer sur une collaboration étroite entre les filières française et marocaine autour de la structuration de la filière (courses, élevage...)

4.2 Opportunités filière végétale et équipements liés

- ✓ Dynamisme de production végétale
 - ✓ Focus céréales
 - ✓ Focus filière oléagineuse
- ✓ Focus Machinisme agricole et autres outils de production

Des filières phares à l'export : un apport de devises non négligeable au Maroc

1,84 M tonnes (+4,5 %/an en moyenne), soit **1,47 M EUR**

66 % à destination de l'U.E

18 % à destination de la Russie

5,3 % à destination de l'Amérique du Nord (dont 3,4 % vers le Canada).

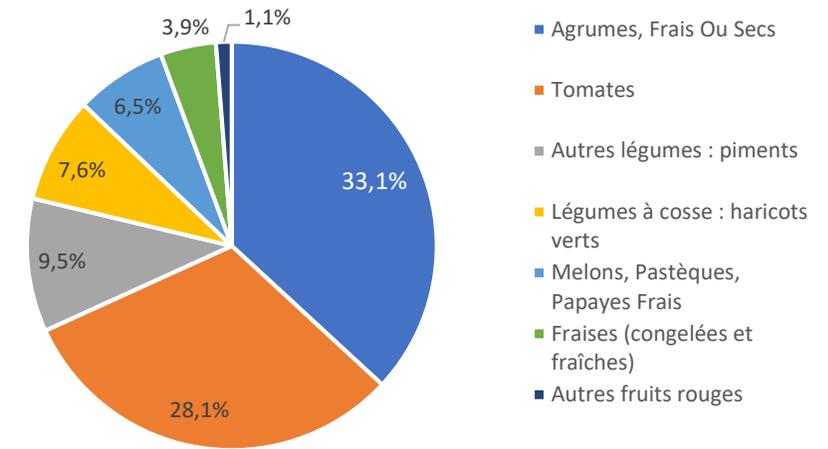
>> 1^{er} exportateur mondial d'haricots verts, 2^{ème} exportateur d'agrumes, 3^{ème} de mandarines, 5^{ème} de tomates et 6^{ème} de fraises.
 >> Les légumes représentent 53 % des exportations végétales en 2016, soit **974 930 tonnes** (807,24 M Euros), et les fruits, **862 017 tonnes** (666 M Euros).

>> **Légumes** : la France est le 1^{er} client avec 43 % (-9,5 point de parts de marché depuis 2006) des exportations, soit 422 446 Tonnes en 2016 (-9,5%/2015 mais +3,7 %/an en moyenne depuis 2006). Suivie de l'Espagne (19,1 %, +6 points de parts de marché depuis 2006) et de la Russie (12 %, +11 points de parts de marché et 32,2 %/an de croissance moyenne en 10 ans).

>> **Fruits** : la Russie avec 25,4 % de parts de marché arrive en tête des clients du Maroc, mais perd des parts de marché en 10 ans (-18,4 points par rapport à 2006 soit -2,5 %/an en moyenne). Suivie de la France avec 25,2 % PDM.

>> **De nouveaux débouchés vers l'Afrique** : une ouverture progressive vers les pays africains, notamment la Mauritanie, 5^{ème} client en 2016 avec 4,4 % de parts de marché (+4,4 points par rapport à 2006, +111,4 %/an en moyenne depuis 2006), le Sénégal (+36,3 %/an en moyenne) et le Mali (+165,4 %/an en moyenne).

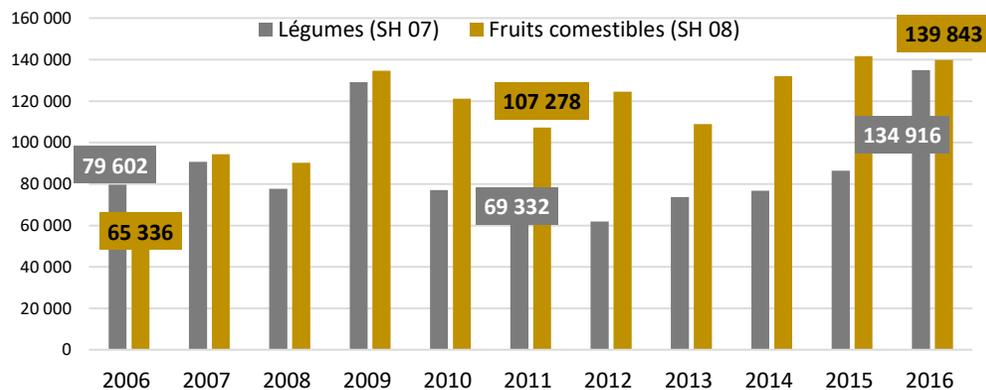
Principaux produits fruits et légumes exportés par le Maroc (2016, volume)



Source : GTA, d'après douanes marocaines

274 759 tonnes importés par le Maroc en 2016 : des opportunités limitées

Evolution des importations de fruits et légumes au Maroc (2016, tonne)



>> Quelques importations de fruits et légumes, tels que **légumes à cosse, pommes de terre, oignons, salades, ananas, fruits secs** facilitées par la réduction progressive des droits de douanes pour les produits européens.

>> Cependant les opportunités restent limitées, hors **fruits tropicaux et fruits hors saison** : +90 % des fruits consommés proviennent de la production locale.

>> Le pays est en revanche déficitaire et **dépendant des importations pour les produits de base**, notamment céréales, sucres et huiles, et pour **les outils de production** (machines agricoles, semences végétales...).

>> Le Maroc importe essentiellement des fruits de Tunisie (21,8 %), d'Egypte (15,6%) et des Emirats Arabes Unis (10,1 %). L'UE représente 25,9 % des ventes de fruits au Maroc, notamment le Portugal (8,6 %) et l'Espagne (6,9 %). A l'inverse **72,1 % des volumes de légumes importés au Maroc sont d'origine européenne**, notamment des Pays-Bas, Royaume-Uni et Espagne.

>> 11^{ème} fournisseur de fruits et légumes (en volume en 2016), **la France exporte 4 000 Tonnes de fruits et légumes** (3,85 M EUR), notamment des avocats, des pommes, des pois secs et des pommes de terre.

Les défis des productions végétales au Maroc

- >> Pression foncière liée à la parcellisation importante et un accès difficile au foncier couplés à une extension urbaine sur les terrains agricoles.
- >> Exode rural et fort taux de chômage des jeunes.
- >> Faiblesse de la valorisation de la production, et manque de compétitivité.
- >> Un marché de prix : encore influencés par des habitudes de consommation traditionnelles, les Marocains préfèrent acheter des fruits et légumes frais, au marché, voire sur les charrettes au bord des routes. Et leurs choix sont davantage influencés par l'heure d'achat (garantissant une certaine fraîcheur) et le prix, plutôt que par le packaging, la marque, l'origine ou le conditionnement.

Un secteur dépendant des aléas climatiques :

Lorsqu'un fort retard des pluies est constaté, comme c'est le cas pour la campagne 2017-2018, dont le lancement en octobre a été marqué par des températures élevées et une pluviométrie très faible, les agriculteurs s'adaptent et réduisent les investissements dans les cultures céréalières et notamment les quantités d'engrais utilisés, simplifient le travail du sol et augmentent la densité de semis.

- ⇒ Focus sur les cultures de printemps et notamment les légumineuses dans les plaines du Nord.
- ⇒ Importance de l'élevage, même si les retards des pluies pénalisent les élevages basés sur les parcours comme ovins et caprins.

Pluralité des statuts fonciers au Maroc

- >> *Les Melk, ou propriétés privées* qui constituent près de 70 % de l'agriculture marocaine, et dont 75 % des exploitations (< 5 ha) pratiquent une agriculture de subsistance, sont très peu mécanisées et très morcelées.
- >> *Les terres collectives* (près de 12 M ha soit environ 17 % de la SAU) qui appartiennent collectivement à des tribus ethniques, et les Guich (3 % de la SAU totale), des terres historiquement données par le Sultan à des tribus en contrepartie de services armés. 2 % de ces terres sont exploitées par des propriétaires privées ou par l'Etat (location ou concession).
- >> *les terres Habbous* : sous la tutelle du Ministère des affaires islamiques.
- >> *Les terres relevant du domaine privé de l'Etat*, et qui peuvent faire l'objet de contrat de location ou de concession à des propriétés privées.

=> Complexité qui rend difficile l'accès aux terres pour des investisseurs agricoles.



SAU : **8,7 M** hectares
12,3 % de la superficie totale



Les productions végétales marocaines représentent près de **70 %** de la valeur ajoutée agricole.



10,3 M tonnes/an produits en moyenne.
Dont **7 M T** de légumes.



La production biologique au Maroc

- **7 400 hectares** dédiés à la culture biologique soit une production de **75 000 tonnes** dont 12 500 exportées et 60 000 tonnes consommées au Maroc.
- **Les cultures maraîchères, les agrumes et les plantes aromatiques et médicinales** représentent 63 % de la production biologique. Les plus grandes surfaces biologiques cultivées concernent les plantes aromatiques et médicinales cultivées (23%), le caroubier (18%) et l'olivier (14%).
- Les exploitations et fermes biologiques se sont particulièrement développées autour des grandes villes de Casablanca, Rabat, Marrakech, Agadir.
- En 2011, mise en place **d'un contrat-programme** signé entre le gouvernement et l'association AMABIO. Les objectifs à 2020 sont d'atteindre 400 000 tonnes de production biologique végétale, 8 500 tonnes de production animale, et de promouvoir non seulement les exportations mais également la consommation locale, encore très attentive au prix.
- 2 défis majeurs : la structuration du secteur, et la certification. En effet, faute d'un organisme certificateur et d'un cadre légal, beaucoup de produits échappent à la certification. Seuls les exportateurs ont recours à la réglementation des pays de destination, notamment européenne.

Label Terroir du Maroc :

>> Spécialisations régionales pour une agriculture à plus haute valeur ajoutée, souvent issue de petites coopératives, notamment féminines.

>> Promouvoir le « made in Morocco ».

>> Accompagner le développement des territoires ruraux.

>> Dans le cadre du Pilier II du Plan Maroc Vert, plusieurs actions et plans ont été déployés pour améliorer et encourager la production et la valorisation de ces produits régionaux; et pour encourager une agriculture solidaire, dans une vision productive et durable.

>> Aujourd'hui on dénombre 7 IG, 3 AO et 1 label agricole (LA).

>> Mise en place de contrat-programmes entre l'Etat et les professionnels des secteurs du safran, de l'argan, de la rose à parfum et du palmier-dattier.



Les produits du terroir du Maroc

Maraîchage



280 000 Hectares soit **3,45 Mrd DH** **903 000 T** exportés
5 % de la surface agricole **7,64 M T** **200 000** emplois permanents
Production

>> Principales régions de production : le Souss Massa autour d'Agadir en particulier, région très dynamique et développée. Grand bassin producteur structuré autour de la COPAG. Via l'agrégation, la COPAG couvre toute la chaîne, de la production à la commercialisation et l'export.

>> **90 % des besoins nationaux sont couverts par la production locale.**

>> La tomate domine la production à plus de 50 %, suivie de la pomme de terre, des haricots verts et de la fraise.

>> **Les primeurs** représentent 25 % de la production marocaine de fruits et légumes (1,95 M tonnes). Et 45 % des primeurs sont exportés.

=> Produits en effet très appréciés des marchés internationaux, notamment européens car ils arrivent hors-saison, mais qui nécessitent la mise en place de contrôles sanitaires pour s'adapter aux normes et cahiers des charges des pays clients.

>> **De nouveaux produits ont intégré l'offre marocaine** tels que les pois mange-tout, les avocats, les pêches, les nectarines, les poires, les kiwis, les pruneaux et les produits biologiques, production encore de niche mais en croissance.

>> La filière souffre d'un **manque d'organisation, notamment au niveau des circuits de vente**, contrôlés en amont de la commercialisation par les marchés de gros, qui perçoivent une taxe de 7 %, mais ne proposent pas des services de stockage, de tri ou même de conservation réfrigérée.

>> **Des exportations informelles vers l'Afrique**, via le souk d'Agadir :

- Près de 80 000 tonnes de produits non déclarés circuleraient de manière informelle vers la Mauritanie, le Mali, le Sénégal.
- Gros problèmes de transport, de salubrité et d'hygiène, la chaîne de froid n'étant pas respectée.
=> Dégradation de l'image du produit Maroc, et pertes considérables (près de 50 % des quantités transportées).
- Surtout des rejets ou écarts qui se vendent à bas prix, et qui ne font pas partie des exportations vers l'UE. Les normes sanitaires et qualité sont en effet moins strictes vers l'Afrique, bien que certains pays se dotent de procédures douanières et réglementaires de plus en plus contraignantes.

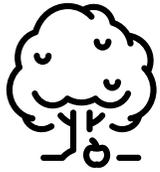
>> **Contrat programme 2009-2020** signé entre le gouvernement et la FIFEL (Fédération interprofessionnelle Marocaine de Production et d'Exportation des fruits et légumes).

=> Gagner en productivité et améliorer les circuits de distribution / stockage / conditionnement pour développer des parts de marché et être plus compétitif.

Coût d'investissement : 21 Mrd DH – dont 2 Mrd DH de contribution de l'Etat	Situation à 2013	Objectifs à 2020
Superficie (ha)	32 000 dont 15 200 sous serres	53 000 dont 27 500 sous serres
Production (M tonnes)	1,7	3,2
Exportations (M tonnes)	0,75	1,7
Chiffre d'affaires (Mrd DH/an)	3,5	10
Emplois (M jour travail/an)	20	60

>> Subventions pour l'installation de nouvelles serres (10 % du coût de l'investissement), de la micro-irrigation (80 à 100 % du coût d'investissement), d'unités de conditionnement et de surgélation.

>> Incitations à l'exportation, notamment hors UE pour les tomates (idem pour les fraises).



L'arboriculture fruitière (hors oliviers)

320 000 hectares (hors oliviers)

1,5 M tonnes/an

>> Principales régions de production : Al Hoceima, Meknès, Marrakech, l'Orientale, Tefilet qui absorbent 70 % de la production.

>> Production à destination quasi exclusive (hors olives) du marché intérieur, avec un très faible taux de transformation : passer de près de 18 % de transformation à + 40 % en 2020.

>> Filières pommes et pêches en plein développement et très demandeuses en termes d'équipements.

>> Contrat-programme de 10,2 Mrd DH visant à améliorer la production, la transformation et les circuits de distribution (réforme des marchés de gros).



Source : www.agrimaroc.ma, 2017

L'oléiculture



5 % PIB agricole
15 % des exportations
agroalimentaires marocaines

784 000 Hectares soit
55 % de la surface arboricole
(+29 % entre 2009 et 2015)

1,5 M T produits
100 000 emplois permanents

>> Variété dominante : Picholine marocaine (96 % des plantations).

>> Principales régions de production : Meknès (35 %); Marrakech Safi (21 %); L'Oriental (11 %).

>> **Des débouchés importants** tant sur les marchés nationaux qu'à l'export :

- ✓ Huile d'olive : surtout à destination du marché intérieur, 75 % de la production totale de la filière, 60% des revenus oléicoles et 30% de la production à destination de l'exportation.
- ✓ Olives de table : orientée vers l'export (2^{ème} exportateur mondial d'olives de table après l'Espagne).

>> Une filière phare qui a beaucoup bénéficié **des plans de développement du Maroc Vert**, tant en amont qu'en aval de la filière. En effet, outre son potentiel de forte valeur ajoutée, la filière participe à l'augmentation des revenus agricoles. Aussi le Plan Maroc Vert encourage la reconversion de certains petits agriculteurs vers l'oléiculture et l'arboriculture.

>> **Contrat – programme de 29,5 Mrd DH** dont 8,4 Mrd DH d'investissements publics :

- ✓ Micro-irrigations et mécanisation via des aides à l'acquisition de matériel agricole.
- ✓ Augmentation de la capacité de valorisation (trituration et conserverie) : capacité additionnelle de 1,5 M tonnes pour la trituration et 360 000 tonnes pour la conserve.



>> Principales demandes des professionnels :

- ✓ Diversité du matériel génétique et donc des produits pour s'adapter aux changements climatiques : étendre la floraison en fonction des variétés.
- ✓ Recherche et formation sur l'irrigation, la fertilisation et sur le contrôle des maladies et ravageurs.
- ✓ Mécanisation de la récolte car cherté de la main d'œuvre.
- ✓ Défis importants sur les normes de qualité du stockage à la commercialisation en passant par le conditionnement.



La riziculture

0,2 Mrd DH

50 000 tonnes produits

2 000 tonnes exportés et 4 700 tonnes importés

2 500 agriculteurs concernés.

75 % de la production dans le Gharb.

>> **Contrat-programme** avec un coût d'investissement estimé à 270 M DH dont 182 M DH par l'Etat.

- Aide à l'utilisation de semences certifiées et acquisition de matériel.
- Modernisation des techniques d'usinage et de conditionnement.



Les légumineuses

385 000 hectares

260 000 tonnes produits

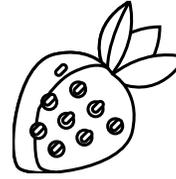
6 000 tonnes exportés.

>> Rôle essentiel dans la rotation culturale des céréales.

>> La fève domine la production avec près de 60 % par an en moyenne.

>> Consommation locale : 6 kg/hab/an.

>> 50% des importations de légumineuses sont des lentilles.



Fruits rouges

2,3 Mrd DH dont près de 90 % à l'export.

162 710 tonnes produits

100 000 tonnes exportés

Les fraises occupent 85 % de la surface, les myrtilles 10 % et les framboises 5 %.

5 361 hectares à 90 % dans le Gharb et le Loukkos

>> Importance grandissante au cours des dernières années, dans le Nord du Maroc d'abord (fraises) et plus légèrement dans le Sud, autour d'Agadir.

>> Secteur rentable car fruits très demandés par les marchés américains et européens, notamment en hors saison.

>> Pour les fraises, introduction très rapidement de techniques d'irrigation en goutte à goutte, de culture hors sol (sous serres), selon un modèle intensif très productif.

>> Participe également au développement du travail des femmes (100 % de la main d'œuvre de récolte et de stations des fraises).

>> 20 % de la production exportée en frais de novembre à mars, 45 % en surgelé d'avril à juillet. Les 35 % restants sont destinés au marché local.

>> Importation de 190 M plants de fraises/an en moyenne.

=> **A la recherche d'une plus grande diversité variétale.**



Agrumiculture

3 Mrd DH via l'exportation de ~500 000 T

2,23 M tonnes produits

122 600 hectares.

13 000 agriculteurs

>> Les principales régions de production sont : le Souss Massa, le Gharb, L'Oriental, Beni Mellal et la province d'Al Haouz (soit 93 % de la superficie).

>> 3 groupes de variétés dominant : les clémentines, la Maroc Late et les Navels.

>> **Contrat-programme** d'un montant d'investissement estimé à 9 Mrd DH dont 3 Mrd DH par l'Etat.

>> Développement important de la filière ces dernières années, grâce à une modernisation des équipements de production et de valorisation. Mais également en amont avec le développement de nouvelles variétés, permettant notamment l'étalement de la période de production, et donc d'exportation.

>> L'ensemble de la production destinée à l'export est conditionnée (61 usines de conditionnement mais qui ne tourne pas à pleine capacité).

>> Mais les 3/4 de la production sont à destination du marché local, ne sont pas valorisés, et se retrouvent vite dans le circuit informel.

>> L'industrie de transformation concerne essentiellement les concentrées de jus d'orange et pur jus, et les sous-produits (huiles essentielles).

=> 25 000 tonnes de jus d'agrumes, 50 000 tonnes de concentrés et 5 000 tonnes de surgelés.

>> Mais une filière pénalisée par le déficit de l'industrie de transformation qui pénalise la filière sur les marchés export.

=> **Mise à niveau de l'industrie de transformation pour augmenter la production et améliorer la qualité des produits.**

Un pivot majeur de l'agriculture et de l'économie nationale:

⇒ Importance agronomique et économique

- ~55 % de la SAU soit plus de 5 millions hectares;
- 10 à 20 % du PIB agricole, mais très fluctuant selon la pluviométrie annuelle;
- 70% des importations agricoles, pesant négativement sur la balance commerciale;

⇒ Poids social majeur pour un tissu de producteurs fragiles

- 1,2 millions d'exploitations agricoles (80% des exploitations agricoles totales). Seules 300 000 exploitations céréalières destinent leur production à l'industrie, le reste étant orienté vers l'autoconsommation.
- Culture prédominante pour la quasi-totalité des exploitations agricoles
- 90 % des surfaces céréalières localisées dans les zones de Bour dont 50 % dans les régions arides et semi-arides.
- Recours à l'**usage intensive d'intrants** : ventes de semences +52% en 2016-2017

⇒ Importance primordiale dans la consommation

- Consommation humaine très élevée : 200 kg/hab/an
- Forte contribution dans la consommation animale (orge, maïs, paille, chaume, sous-produits de la transformation des céréales)

=> Interdépendances marquées entre les cultures céréalières et l'élevage (coût élevé de l'alimentation animale, notamment en cas de faible rendement local).

Production record pour le blé tendre

>> Après une campagne 2015-2016 particulièrement médiocre avec une production de 35,5 M quintaux, (la moins bonne en 5 ans), les résultats 2016-2017 sont meilleurs.

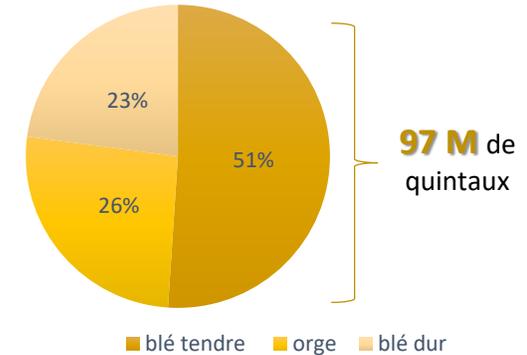
>> En 5 ans, et malgré les performances enregistrées au niveau des rendements, les bonnes campagnes agricoles (comme en 2014-2016 avec 114,6 M q) succèdent aux années médiocres.

>> Sur la campagne 2016-2017, la récolte de **blé tendre** affiche un nouveau record : 49 millions de quintaux, soit plus de 50 % de la récolte totale. Elle dépasse ainsi de plus de 60% la production d'une campagne moyenne, en comparaison des cinq dernières années.

>> Les productions d'orge et de blé dur se situent quant à elles respectivement à 25 millions de quintaux et la seconde à 22 millions de quintaux.

>> La production de maïs est estimée à moins d'1 M T.

Répartition blé/orge au Maroc Campagne 2016/2017



Source : Business France d'après des données du Ministère de l'Agriculture marocain

Contrat-programme de la filière céréalière : 29 Mrd DH dont 8 Mrd pris en charge par l'Etat

>> Contrat signé en 2009 entre le gouvernement et la Fédération professionnelle des Céréales (FIAC). Objectifs à horizon 2020 : 7 millions de tonnes de production en année sur une superficie de 4,2 millions hectares

- ⇒ Soit une réduction de 20 % de la superficie mais une amélioration de 50 % de la productivité : via une meilleure sélection de semences, une meilleure gestion des intrants, un contrôle plus rigoureux des maladies
- ⇒ Réduction des importations de l'ordre de 15 à 20%
- ⇒ Amélioration de la logistique et notamment transport et stockage. Capacité de stockage prévue de 15 millions de tonnes.
- ⇒ Consolidation et restructuration des minoteries industrielles



Zoom sur le « grenier du Maroc »

La région de Casablanca-Settat est souvent qualifiée de « grenier du Maroc », notamment la zone de Chaouia, qui a enregistré en 2016 une production totale de 26 millions de quintaux sur une superficie de près de 900 000 ha dont 52 000 ha irrigués et 6 000 ha réalisés en semi-direct.

- ⇒ 25 % de la production céréalière en 2016-2017.
- ⇒ Adoption par la région de technologies avancées, notamment en termes d'intrants agricoles et de mécanisation du travail des sols (taux de mécanisation de 90 % vs. 15 % en moyenne nationale).

Un marché intérieur très demandeur :

- >> Régime méditerranéen très consommateur de céréales, qui représentent au Maroc 60% des apports énergétiques.
- >> 17 % des besoins céréaliers du Maroc sont ainsi couverts par les exportations françaises,
- >> Une fabrication du pain encore très traditionnelle : 60 % du pain en autoconsommation grâce aux fours à pain communaux dans les zones rurales.



Un marché très dépendant des importations

Près de 45 % des besoins en céréales sont importés.

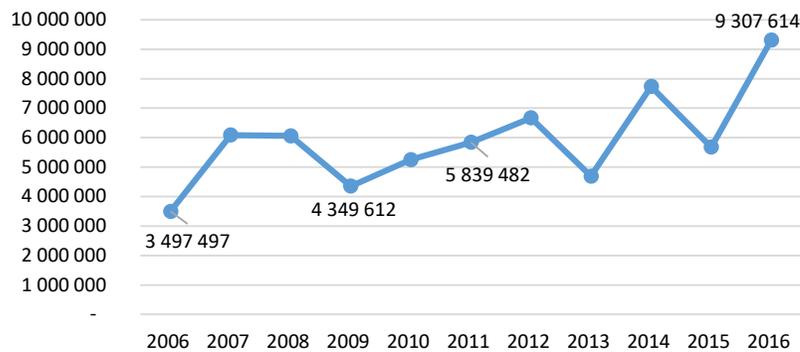
- ⇒ Blé dur : couscous – Importations en provenance du Canada. Exigence de qualité même si prix élevé, car plus forte industrialisation et valorisation.
- ⇒ Blé tendre : pain et pâtisserie – Importations en provenance de France mais également de plus en plus en provenance de la Mer Noire, car recherche d'un très bon rapport qualité-prix et moins d'exigence sur la qualité.



Un marché très régulé

- >> Système de régulation mis en place par le gouvernement sur le blé tendre importé, en fonction des fluctuations des cours de blé tendre
- >> Dans le cadre des ALE avec l'UE et les Etats-Unis : contingents et réduction de droits de douanes sur le blé tendre et sur l'orge.
- >> Droits de douanes saisonniers : les importations sont donc concentrées dans une période très courte.

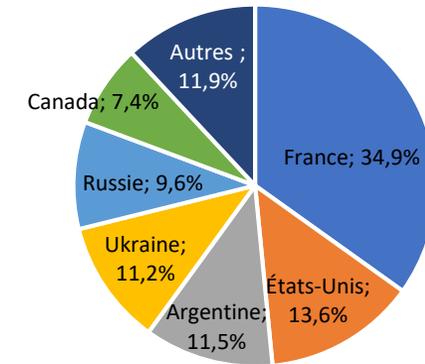
Augmentation tendancielle des importations marocaines de céréales (en Tonnes)



Source : GTA d'après douanes marocaines

Le Maroc a importé 9,31 M tonnes de céréales en 2016 soit 1,7 Mrd Euros

- >> Des importations qui ne cessent d'augmenter, malgré les objectifs du Plan Maroc Vert visant à réduire de 20 % la dépendance aux importations : +59,4 % depuis 2011 et +10,3 %/an de croissance moyenne en 10 ans.
- >> La France se maintient à la 1^{ère} place des fournisseurs de céréales avec 3,25 M tonnes de céréales françaises importées par le Maroc, soit une part de marché de ~35 % en 2016 (559 M Euros).
- >> Les fournisseurs traditionnels tels que la France, les Etats-Unis, l'Argentine, le Canada perdent des parts de marché au profit de l'origine Mer Noire, qui propose un meilleur rapport qualité-prix.
 - ⇒ Ukraine, 4^{ème} fournisseur, avec 11,2 % des importations soit +7,3 points depuis 2006.
 - ⇒ Russie, 5^{ème} fournisseur, avec 9,6 % PDM soit +8,8 points depuis 2006.



Principaux fournisseurs du Maroc en 2016 (tonnes)

Source : GTA, d'après douanes marocaines

>> Besoins en **sécurisation des approvisionnements et en amélioration de la traçabilité.**

>> **Rationalisation des capacités de stockage stratégiques** à proximité des ports et notamment Casablanca (concentre plus de 60% des importations de céréales).

>> Les importations de céréales sont constituées à **67,6 % de blé** dont :

- ✓ 87,1 % de blé tendre, dont le 1^{er} fournisseur est la France (43 %), suivie de l'Ukraine et la Russie.
- ✓ 12,8 % blé dur dont le 1^{er} fournisseur est le Canada (85 % PDM).

>> Le Maroc importe également du maïs (21,8 %) et de l'orge (10,5 %).

Reprise de la production : + 57 % en 2016

>> Une surface encore très faible : 1 % de la surface arable, et qui est principalement dédiée à la production de tournesol de bouche. Sont également produits de l'arachide, du soja, et du colza.

>> Aujourd'hui, les principales zones de production sont localisées dans les régions de Rabat-Salé, Tanger-Tétouan, Fès-Meknès et Settat-Casablanca.

>> Croissance de la consommation humaine et animale, dans un contexte de développement agricole poussé. La demande pour les oléagineux, et en particulier pour les tourteaux, est en effet tirée par la croissance de la consommation de viande au Maroc : celle-ci devrait augmenter de +2,5% par an jusqu'en 2025.

⇒ Réduire la dépendance de la filière animale aux importations d'alimentation animale et donc réduction des coûts de production.

⇒ Modification du mix de alimentaire animal : passer du tourteau de soja au tourteau de colza.

>> Libéralisation du marché notamment ALE avec les Etats-Unis : croissance des exportations américaines de graines oléagineuses et produits dérivés et des exportations marocaines d'huiles végétales et de tourteaux.

>> La production de tournesol et de colza a longtemps été désavantagée par les politiques de soutien à la filière blé, et notamment de distorsion des prix par rapport aux prix internationaux. Néanmoins le recours au tournesol et surtout au colza permet une rotation des terres, dans des conditions de pratiques intensives des exploitations, pratiques qui ne concernent encore qu'une minorité des agriculteurs au Maroc.

>> Des défis importants en terme de formation des techniciens agricoles, et surtout de la transformation des oléagineux :

⇒ Une industrie quasi-inexistante; pénalisée par la disparition des protections tarifaires sur les importations et par la vétusté des usines.

⇒ 90 % des besoins en huile brute sont importés

Contrat-programme 2013-2020 avec un coût d'investissement estimé à 421 M DH dont 117 M DH

Signé entre la FOLEA et le gouvernement marocain	Chiffres moyens 2008-2013	Objectifs 2020
Superficie dont Tournesol Colza	35 028 ha dont 34 500 ha 528 ha	127 000 ha 85 000 ha 42 000 ha
Rendement (q/ha)	11 (colza et tournesol)	18 (Tournesol) 20 (Colza)
Taux de couverture des besoins en huile	1 %	19 % (soit près de 95 000 tonnes).
Mise à niveau et modernisation de l'outil industriel , notamment des usines de trituration, et amélioration des équipements de collecte.		

>> Subventions et appui de l'Etat

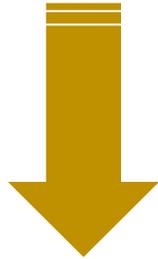
- Subventions pour l'acquisition de matériels agricoles spécifiques.
- Prime sur la vente en gros via des agrégations.
- 10 % de subvention sur les investissements dans les unités de stockage.
- Prix minimum garanti aux producteurs
- 40% de remise sur les prix des semences sélectionnées négociées avec les Européens pour permettre une meilleure disponibilité en graines de haute qualité.

>> Structuration de la filière :

- Autour de l'Interprofession FOLEA, et autour de Lesieur Cristal, filiale marocaine de Sofiprotéol, qui regroupe 900 agriculteurs agrégés (200 pour la filière oléicole).
- Développement autour de l'agrégation et de la filière, de formation aux techniques modernes de production, récolte, irrigation au goutte-à-goutte...

Vers plus de quantité et de qualité :

Le Plan Maroc Vert, en encourageant la productivité et la valorisation agricole a créé des besoins plus importants en matière d'outils de production. En parallèle la demande est forte sur l'expertise et la formation en termes d'**utilisation des engrais et intrants, des traitements phytosanitaires...**



Facteurs de production	Evolution 2008-2020 prévue	Résultats attendus
Irrigation localisée	+ 350 %	De 154 000 à 692 000 ha
Utilisation d'engrais	+ 78 %	De 0,9 à 1,6 million de t/an
Mécanisation	+ 53 %	55 000 à 84 000 tracteurs

Matériel végétal	Evolution 2008-2020 prévue	Résultats attendus
Utilisation de semences certifiées	+ 144 %	De 0,7 à 1,8 million de quintaux /an
Utilisation de plants certifiées	+ 40 %	+ 128 millions d'arbres

Le Marché des engrais au Maroc

>> 1^{er} producteur mondial de phosphates (et grand exportateur d'engrais phosphaté), le Maroc importe **60 % de ses besoins** en engrais azotés et potassiques.
 >> Le Maroc détient près de 75 % des réserves mondiales de phosphates. La filière a entrepris un vaste chantier de développement, et cherche à développer ses exportations vers l'Afrique.
 >> Le marché est contrôlé par Maroc-Chimie et la Société chérifienne des Phosphates (deux filiales de l'Office chérifien des Phosphates). La FERTIMA et la SCE sont leurs deux sociétés de distribution à raison respectivement de 51,6 % et 30,8 % du marché.
 >> La consommation est estimée entre **750 000 et 1,2 M tonnes**, principalement par les cultures d'agrumes, maraîchères et sucrières. Les zones irriguées utilisent près de 60 % de la consommation totale des fertilisants.

Le Marché des produits phytosanitaires au Maroc

>> Un marché attractif faute de production locale : 95 % des besoins sont importés, prêts à l'emploi ; les 5 % restant étant formulés à partir de pré-mix ou de concentré.
 >> Près de 40 % des importations sont reconditionnées sur place dans des emballages de petits formats convenant à la taille d'une majorité des exploitations du pays.
 >> Environ 50 % des besoins concernent les insecticides, suivis des fongicide (près de 40 %), et des herbicides (10 %).
 >> Les cultures intensives et à destination de l'export sont les plus consommatrices, en particulier les cultures maraîchères, les céréales, les plantations et les cultures industrielles.
 >> De plus en plus, on observe une volonté de s'orienter vers des produits plus respectueux de l'environnement.
 >> L'utilisation des produits phytosanitaires, et des intrants en général doit s'accompagner d'une formation à l'usage de ces produits, y compris dans la protection du technicien agricole.

L'utilisation des semences végétales

>> La filière réalise un **chiffre d'affaires de 600 M DH** et est organisée autour de la Société nationale de Commercialisation des Semences (SONACOS), société étatique créée en 1975 et sous l'égide du Ministère marocain de l'Agriculture.

>> 80 établissements sont agréés pour importer et commercialiser des semences au Maroc, notamment dans les secteurs des **semences potagères, oléagineuses et du maïs**.

>> A part pour les céréales, la canne à sucre et les arbres fruitiers, le Maroc importe la quasi totalité de ses semences. Mais l'autosuffisance ne signifie pas efficience, elle exprime plutôt un faible niveau d'utilisation et de développement des semences à hauts rendements.

Les besoins en semences sont en effet couverts à raison de 25 % pour le blé tendre, 12 % pour le blé dur et 3 % pour l'orge. Ces semences sont essentiellement utilisées dans les régions irriguées ou de bour favorable.

>> Déficit qui se justifie par différentes raisons et notamment :

- Manque d'informations et de formation sur les variétés présentes dans les points de vente, et leurs usages.
- Problèmes logistiques de distribution des points de ventes dans les zones rurales, moins accessibles.

>> **Contrat-programme** signé entre le gouvernement et la FNIS pour des investissements estimés à 765 M DH dont 225 M DH pris en charge par l'Etat.

- Augmenter les niveaux d'utilisation des semences certifiées : 45 % pour les céréales et la pomme de terre ; 100 % pour la betterave, la canne à sucre et le tournesol ; 30 % pour le maïs et les semences fourragères ; 10 % pour les légumineuses.
- Amélioration de la production de semences : 100 % pour les céréales et la canne à sucre; 60 % pour le tournesol et la pomme de terre.

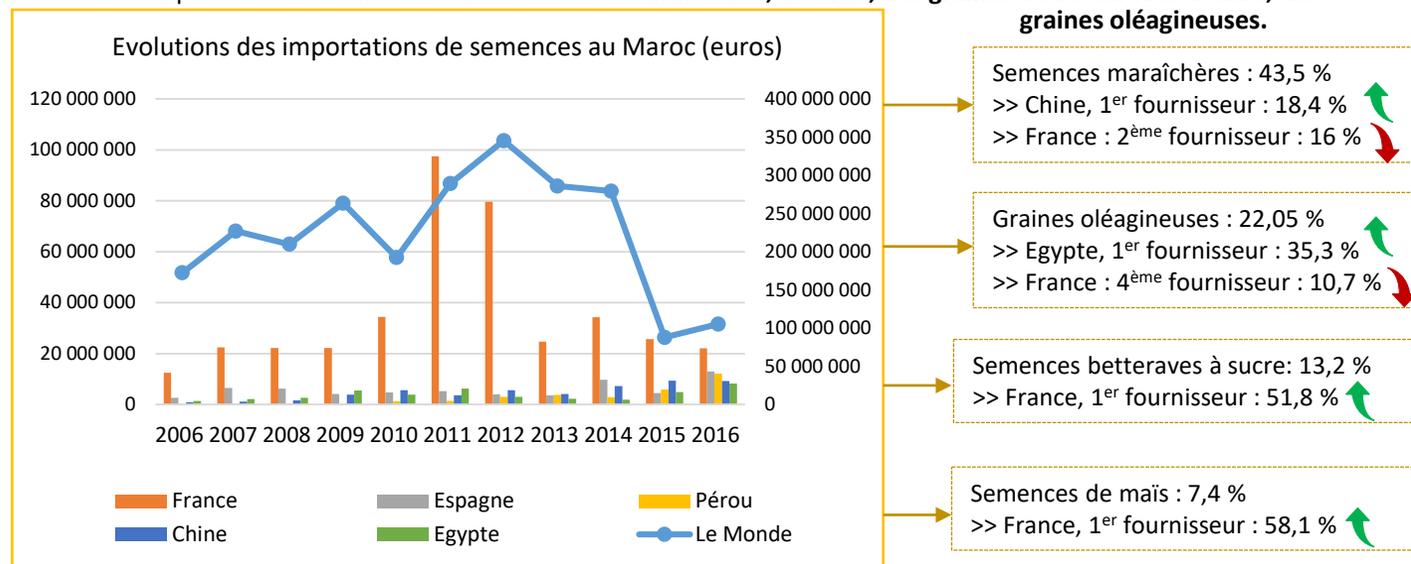
>> Des subventions dans le cadre du contrat-programme qui créent des opportunités à l'exportation de semences vers le Maroc et notamment :

- Soutien à l'utilisation de semences certifiées pour le blé dur (190 DH/q), tendre (180 DH/q) et l'orge (310 DH/q) ; à la commercialisation des semences certifiées de riz.
- Semences mono germes de betterave à sucre (800 DH/unité)
- Création de nouvelles unités de traitement, conditionnement et stockage des semences : 10 % de l'investissement. Soutien à la multiplication, à la recherche.
- Renforcement des capacités de contrôles de la qualité (création de nouveaux laboratoires).

Importations : 105,5 M EUR en 2016.

>> D'après les douanes marocaines, la France est le 1^{er} fournisseur du pays avec ~21 % des ventes, soit 22,1 M EUR en 2016. Suivie de l'Espagne (12,3 %) et du Pérou (11,5 %).

>> Nous exportons essentiellement **des semences maraîchères, de maïs, des graines de betteraves à sucre, des graines oléagineuses**.



Source : GTA, d'après douanes marocaines

>> Outre l'importation de semences, **les besoins** sont multiples, et notamment en termes de :

- Encadrement renforcé et formation** des agriculteurs pour améliorer le taux d'utilisation des semences certifiées.
- Formation et vulgarisation des techniques culturales**, notamment semoirs, fertilisation, pour permettre une utilisation optimale des différentes variétés.
- Renforcer la recherche**, en lien avec l'INRA (Institut National de la Recherche Agronomique) pour proposer des variétés mieux adaptées aux différentes conditions climatiques. Ralentissement de la recherche au cours des dernières années (aucune variété inscrite en 2016-2017).
- Accompagner la SONACOS et les multiplicateurs pour **l'amélioration/la modernisation** des capacités de réception, stockage, conditionnement et analyse des échantillons.





15 % Taux de mécanisation
2 500 tracteurs neufs & 5 000 tracteurs d'occasion Achats estimés en 2017 (d'après les distributeurs)

>> **Un très faible taux de mécanisation**, freiné par la parcellisation des exploitations, et le coût élevé du matériel, importé en totalité, faute de production locale. Par ailleurs, les achats sont également tributaires des performances agricoles, et donc des aléas pluviométriques.

Exemple - Pic en 2009 avec 7 000 tracteurs importés vs. 2016 (mauvaise année agricole) où seulement 1 900 tracteurs importés (-35%/2015).

Objectifs affichés par le plan Maroc Vert : 5 000 tracteurs/an dont 10 % pour la gamme fruitière.

>> Un marché **peu diversifié et dont les besoins sont encore très importants** :

- ⇒ Près de 56 % du marché du machinisme agricole est occupé par les tracteurs (80 % du CA). Bien que les exploitations agricoles soient encore sous-équipées, le Plan Maroc Vert et les subventions mises en place ont permis d'accroître la mécanisation : le ratio tracteurs/1 000 hectares est passé de 4,9 en 2007-2008 avant le Plan à 8,03 aujourd'hui.
- ⇒ Très faible effectif sur le matériel tels que les semoirs en ligne et le matériel de traitement et de labour.
- ⇒ 50 % des outils sont à 4 roues motrices.

>> **Montée en puissance progressive** des équipements agricoles, pour accompagner le développement qualitatif et quantitatif de la production, et répondre aux réglementations environnementales qui se font plus restrictives (notamment dans le cadre de la Cop 22).

>> **Un marché d'occasion très important** qui évolue :

- ⇒ Il y a 5 à 10 ans le marché d'occasion concernait essentiellement les petits tracteurs. Aujourd'hui il touche les gros outils, et notamment les moissonneuses batteuses datant des années 60, en provenance d'Espagne ou d'Italie. Un important marché intérieur de pièces et parties pour ces outils d'occasion s'est créé au Maroc.
- ⇒ On parle aujourd'hui de subventionner (pour mieux le contrôler?) le marché d'occasion.

Des usages encore traditionnels de machines

- >> Dans les souks, système de locations entre particuliers, avec chauffeurs : système de sous-traitance entre agriculteurs grâce à des forfaits location de machines avec chauffeurs (50€/ha).
 - ⇒ Amortissement très rapide des outils de production : 3* plus rapide qu'en Europe (1 200h en 1 an).
 - ⇒ Problème d'entretien et d'usage des machines : formation importante à assurer auprès des chauffeurs.

>> **Une demande tirée par les grandes exploitations** qui ont des accès facilités aux subventions et crédits.

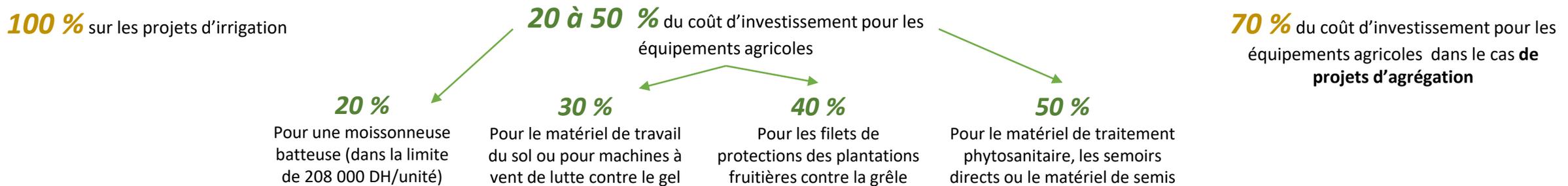
Cependant le marché des équipements connaît **une évolution lente**. En effet peu de Marocains ont les moyens d'investir dans des structures modernes et intégrées. Et les propriétaires qui investissent font parfois **l'impasse de la technicité et de la modernité faute d'avoir des employés agricoles compétents**.

- >> Les petites exploitations, **grâce à l'agrégation**, peuvent néanmoins se structurer et s'équiper. La demande en machines agricoles devrait bénéficier du développement de cette nouvelle cible. Les agrégateurs fournissent le matériel parfois à des prix symboliques; cependant les coûts externes de fonctionnement (notamment essence) sont à la charge des agrégés.
 - ⇒ Ce système doit permettre non seulement d'apporter de la valeur ajoutée à la production des petits exploitants, en réduisant les coûts de production, mais également de multiplier les investissements privés notamment dans l'aval des filières.
 - ⇒ Il doit s'accompagner nécessairement d'encadrement et de formation auprès des techniciens et des managers agricoles.



Le plan Maroc Vert accorde une grande importance à la modernisation et la mécanisation du secteur agricole, nécessaire pour atteindre les objectifs de production et de valorisation :

>> Mise en place de subventions



>> **Accès au crédit facilité** : Convention de partenariats avec l'Agence pour le Développement Agricole, le ministère et plusieurs banques marocaines, notamment le Crédit Agricole du Maroc, particulièrement actif dans l'accompagnement du développement du secteur agricole et agroalimentaire au Maroc, dans le cadre du PMV.

>> **Projets d'informatisation et de digitalisation** : en phase finale pour être opérationnel dès 2018.

⇒ Suivi d'immatriculation pour identifier la localisation des véhicules et mieux connaître les besoins ;

⇒ Raccourcir les délais de traitement, d'homologation y compris paiement des subventions.

>> **Des résultats qui sont là**, en partie, d'après les opérateurs consultés :

- Des agriculteurs mieux et plus équipés – et davantage de matériels neufs sur le marché;
- Croissance continue des surfaces irriguées;
- Suivi plus rigoureux des machines commercialisées et des subventions accordées.

>> Cependant des efforts sont à faire notamment pour :

- Donner aux plus petits agriculteurs davantage d'accès aux subventions et aides étatiques
- Accompagner et encadrer les techniciens agricoles sur l'utilisation des machines
- Effectuer un suivi encore plus rigoureux des subventions accordées.



La distribution et la commercialisation:

Faute d'une production locale quasi-inexistante, les principaux acteurs du marché sont les importateurs-distributeurs.

L'Association des Marchands Importateurs de Matériel Agricole (AMIMA) regroupe les 7 principaux acteurs qui se partagent 90 % du marché, et importent plus de 90 marques internationales. En 2016, une nouvelle entité interprofessionnelle a été créée, la FIMAM (Fédération Interprofessionnelle du matériel agricole).



>> **4 principaux acteurs** qui occupent le marché, et qui n'ont pas toujours bonne presse auprès des opérateurs : ne sont pas spécialisés dans l'agro-business, ne proposent pas systématiquement de suivi technique ou de formation poussée aux acheteurs. Cependant, ils continuent de dominer le marché, grâce à une offre compétitive et diverse.



STOKVIS AGRI

Appartient au groupe STOKVIS
 Importateur de Claas , Deutz Fahr Importer, Pramac, BMC, Cicoria...
 >> Besoins exprimés : déploiement de pompage solaire, et équipements sur l'ensemble de la chaîne de production pour la filière bovine laitière.



COMICOM

Fait partie du groupe la Compagnie Marocaine.
 Seul représentant exclusif de Massey Ferguson au Maroc.
 Détient 50 % du marché marocain du machinisme agricole.



SOCOMPIM

Appartient au groupe Premium.
 Distributeur de John Deere. A une stratégie plus sélective sur la qualité des machines vendues.
 Tracteurs, matériel de récolte, de traitement et d'irrigation en particulier.



SOMMA

Fait partie de Auto Hall. Distributeur des marques telles que New Holland, Case Ih, Unigreen, Delmorino, Welger...
 Distribue des tracteurs, matériels de récolte, d'élevage, et traitement en particulier. Semble se concentrer sur les activités liées à l'automobile,

>> D'autres acteurs existent, spécialisés dans l'agrofourniture, et qui se différencient en proposant un suivi technique personnalisé et plus poussé. C'est le cas par exemple de Cogepra et Pellenc :



COGEPRA

Représente plusieurs distributeurs (français, espagnols, italiens...)

Présent dans les grandes régions productrices telles que Meknès, Tanger, Benkirane, Agadir.

En contact direct avec les coopératives et grands domaines car suivi technique et SAV pour être au plus près des besoins

Réalise des formations/séminaires personnalisés sur l'utilisation des machines vendues.

Besoins exprimés :

- ✓ Campagne décalé donc besoins en machines en novembre-décembre.
- ✓ **Accompagner les distributeurs sur les actions d'information et de formation** auprès des agriculteurs et gestionnaires de coopératives



PELLENC

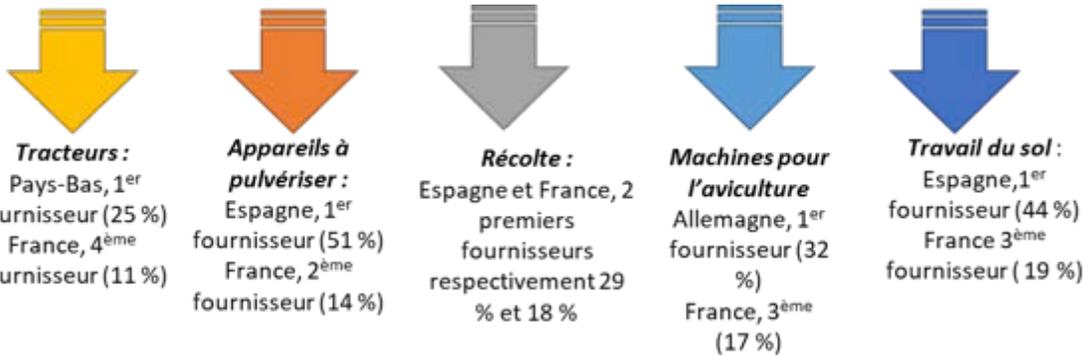
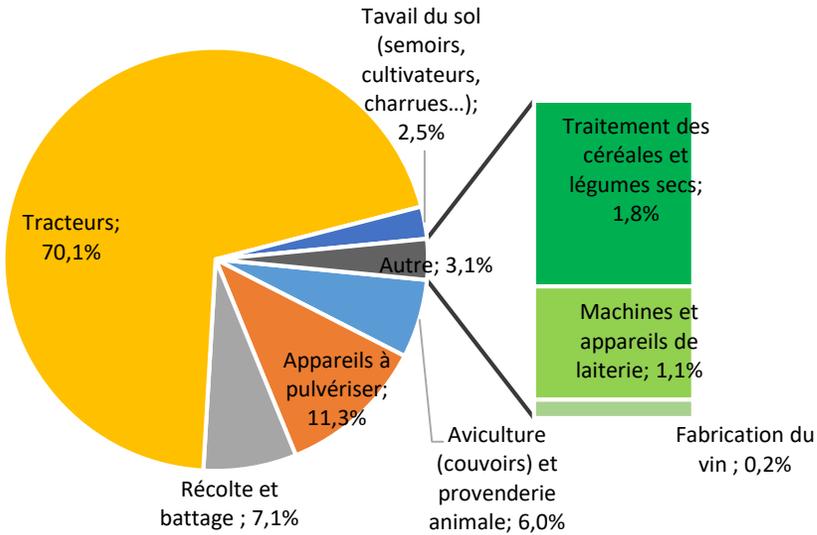
Depuis 2016, plateforme de distribution et commercialisation installée dans l'agropole de Meknès.

Spécialisée dans les filières oléiculture, et vitiviniculture.

Propose un service après-vente, et atelier de formation pour la réparation des pièces.

Recommandations: appui sur la prospection et la commercialisation car manque de temps, mais « il y a encore des opportunités à saisir ».

Un marché d'importation qui s'établit à **272,3 M EUR** en 2016
 Les principaux produits importés par le Maroc sont en 2016 (en valeur) :



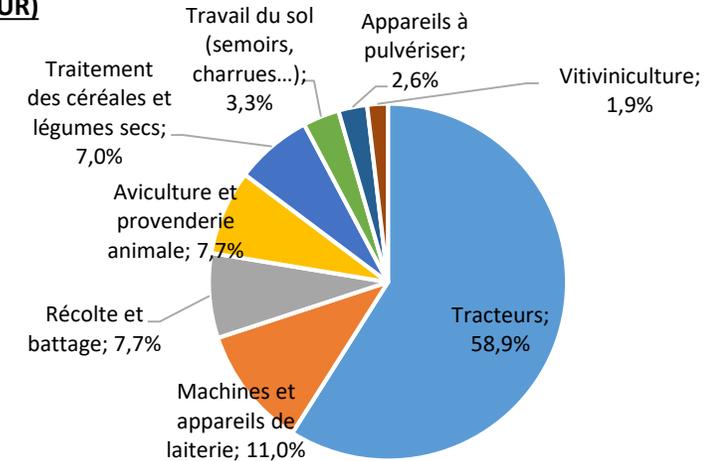
Source : GTA, d'après douanes marocaines

Place de la France dans un marché concurrentiel :

- La France : **4^{ème} fournisseur** avec 12,4 % de PDM, derrière les Pays-Bas (20,3 %), l'Italie (16,6 %) et l'Allemagne (16,1 %).
- Les fournisseurs traditionnels européens (hors Pays-Bas), ont perdu des parts de marché au profit de nouveaux fournisseurs depuis 10 ans : Inde, 3,9 % PDM soit +14,9 %/an et Chine, 3,9 % soit +23,4 %/an, Turquie (2,9 %).
- Concurrence turque de plus en plus visible** sur le marché marocain, ressentie comme telle par les opérateurs. Dans les faits, la part de marché du machinisme turque s'érode depuis 2011. Les machines turques bénéficient d'une bonne image de qualité, et d'un prix abordable, outre les relations traditionnelles établies entre les deux pays.
- Présence forte des marques espagnoles et italiennes :**
 - ⇒ Marques visibles et présence physique des constructeurs espagnols et italiens auprès des distributeurs.
 - ⇒ Marketing plus agressif et mise en avant d'une offre bénéficiant d'un bon rapport qualité/prix.
 - ⇒ Des salons en Italie (Bologne) et en Espagne (Saragosse) qui prennent de plus en plus d'importance.

Exportations françaises de matériel agricole, 2016 (EUR)

- L'offre française : 35,21 M EUR** exportés au Maroc en 2016.
- >> **Bonne image de qualité**, mais offre réputée chère et parfois perçue comme trop sophistiquée et pas toujours adaptée au marché.
- >> Croissance des exportations en 2016 (+34,5 %) par rapport à 2015, mais tendance à la baisse depuis 2011 (-42,6 %).



Source : GTA, d'après douanes françaises

Barrières réglementaires :

- >> Matériel agricole importé : franchise totale des droits de douane entre le Maroc et la France depuis mars 2012, dans le cadre de la mise en place du libre-échange avec l'Union européenne.
- >> Ces droits de douanes oscillent entre 25 % et 35 % pour les pays n'ayant pas signé d'accord de libre échange avec le Maroc.
- >> Certaines machines agricoles bénéficient d'une exonération de TVA et de la taxe parafiscale à l'importation. En revanche, le petit outillage est soumis à une TVA de 20 %.



>> **Formation et expertise** : la demande est très forte quant à l'expertise et la formation sur l'utilisation optimale des outils de production.

La formation des techniciens agricoles est d'autant plus importante, qu'elle permettrait de lutter contre l'exode rural des jeunes, et répondrait en partie au problème de chômage dans les villes.

=> Proposer une formation diplômante, en lien avec les offices régionaux de mise en valeur, et l'OFPPT (office de la formation professionnelle et de la promotion du travail).



Exemple : le CECAMA

Centre de conseil agricole franco-marocain

- ✓ Opérationnel depuis 2013, suite à la signature d'un accord de coopération entre les Ministères marocains et allemands de l'Agriculture.
- ✓ 2^{ème} phase reconduite en 2016 jusqu'à fin 2018.
- ✓ Localisée à Sidi Slimane, à 60 km de Kénitra
- ✓ Formations dispensées aux conseillers de l'ONCA, aux adhérents des interprofessions, aux techniciens agricoles.
- ✓ Formation théorique et pratique, sur des machines mises à disposition sur le site (notamment CLAAS). Du labour à la récolte.

=> Former les encadrants et les utilisateurs sur du matériel : faire connaître l'offre, et inciter les investisseurs à acheter du matériel déjà manipulé et connu.

>> **Matériel d'irrigation** : Besoins en matériel d'irrigation dans le cadre des objectifs de développement du plan Maroc Vert.



>> **Machines agricoles** : marché très concurrentiel et marché de prix mais des opportunités à saisir notamment dans les grandes cultures, filière stratégique, dans l'arboriculture fruitière (olivier, pommier, pêcher) et dans une moindre mesure dans la filière sucrière.

=> Le matériel agricole le plus demandé : tracteurs, germeurs, trapeuses et appareils de laiteries, équipements de récolte, de battage, de nettoyage, de travail du sol et de pulvérisation.

>> **Matériel standard en grande majorité** : faiblesse des investissements privés de la part de grands acteurs et problème de compétence technique des utilisateurs qui ne sont pas les agro-industriels/propriétaires.

>> **Assurer un suivi technique /SAV performant et à des prix raisonnables. Etre très présent physiquement** : les Espagnols savent très bien le faire, de même que les Turcs. L'offre allemande est également jugée « *de bonne qualité et aux prix abordables, notamment pour les tracteurs* ».

>> **Renforcement de la recherche** notamment sur les variétés de semences, sur l'utilisation des sols, sur l'irrigation, en lien avec l'INRA.



>> **Semences certifiées** : semences céréalières, maraîchères, mono-germes de betteraves à sucre, semences oléagineuses. Notamment dans le cadre des contrats-programmes : améliorer l'accès aux semences certifiées et accompagner les producteurs dans l'utilisation de ces semences.

>> **Vitiviniculture** : un marché restreint mais en croissance. Les producteurs de vins disposent en effet de matériel haut de gamme, et de futurs investissements sont à prévoir dans la filière.

>> **Nouvelles technologies agricoles** : techniques de précision, y compris en irrigation. Il s'agit d'un marché de niche, qui concerne surtout les gros agrégateurs.

4.3 Vers le développement d'une agro-industrie moderne

- ✓ Panorama de l'Industrie Agro-Alimentaire marocaine
 - ✓ Equipements et Ingrédients agroalimentaires
 - ✓ Focus Industrie des produits de la mer
 - ✓ Focus Industrie sucrière
 - ✓ Focus Industrie de l'Alimentation animale
 - ✓ Focus Industrie BVP et meunière



11,6 Mrd EUR
(CA en 2016) soit
5 % PIB



27 %
(de la production
industrielle marocaine)



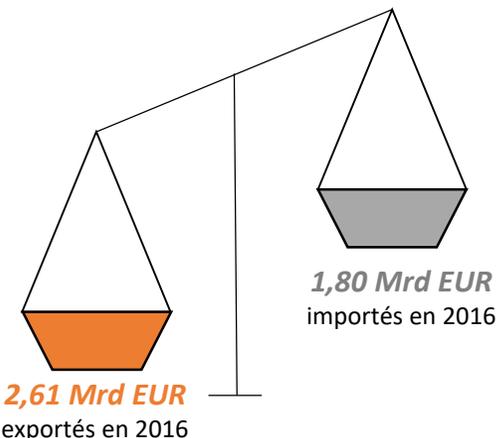
+100 000
(emplois)

>> Le secteur connaît depuis près de 10 ans une croissance de l'ordre de + **6 %/an en moyenne**, et reste un pilier de l'industrie marocaine (8 % du PIB national).

>> Le secteur est confronté à **des contraintes** qui pèsent sur son développement :

- Un *taux de transformation faible*, qui ne dépasserait pas les 20 %, chiffre faible comparé au potentiel de production locale, et aux chiffres européens, mais à mettre en relation avec les pays africains (ex : autour de 7-8 % pour l'Afrique du Sud).
- Une industrie davantage tournée vers *la transformation de produits importés* (40 % des revenus des entreprises IAA) plutôt que vers la valorisation de la production locale.
- *Transformation artisanale et traditionnelle et poids de l'informel* qui pénalise le développement d'une industrie agro-alimentaire compétitive sur les marchés nationaux et internationaux.
- L'ouverture des marchés a certes permis aux produits marocains l'accès à un marché de près d'1 Mrd de consommateurs, mais a également ouvert la porte à *des produits importés, à plus forte valeur ajoutée, et de qualité jugée supérieure*.

Un solde commercial en croissance :
820,5 M EUR
(2016, vs. -115,8 M EUR en 2011).

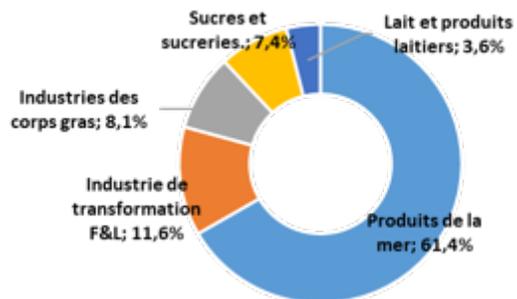


Exportations : +83 % depuis 2011 – 34 % des exportations industrielles du pays

>> L'UE absorbe ~55 % des exportations marocaines : l'Espagne (23,3 %); l'Italie (9,0 %), la France (8,8 %).

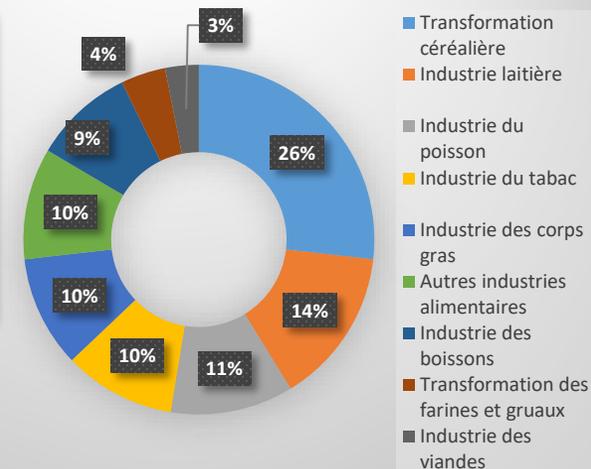
>> Parmi les pays-tiers, les principaux clients sont : les Etats-Unis (4,2 % PDM), le Japon (4,1 % PDM), la Turquie (2,2 %) et l'Algérie (2,1 %).

>> **Principaux produits exportés : l'industrie de transformation des produits de la mer domine, représentant 61,4 % des ventes à l'export.**



Production agro-industrielle au Maroc en 2016 (valeur)

- ⇒ **A destination des marchés export :** produits de la pêche
- ⇒ **A destination du marché intérieur :** corps gras, boissons, viandes et céréales

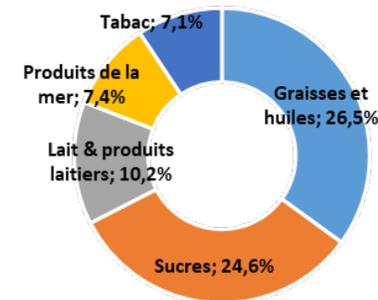


Source : d'après les statistiques de la FENAGRI

Importations

Principaux produits importés par le Maroc en 2016 (EUR)

- >> Les importations sont en croissance **+9 %/an en moyenne depuis 2006**.
- >> les importations de produits de la mer, de boissons et de fruits et légumes transformés connaissent les plus fortes croissance.



>> Les principaux fournisseurs sont :



Brésil
23,8 % PDM
1^{er} fournisseur de sucre (98 % PDM)

Espagne
10,9 % PDM
1^{er} fournisseur de graisses et huiles (~25 %)

Allemagne
8,8 % PDM
2^{ème} fournisseur de graisses et huiles (~23 %)

France
7,8 % PDM
3^{ème} fournisseur produits laitiers (16%)

2 050 entreprises **25 %** des entreprises industrielles du pays (y compris le tabac).

>> Parmi les plus importantes entreprises du secteur, certaines appartiennent à de grands groupes marocains (parfois multi-secteurs), tels que Dyana Holding, Holmarcom, Unimer Koutoubia..., ou à des groupes étrangers (Danone, Avril, Castel, Bel, Nestlé...).

>> L'essentiel du tissu industriel marocain est néanmoins composé de PMI (92 % des entreprises), qui assurent moins de la moitié de la production, mais près de 87 % des exportations.

A l'inverse, les **50 plus importantes entreprises du secteur représentent près de 55 % de la production agroindustrielle.**

>> La présence de leaders mondiaux des IAA dans le capital et la gestion des sociétés marocaines a pour conséquence **une montée en gamme de la production marocaine.** L'industrie agroalimentaire est en effet demandeuse de **matières premières de qualité, mais également d'équipements modernisés** pour mettre en valeur la production locale.

>> Les industries agro-alimentaires se décomposent en **3 catégories** qui affichent des stratégies et des réalisations contrastées :

- **Les filières de base** (industries laitière, sucrière, des huiles, des céréales et des viandes) dont plus de 95 % de la production sont écoulés sur le marché local.
- **Les filières intermédiaires** qui utilisent des matières premières souvent importées (biscuiterie-chocolaterie-confiserie, industrie des boissons, fabrication de préparations culinaires).
- **Les filières à fort potentiel à l'export**, à savoir les industries des produits de la mer, les conserves de fruits et légumes. 75 % de la production de ces industries sont exportés. Un vrai effort est à faire pour la modernisation et l'augmentation de la valeur ajoutée de ces filières, qui gagneraient en compétitivité sur des marchés export de plus en plus concurrentiels (Afrique, Pays du Golfe...).

Les principales entreprises du secteur agroalimentaire

Société	Activité	Chiffre d'affaires en 2016
Société marocaine des tabacs	Culture, fabrication, commercialisation et distribution de produits du tabac	1,05 Md EUR
Danone	Transformation du lait et dérivés	642,7 M EUR
Cosumar	Raffinage, extraction et conditionnement du sucre	552,1 M EUR
Lesieur Cristal	Trituration, raffinage d'huiles, production de savons corporels et de ménage	349 M EUR
Fandy Copagri	Importation de céréales et légumineuses	335,6 M EUR
Copag	Production et commercialisation des agrumes, primeurs et lait, fabrication des jus	322,7 M EUR
Unimer	Traitement et commercialisation des produits de la mer	316 M EUR
Alf Sahel	Fabrication d'aliments composés pour animaux	259,6 M EUR
North Africa bottling company	Distribution de boissons gazeuses	230,9 M EUR
Yellowrock	Négoce de céréales et légumineuses	212,6 M EUR
Société des Brasseries du Maroc	Brasserie, distribution de vins, production et distribution de boissons à base de malt	205,9 M EUR

Source : CFCIM 2017 - d'après Kompass

- >> Les industries alimentaires se concentrent dans les grandes régions de production alimentaire.
- >> Cependant, la **zone du grand Casablanca concentre à elle seule un tiers des industries** en raison d'une main-d'œuvre abondante et d'infrastructures logistiques disponibles, dont le port marchand.
- >> Elle est suivie par **la région Souss-Massa-Draâ** (Agadir) qui concentre 14 % des industries agroalimentaires du Maroc.

Contrat-programme sur les IAA

- >> En avril 2017, signature d'un contrat programme entre la FENAGRI, la COMADER et l'Etat : pour un montant d'investissement de **12 Mrd DH dont 4 Mrd DH financés par l'Etat**.
- ⇒ 8 filières retenues : valorisation et transformation des fruits et légumes, industrie laitière, industrie des viandes, industrie de la biscuiterie-confiserie-chocolaterie, industrie céréalière, industrie des pâtes et couscous, transformation des agrumes et industrie de l'huile d'olive.
- ⇒ Focus particulier sur des secteurs non appuyés auparavant avant par un contrat-programme au niveau de la production notamment chocolaterie, pâtisserie, minoterie.

Objectifs : Vers une meilleure valorisation et transformation des produits. Pour accompagner le développement de l'amont, il faut également un aval très productif et générateur de richesse.

✓ **Modernisation et intensification des unités de transformation :**

- Subventions sur les équipements IAA entre 20 % et 30 % du montant de l'investissement.
- Subventions pour l'export, sur les huiles d'olive, conserves de fruits & légumes, produits de 2^{ème} transformation; la valeur des subventions dépendant de la destination (Europe, Afrique, Asie).
- Promotion des systèmes de certifications dont le coût élevé a poussé certains producteurs à préférer le débouché russe au profit de l'Union Européenne.

✓ **Réformes des circuits de distribution** et notamment des marché de gros : favoriser les échanges d'informations entre les marchés agricoles et agro-industriels et modernisation des centrales d'achat du Maroc.

- ✓ Développer le **marketing produit** : vendre des produits Made in Morocco.
- ✓ Gagner en **compétitivité sur les marchés à l'export**, et s'adapter aux standards de qualité européens et internationaux. Mise en place de primes à l'export, qui varient selon les destinations (UE, Afrique, Pays du Golfe, etc...).
- ✓ Améliorer la **qualité sanitaire** des produits agroalimentaires : étiquetage, traçabilité, sécurité sanitaire (en lien avec l'ONSSA).

>> **Structuration des filières** agroalimentaires en écosystèmes :

- Renforcer les filières existantes (huiles d'olives, agrumes, corps gras...)
- Développer des filières à fort potentiel à l'export (transformations F&L, oléiculture, argan, épices, etc...)
- Soutenir les filières intermédiaires en termes de compétitivité des PME/TPE (BVP, boissons, préparations alimentaires...).

Restructurer la filière et encourager les investissements

- >> Peu d'investissements de la part de grands capitaux, qui préfèrent se concentrer sur l'amont des filières (agriculture).
- >> Par ailleurs, faiblesse de la recherche & développement qui constitue donc un frein au développement de l'agro-industrie. Traditionnellement construites sur un modèle traditionnel reposant sur une transmission de savoir-faire familial, les entreprises n'ont pas vu l'intérêt de financer la recherche.
 - Difficultés de lancer des innovations en termes de packaging ou de nouvelles recettes/produits.
- >> A l'étude actuellement : mise en place de **centres d'innovations agroalimentaires** (CIAA) spécialisées dans l'innovation, la recherche, la formation pour accompagner les agro-industriels dans le développement du secteur.
- >> En parallèle, le **Pacte Nationale pour l'Emergence Industrielle** a pour objectif d'accompagner le développement industriel du pays, dont l'agro-industrie, avec la création notamment de **6 agropoles** :
 - plateformes de production, de logistique et de service pour créer une chaîne de valeur intégrée, de la production à la commercialisation, et accueillir des espaces de formation et de R&D.
 - Seuls les agropoles de Meknès et Berkane sont opérationnels, mais la visite de celui de Meknès révèle un site encore peu utilisé par les industriels, faute de services de logistique. Pellenc s'y est installé en 2016.

NEWS

200 M USD de la Banque Mondiale pour l'agro-industrie marocaine

La Banque mondiale a annoncé octroyer un prêt de 200 M USD en décembre 2017 pour accompagner le développement de l'agro-industrie, dans le cadre du contrat-programme IAA à venir : Programme de renforcement des chaînes de valeur agroalimentaires qui s'appuie sur les bons résultats du PMV.

- Intégrer les petites entreprises et coopératives qui dominent la production IAA marocaine.
- Focus sur les filières agrumes et olives : favoriser les investissements privés dans les usines de transformation.
- Modernisation du modèle de gestion des marchés de gros : accès aux informations sur les cours des produits par exemple.



120,3 M EUR

d'équipements IAA importés par le Maroc en 2016.



+24,2 %

de croissance depuis 2011



France : 3^{ème}

fournisseur du Maroc en 2016

>> Les principaux acteurs du secteur sont les distributeurs, faute de fabricants, qui assurent la commercialisation, l'assemblage, l'installation et les services après-vente. Cependant, pour minimiser les coûts, les agro-industriels passent souvent en direct auprès des fabricants étrangers.

Place de la France et concurrence

>> La France, avec **15,7 % de parts de marché**, occupe la 3^{ème} place parmi les fournisseurs du marché marocain. Les ventes d'équipements français connaissent un net ralentissement depuis 2011 et la France perd ainsi **12,2 points de parts de marché**.

>> La concurrence est essentiellement **européenne**, l'origine UE représentant 84,4 % des ventes :

- ✓ L'Italie est leader avec 30,1 % des ventes d'équipements au Maroc ; ses ventes sont en croissance depuis 2011 (+50 % entre 2016 et 2011), avec un pic en 2014.
- ✓ L'Espagne arrive en 2^{ème} position avec 14,2 % de parts de marché. Ses ventes sont relativement stables depuis 2006, avec une croissance annuelle moyenne autour de **+4,8 %/an**.
- ✓ L'Allemagne se positionne à la 4^{ème} place des fournisseurs du Maroc avec 10 % de parts de marché, en recul depuis 2012 (**-19 points de parts de marché**).

>> De **nouveaux fournisseurs hors UE** apparaissent et notamment la Chine, qui occupe la 5^{ème} place et qui connaît une croissance de **+20 %/an** en moyenne depuis 10 ans. L'offre chinoise répond aux demandes d'un marché encore très sensible aux prix.

>> 42,5 % des équipements importés concernent les équipement Process Food, les 57,5 % restant concernent les emballages.

Les principaux produits importés sont :

- Les machines et appareils pour la boulangerie-pâtisserie;
- Les équipements pour la conserverie;
- Les machines et appareils pour le travail des viandes.

>> La France demeure le 1^{er} fournisseur du Maroc sur les machines pour la BVP, en concurrence avec l'Italie.

>> Sur le segment chocolaterie, c'est la Turquie qui passe devant l'Allemagne avec 25,1 % de parts de marché (vs. 22,5 % pour l'Allemagne en 2016).

>> Sur la conserverie, c'est l'Espagne qui monopolise les ventes, absorbant près de 80 % d'un marché particulièrement dynamique (augmentation de l'activité de conserverie de fruits, légumes, condiments, et poissons).

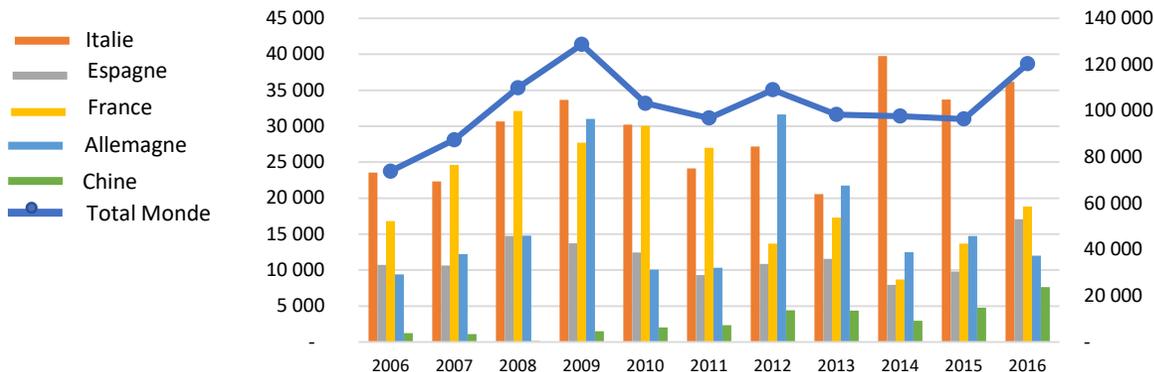
>> Sur les huiles (extraction et préparation), l'Italie et l'Espagne occupent 76 % du marché d'importations des équipements.

>> Enfin les importations de machines et appareils pour le travail des viandes ont atteint 8,1 M EUR en 2016, un niveau encore jamais atteint. Les Pays-Bas dominent largement le marché en totalisant 63,3 % des parts de marché.

Cette forte augmentation s'explique en partie par les projets de modernisation des abattoirs et notamment de développement d'abattoirs privés, ainsi que par la recherche de normes sanitaires et hygiéniques prônées par l'ONSSA, projets qui laissent entrevoir de belles opportunités pour le secteur.

>> Sur l'industrie laitière, la France domine largement le marché des équipements avec 70 % des ventes, en forte concurrence avec l'Italie.

Evolution des importations marocaines d'équipements IAA en milliers EUR



>> Les défis restent très importants, tant en termes de modernisation des **équipements, de développement de la recherche vers l'innovation**, d'accès à des matières premières de qualité, qu'en termes de formation d'une main d'œuvre qualifiée.

>> **Modernisation et augmentation de la valeur ajoutée** de la production industrielle sont les conditions clés pour accompagner la politique marocaine visant à ériger le Royaume en plateforme d'exportations en particulier vers l'Afrique, et vers le Moyen-Orient.

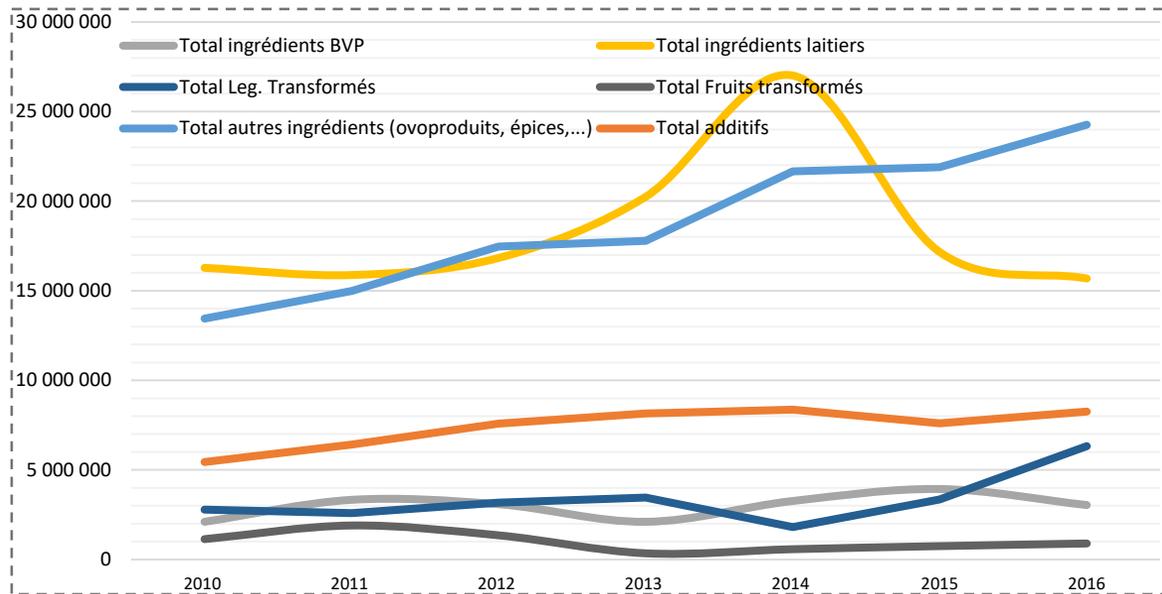
>> Sous l'impulsion des plans de développement, et l'augmentation de la production, la demande en ingrédients alimentaires est en pleine croissance.

>> Les industriels marocains, sous la pression des prix, de la compétitivité internationale et de la demande du marché intérieur, sont à la recherche d'intrants importés de meilleure qualité, pour élargir leur gamme, adapter leur production et améliorer la qualité.

>> L'ensemble des industries agroalimentaires sont concernées, en particulier les industries de la biscuiterie – confiserie – chocolaterie, l'industrie laitière, et les industries de transformation de fruits et légumes : lait en poudre, blé biscuitier, graisse végétale, œuf en poudre, etc...

>> Parmi les principaux distributeurs marocains : TBI (Ingredion, Kerry, Rousselot...), Comaner, AFE Distributions. Ces derniers travaillent sur un projet d'unité de transformation dans la zone industrielle de Aïn Sebaa (importations de matières premières; formulation et conditionnement réalisés sur place).

Principaux ingrédients alimentaires exportés par la France en 2016 (Euros)



>> La France exporte **58,5 M EUR** d'ingrédients alimentaires soit 24 % des exportations européennes vers le Maroc. Elle se classe au 1^{er} rang des fournisseurs du Royaume, suivie par l'Espagne (23 %) et les Pays-Bas (13%). A eux trois, ils concentrent 60 % des exportations européennes d'ingrédients alimentaires vers le Maroc



>> Les exportations françaises concernent en particulier :
41,5 % d'ovoproduits et autres ingrédients notamment :
 → préparations alimentaires à base de céréales pour sauce, et soupes, ovoproduits, graisses végétales.



26,8 % d'ingrédients laitiers, notamment
 → Protéines et poudre de lait, lait concentré.



14,1 % d'additifs, et notamment :
 → Agents de texture : émulsifiants, gélifiants.



5,2 % d'ingrédients BVP et notamment :
 → préparations diverses pour BVP (amidons, féculés ou extraits de malt, semoules...).

Une industrie à fort potentiel :

100 000 emplois directs et indirects

Croissance annuelle du secteur **~5 %/ an** depuis une dizaine d'années.

~350 usines de valorisation dont 190 unités de congélation et 50 unités de conserverie.



Une industrie orientée vers l'export

85 % de la production exportée

1,61 Mrd EUR exportés en 2016 soit **61,4 %** des exportations agroindustrielles marocaines

1^{er} producteur et exportateur mondial de sardines. Parmi les 1^{ers} exportateurs mondiaux d'algues



Destination des produits de la pêche : l'export comme débouché principal

En Tonnes	Consommation produits frais	Conserve	Congélation	Industrie farine et huile	Salaison	Appât	Total	Répartition de la production par année
2012	437 324	148 162	318 430	206 572	7 551	2 898	1 120 937	
2013	391 045	152 665	438 026	181 297	5 963	3 978	1 172 974	
2014	325 129	205 960	406 649	341 807	4 731	2 963	1 287 239	
2015	379 526	193 075	567 642	146 574	223	1 907	1 288 947	
2016	323 137	231 719	656 142	171 614	0	603	1 383 215	
11 mois 2017	295 905	223 142	608 171	91 835	6	72	1 219 131	
PDM 2017	24,3%	18,3%	49,9%	7,5%	0,0%	0,0%	100,0%	
Evol 2012-2017	-32,3%	50,6%	91,0%	-55,5%	-99,9%	-97,5%	8,8%	

~60 % à destination de l'UE :
Italie, Espagne, Pays-Bas, France

12 % vers des pays africains :
Ghana, Côte d'Ivoire, Nigéria, Gabon,

Port d'Essaouira



Source : élaboré d'après les données de l'ONP

- >> 45 % des entreprises de produits de la mer travaillent dans l'activité des produits congelés, et sont constituées en majorité de petites et moyennes entreprises, à l'inverse des entreprises de farines/huiles et conserves, plus grandes.
- >> Sur les 5 dernières années, les activités de conserves et congélation ont connu une croissance et une évolution plus rapide, au détriment de la préparation des produits frais et des industries de farines et huiles de poissons. Cette dernière industrie est à destination de l'alimentation animale, notamment aquaculture et aviculture pour les farines, et du secteur cosmétique.
- >> Beaucoup de partenariats marocains avec des entreprises étrangères, européennes, notamment espagnoles, mais également russes.
- >> Les industries du secteur se concentrent autour des principaux ports de pêche, notamment Agadir, Dakhla, Laâyoune (huiles et farines), Safi, Essaouira...

Les enjeux de modernisation et de mise à niveau :

>> Prise de conscience de la part du gouvernement et des industriels de l'enjeu de modernisation de la filière, pour rester compétitif sur les marchés d'exportations.

>> **Le développement de la filière est accompagné par un plan spécifique, le plan Halieutis**, dont l'objectif est d'augmenter la valeur des exportations marocaines pour atteindre 3,1 Mrd USD d'ici 2020.

>> Les importations de matériel destiné à la transformation des produits de la mer bénéficient depuis 2015 d'une réduction de la TVA, passant de 20 % à 10 %.

Cette mesure visant à encourager les investissements dans le secteur, vient accompagner les efforts menés en vue de la modernisation et de la mise à niveau des équipements.

=> En 2015, les investissements destinés aux unités de valorisation de produits de la mer ont atteint 389 M DH, soit une hausse de +9 %/ an en moyenne depuis 2010.



Par ailleurs, un parc industriel dédié à la valorisation des produits de la mer dans la région d'Agadir a vu le jour :

Le **parc Haliopolis** dans lequel la première unité industrielle, le groupe français Massilly, a officiellement démarré ses activités en février 2017 : emballages métalliques à destination des conserveries.



Une filière en peine de renouvellement :

>> **30 % du secteur est dominé par l'informel.**

>> **Difficultés rencontrées par les industriels en termes de logistique:** organisation et coût du transport, coûts énergétiques, réorganisation lente des halles aux poissons.

>> **Des investissements en croissance mais encore limités**, notamment dans la recherche et le développement en innovation.

Faute d'investissements, et de main d'œuvre qualifiée, les outils de production sont généralement vétustes, et ne permettent pas la fabrication de nouveaux produits. Par exemple, l'industrie de la conserve est dominée par la technique de mise en boîte et de sertissage.

>> **Manque de formation et sous-qualification de la main d'œuvre :** techniques traditionnelles de transformation du poisson.

>> **Faiblesse des laboratoires d'analyses** et de contrôles qualité, obligatoires dans le cadre des exportations. Beaucoup de petites entreprises, faute de moyens, font l'impasse sur la mise en place d'un système rigoureux de respect des conditions d'hygiène et de transport (respect de la chaîne du froid).



Quelles opportunités pour les acteurs français ?

>> **Besoins d'unités de production complètes et clés en mains :**

Par exemple : 6 conserveries de poissons en construction à Dakhla

>> **Besoin d'innovations pour renouveler l'activité :**

→ Emballages et packaging innovants et nouveaux, notamment en conserverie, pour gagner en compétitivité sur les marchés à l'export et répondre aux nouvelles attentes de consommation.

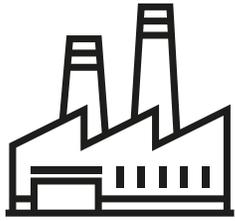
→ Développement de nouveaux produits : lignes de production pour de nouveaux produits par exemple rillettes et terrines.

>> **Formation et expertise :** former une main d'œuvre qualifiée dans l'usage de nouvelles technologies pour monter en gamme. Et accompagner les industriels dans leurs projets de développement de formules innovantes.

Expertise et savoir-faire attendus sur les questions de qualité et sécurité sanitaire.

>> **Un secteur concurrentiel où la place de la France est à redéfinir :** Espagnols et Portugais sont jugés plus réactifs, et agressifs sur le marché.

>> Etre capable de proposer une offre intégrée française de la production à la commercialisation.



40 usines d'aliments soit
5 millions tonnes d'aliments/an dont près de **3 millions**
 de tonnes d'aliments pour la volaille.

Objectifs à horizon 2025 : **9 à 10 millions tonnes.**

>> Concurrence et place de la France:

- Tourteaux de soja : Argentine (68,2 %) et Etats Unis (27,9 %), origines appréciées pour leur prix, et leur capacité de stockage très importante.
- Tourteaux de tournesol : Ukraine (84,3 %) et autres pays d'Europe de l'Est (Roumanie et Bulgarie).
- Prémix et autres aliments composés : Espagne, Turquie (notamment lait de remplacement) et France. Produits français réputés de qualité mais trop chers.

>> Le Maroc reste un marché de prix pour les aliments composés. L'utilisation d'additifs et de médicaments représente une forte valeur ajoutée, et reste l'apanage des plus gros éleveurs.

>> Concurrence locale et internationale forte au sein des fabricants de prémixes ; et encore plus marquée au sein des fabricants d'aliments composés.

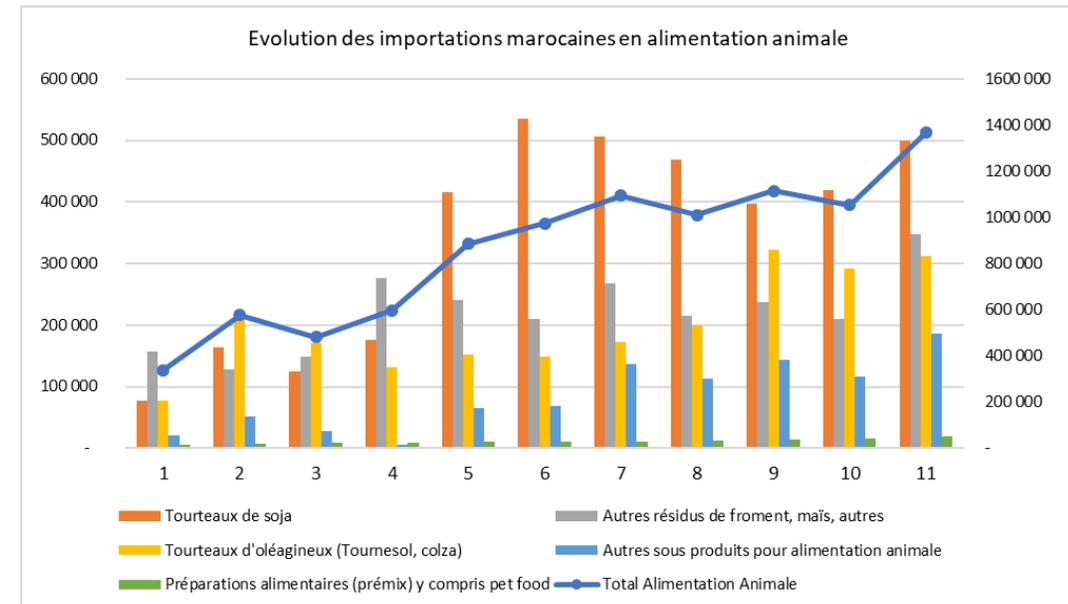
=> Proposer un service de qualité : facilités logistiques et financières proposées aux clients, et notamment livraison à domicile.

>> Des facteurs favorables au développement du secteur de la provenderie

- ✓ Croissance continue du cheptel national et structuration progressive des filières : vers des élevages intensifs et intégrés.
- ✓ Croissance démographique (de 11 millions dans les années 60 à 34 millions en 2016), croissance du pouvoir d'achat de la classe moyenne, urbanisation galopante
- ✓ Intensification de la production laitière et de la consommation de viandes rouges
- ✓ Nécessité de plus en plus accrue de garantir la sécurité alimentaire.

>> Un secteur stratégique dans un pays où les filières animales pèsent pour près de 38 % du CA agricole et 60 % des emplois agricoles.

- ✓ L'alimentation animale représente 50 % des coûts de production, voire plus en cas de mauvaise campagne céréalière.
 - Large domination du couple maïs/ tourteaux de soja qui représente 65 % à 70 % du coût d'une formule. D'autres matières premières sont utilisées telles que l'orge, son de blé, graines de soja (de moins en moins).
- ✓ 90 % des matières premières sont importées, hors farines de poissons :
 - Très faible production locale : par exemple la production de maïs satisfait moins de 10 % des besoins annuels. Variations importantes selon la pluviométrie
 - Croissance continue des importations de matières premières : + 40 % en 10 ans pour les approvisionnements en maïs; *5 pour les importations marocaines d'orge qui s'élèvent à 976 845 tonnes en 2016; *6 pour les importations de tourteaux de soja (500 000 tonnes en 2016).
 - Secteur particulièrement sensible aux variations des prix mondiaux. Par exemple, en octobre 2013, le prix de l'aliment payé par les éleveurs bovins marocains était de l'ordre de 324 €/tonne, dans une conjoncture mondiale moyenne (prix du maïs à Chicago de l'ordre de 126 €/tonne).



Les orientations du secteur de la provenderie :

- >> Vers la professionnalisation du secteur, autour de l'AFAC
 - ✓ Malgré la subsistance de modèles traditionnels d'élevage avec quelques dizaines de bêtes, volonté des filières autour de leurs interprofessions de mettre en place un système intégré de productions animales.
 - ✓ C'est déjà le cas pour quelques grands producteurs de volailles, qui réunissent les activités de production, abattage, fabrication d'aliments et distribution : La Holding Zalagh, les groupes Cicalim, Dar El Fellous, Sinev et Oralia. Ces agro-industriels ont développé des laboratoires de fabrication au sein de leurs usines.
 - ✓ Vers la montée en gamme de l'industrie : fabrication d'aliments plus qualitative, avec une technologie de plus en plus développée.
 - ✓ Vers un développement du marché non seulement au Maroc, mais également à l'export, vers l'Afrique.
- >> Organisation de la distribution :
 - ✓ Les agro-industriels préfèrent passer en direct pour leurs importations de matières premières, d'aliments de base pour les prémix.
 - ✓ A l'inverse, les petits éleveurs qui consomment de petites quantités passent par des distributeurs-importateurs (par exemple AMXA à El Jadida).
 - ✓ Tous les fabricants (prémix et aliments composés) livrent les éleveurs à domicile.
- >> Assurer une meilleure sécurité sanitaire
 - ✓ Assurer une traçabilité de la production d'aliments cf. loi 28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires, et en lien avec l'ONSSA
 - ✓ Depuis quelques années, prise de conscience de la nécessité de contrôler la qualité sanitaire de l'alimentation animale, qui se concrétise en 2017 par l'interdiction de commercialiser des accélérateurs de croissance.



L'Afac (Association des fabricants d'aliments composés) a pour mission de promouvoir l'industrie de l'alimentation animale au Maroc



AMXA, vente et distribution de produits destinés à l'alimentation animale.

Source : Business France, Septembre 2017



>> Des besoins croissants mais un marché de prix

- >> Pression des industriels laitiers et de la viande pour obtenir des matières premières de qualité, incitant les éleveurs à investir dans une alimentation plus saine et de qualité.
- >> Ainsi **la demande en aliments composés** se développe : non plus comme un appoint à l'alimentation animale en période de sécheresse, mais comme un aliment complémentaire au quotidien
- >> Besoins croissants pour **les fourrages de qualité, les additifs, les prémixes et les aliments composés.**
- >> Un marché de niche apparaît pour **les additifs alimentaires spécifiques de dernière génération.**
- >> **Formation et Expertise** : demande forte en formation sur le terrain pour sensibiliser les éleveurs aux bénéfices de l'alimentation raisonnée et scientifique du bétail.
- >> Phénomène très récent dans les grandes villes : Explosion du marché des animaux domestiques qui crée des besoins en matière **de pet food.**



Le sucre

1,65 M tonnes couvrant ~43% des besoins du pays.

80 000 producteurs

64 500 hectares

Monopole de l'industrie sucrière par la **COSUMAR**



Un exemple d'écosystème : Une filière intégrée autour de la COSUMAR :

De la production agricole à la transformation industrielle et la commercialisation.

>> Importations :

441,61 M EUR (2016)

à 98 % en provenance du Brésil.

>> Exportations

192,8 M EUR (2016)

vers l'Afrique et le Moyen-Orient

- Turquie : 24 %
- Syrie : 9,5 %
- Egypte : 7,8 %
- Ghana : 5,7 %
- Lybie : 5,1 %

>> 6^{ème} plus gros marché en Afrique.

>> Surface de production : 80 000 hectares gérés via un système d'agrégation. 80 000 agriculteurs répartis sur 5 régions.

>> Importation de sucre brut du Brésil et transformation sur place au Maroc.

>> Redéploiement vers une quarantaine de pays africains et autres : 12 000 containers au départ du port de Casablanca vers le monde.

>> Consommation élevée de sucre, qui s'établit autour de 37 kg/hab/an, soit 1,2 million de tonnes/an. La production locale couvre actuellement près de 43 % des besoins du pays, l'objectif étant d'atteindre entre 56 % à 60 % des besoins d'ici 2020.

>> Production de betteraves à sucre ou cannes à sucre selon les régions : la canne à sucre se trouve en particulier dans le Nord-Est du Maroc dans des zones plus humides, ou mieux irriguées; à l'inverse la betterave est moins demandeuse d'eau.

>> Le Maroc compte **huit sucreries et une raffinerie**.

>> Le monopole de ce secteur est détenu par le groupe Cosumar qui possède six filiales : Cosumar SA, Les Sucreries des Doukkala, Surac, Suta, Sunabel et Suoraf, toutes spécialisées dans la production et le raffinage du sucre.

>> Si le 1^{er} objectif est l'autosuffisance, le groupe souhaite également dynamiser son activité export, notamment en Afrique.

>> De nombreux investissements sont mis en place par la COSUMAR en vue de la modernisation et de la compétitivité de la filière.

- ✓ La production devrait passer de 42 500 t/jour en 2013, à 62 500 t/jour à l'horizon 2020.

⇒ Modernisation des raffineries et sucreries avec l'adoption de « technologies propres ».

⇒ Amélioration de la compétitivité dans la transformation et le raffinage.



Capacité installée d'écrasement

10,85 millions de tonnes

- Dont 86 % dédiée au blé tendre



Production

57,7 millions de quintaux

- 137 minoteries de blé tendre
 - 30 semouleries
 - 7 minoteries d'orge



Chiffre d'affaires

20 milliards de DH



Effectifs

10 000 personnes



Consommation de céréales

200 kg/hab/an

Vs. 152 kg/hab/an pour la consommation moyenne mondiale



- La minoterie industrielle est localisée essentiellement dans les régions de Casablanca-Settat (~38% de la transformation industrielle) et Fès-Meknès (23%). En 2017 : installation de 2 unités de trituration de blé dur dans la région Casablanca-Settat.
- Le secteur de la minoterie fonctionne aujourd'hui à près de 60 % de la capacité installée, et détient une capacité de stock outil d'environ 1 MT, dont les ¾ sous forme de silos. Pour améliorer leur taux d'utilisation, certaines semouleries et orgeries ont entamé l'écrasement du maïs.
- 12 % des moulins à blé tendre ont une capacité d'écrasement annuelle supérieure à 100 000 T.



Enjeux et évolutions du secteur

>> Une industrie dominée par la présence de nombreux petits opérateurs, qui se positionnent sur **le blé subventionné**, bloquant la libéralisation du secteur, nécessaire à sa mise à niveau : Situation de **surcapacité estimée à 115 %**.

>> En parallèle, **concentration accrue du secteur** autour de quelques grands groupes industriels : 2 acteurs principaux que sont Forafic et Fandy.

=> D'importants investissements industriels qui ont permis une certaine amélioration de la qualité des matières premières et de la transformation.

>> Mise en place de formation et de centres de recherche :

- ✓ Dispositifs de formation de meunerie avec la Fédération Nationale de la Minoterie (FNM) et création d'une école de boulangerie en partenariat avec France Export Céréales.
- ✓ Recherche & Développement sur les pâtes et couscous ; laboratoire d'analyse et de contrôle de la qualité (Agrolab).

>> Les enjeux du secteur : le circuit informel, la sous-qualification de la main-d'œuvre, la faiblesse de structuration de la filière, les risques sanitaires liées au secteur traditionnel, et la difficile modernisation des installations.

Détail de la consommation :

- >> Blé tendre : 70 % de la consommation de céréales en milieu urbain.
- >> Blé dur : principalement issue de la transformation industrielle en milieu urbain.
- >> Orge et maïs : à destination principale de l'alimentation animale.

Evolutions prévue à horizon 2020 :

- >> Demande en constante croissance, pouvant atteindre 137,5 M q.
- >> 64 % à destination de la consommation humaine, 30 % de l'alimentation animale, 6 % pour les semences.

Chaîne de distribution et transformation de la filière céréales au Maroc

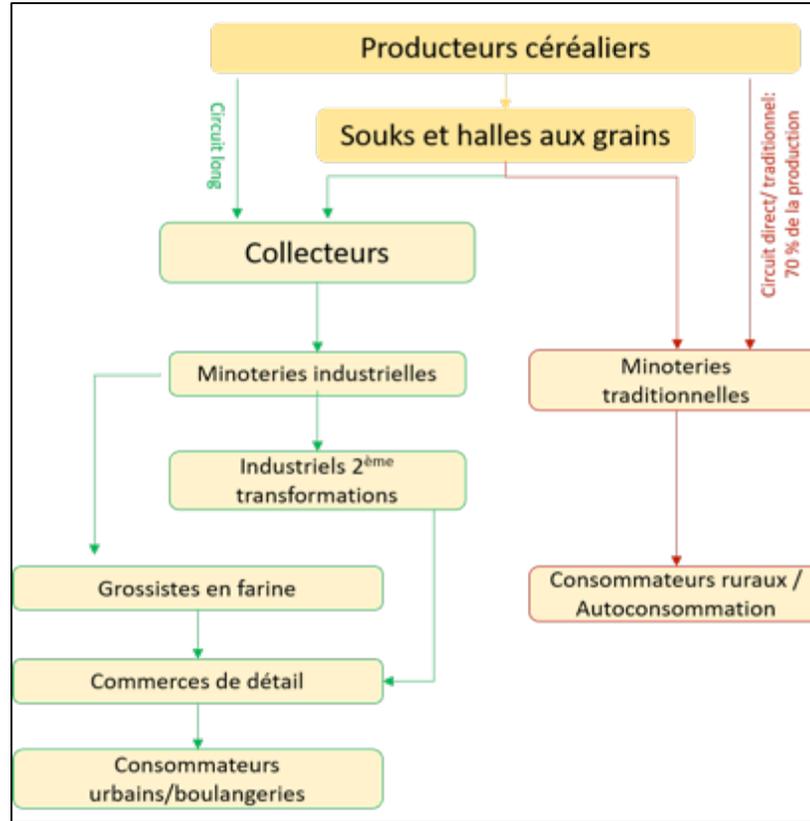
Qui sont les acteurs de la filière ?

>> **Collecteurs** : commerçants intermédiaires entre le producteur et l'organisme stockeur ou la minoterie. Achat en direct du producteur ou dans les souks/halles aux grains.

>>> **Organismes stockeurs** : près de 200 commerçants agissant uniquement sur le marché local, sociétés de négoce et les coopératives Agricoles marocaines (UNCAM).

>> Aval de la filière

- **Minoteries industrielles** qui absorbent seulement 20 à 30 % de la transformation : autoconsommation et faible pouvoir d'achat dans les zones rurales; faiblesse de la qualité et forte hétérogénéité du blé local.
- **Minoteries artisanales** : 10 000 petites unités en contact avec les consommateurs dans les zones rurales.
- **Commerçants grossistes de farines** : commerçants de proximité chez lesquels on trouve des farines, semoules et autres produits d'alimentation générale.
- **3 000 Boulangeries** formelles : 50 % de boulangeries simples, concentrées dans les zones urbaines, 38 % de boulangeries-pâtisseries et 12 % de boulangeries-salons de thé, plus haut de gamme. +74% des effectifs de boulangeries modernes en 10 ans.
- **1 200 unités informelles** de production de pains.
- **Pâtes et couscous** : 21 unités en activité.
- **Biscuiterie** : une vingtaine d'unités concentrées principalement dans la région du Grand Casablanca.



Une demande en croissance pour les produits de Boulangerie-Pâtisserie-Viennoiserie (BVP) :

- Croissance attendue : + 2 %/an pour les produits de boulangerie, dont 3 % pour les pâtisseries non emballées artisanales dans les 5 prochaines années.
- Quelques boulangeries industrielles (18 % du marché): Marjane, Maroc Dessert, Fandy Delicium et Somafaco.
- Un marché essentiellement de prix, parfois au détriment de la qualité.
- Mais un marché de niche pour des produits plus hauts de gamme à destination d'une population urbanisée, plus aisée. Changement des habitudes de consommation vers des modèles européens : Apparition d'un réseau de franchises internationales notamment de grands groupes français (Paul, Pomme de Pain, Fauchon), qui tire l'offre vers des produits hauts de gamme.
- Des enseignes marocaines qui se positionnent également sur le circuit de la distribution moderne, telles que Amoud, Serraj, Pain et Cie.



A Casablanca, l'enseigne Paul a ouvert un salon de thé-restaurant haut de gamme dans la villa Zévacó, célèbre pour son architecture art déco, construite en 1947, au sein du quartier de l'Anfa.



- >> **Modernisation des unités de transformation** et notamment
 - ✓ *Industrie des produits de la mer* : opportunités à saisir sur l'ensemble de la filière.
 - => Innovations en termes de packaging, conserverie.
 - => Equipements process food.
 - => Unités de production clés en mains.
 - ✓ *Filière laitière* : besoin de modernisation de l'activité transformation notamment des poudres de lait (tours de séchage).
 - => 10 nouvelles unités de traitement de lait prévues à horizon 2020.
 - => Forte demande sur le marché intérieur pendant le Ramadan, et à destination de la CEDEAO.
 - ✓ *Olives* : Augmentation de la capacité des usines de trituration, et mise à niveau.
 - ✓ *Industrie de transformation des viandes* : consommation en hausse, et changements des habitudes de consommation, qui créent de nouveaux besoins.
- >> **Demande forte en ingrédients alimentaires** notamment dans le secteur de la biscuiterie – chocolaterie – pâtisserie.



- >> **Projets de co-production ou co-localisation** : partenariats franco-marocains pour développer l'agro-industrie en vue d'une stratégie export vers les marchés africains, mais également européens et américains.
- >> **Savoir-faire et expertise**, notamment à destination des PME :
 - ✓ Certification, étiquetage, sécurité sanitaire.
- >> **Mise à niveau des industries de transformation de fruits et légumes**, notamment en vue d'une meilleure valorisation à l'export : la France est en concurrence avec l'Espagne sur ce segment. Bien qu'aujourd'hui une grande partie de la production soit exportée sans être transformée, au vu du potentiel de production du Maroc (notamment tomates, courgettes, poivrons) et de la volonté de mieux valoriser la production dans la transformation, le secteur présente de belles opportunités de développement.
- >> **Chaîne du froid** : Forte demande, pour accompagner la restructuration des circuits de distribution. Marché accessible mais forte importance du prix.
- >> **Alimentation animale** :
 - ✓ Besoins croissants pour les prémixes, fourrages de qualité et aliments composés, dans le contexte de l'intensification de la production animale.
 - ✓ Expertise et formation sur le terrain.



- >> **Mise à niveau et modernisation des lignes de production dans l'industrie BVP** : des besoins réels, mais à explorer avec précaution au vue du contexte de la filière (surcapacité et absence de libéralisation).

4.4 Le marché de consommation

- ✓ Dynamiques des circuits de distribution : retail et restauration
 - ✓ Evolution des habitudes de consommation
- ✓ Quel potentiel pour les produits de consommation? Gourmets?
 - ✓ Quel potentiel pour les boissons alcoolisées ?



10 % du chiffre d'affaires total de la distribution
Soit

2,5 Mrd EUR réalisés par la distribution moderne en 2016



430 points de vente
Vs. 0 points de vente en 1992

4 acteurs principaux



La grande distribution représente

11 % de la distribution au Maroc
vs. 30 % en Turquie, ~80 % en Europe



10 millions

de clients cibles
vs. 20 000 clients en 1992

La lente émergence de la distribution moderne.

>> Progressivement et depuis 30 ans, on assiste à une mutation d'une économie de l'offre à une économie de la demande. Les consommateurs marocains sont en effet de plus en plus sensibles aux marques et à la diversité de l'offre. Cette observation est cependant plus réelle dans les zones urbaines.

>> En effet, le monde rural est encore très dépourvu de structures modernes de distribution, faute d'infrastructures, de services logistiques et de produits. 90 % de la distribution y est encore informelle et traditionnelle et répond principalement à une économie de l'offre (demande conditionnée par l'offre).

>> Au contraire, les facilités logistiques et le développement de nouvelles tendances de consommation dans les centres urbains ont favorisé le développement d'une économie de la demande, stimulée par les structures modernes de distribution qui élargissent leurs offres.

Vers le développement de centres commerciaux

>> L'accent est mis sur l'élaboration de plateformes commerciales et de « malls ».

>> Développement à destination des classes moyennes, disposant d'une voiture, et des femmes.

>> Apparition d'une offre de restauration « on the go », de food court.

>> Le 1^{er} centre commercial date de 2001. Aujourd'hui on dénombre 10 centres commerciaux, localisés les principales grandes villes (Casablanca, Rabat, Marrakech, Tangers). A commencer par l'emblématique Morocco Mall à Casablanca, installé en bord de mer sur une surface de 200 000 m².

>> Traditionnellement, les centres commerciaux au Maroc sont issus de la culture du *KISSARIA*, c'est à dire un regroupement d'échoppes et de boutiques par métiers ou corporations, dans les médinas et les souks.

C'est échoppes étaient gérées selon un modèle de copropriété entre les différentes enseignes.

Dynamiser le commerce intérieur :

Etant donné le poids majeur occupé par les circuits traditionnels et informels de distribution, la structuration de la distribution au Maroc doit inclure la mise à niveau des réseaux traditionnels.

Le programme Rawaj-Vision 2020 :

>> Développement de la GMS, modernisation des commerces de proximité et réformes des marchés de gros pour améliorer l'approvisionnement

A horizon 2020, le programme a pour ambition de faire évoluer le chiffre d'affaires de la distribution moderne : passer de 11 % à 15 % du PIB de la distribution alimentaire.

>> Rééquilibrage du maillage commercial sur le territoire en adaptant les types de distribution selon les régions, et notamment les zones les plus éloignées.

⇒ Modernisation du commerce de proximité, notamment en termes de sécurité sanitaire et de chaîne du froid.

⇒ Amélioration de la qualité et de l'offre pour s'adapter aux nouvelles tendances/besoins : insérer progressivement des nouveaux formats, notamment le e-commerce.



La réforme des marchés de gros

>> Suppression de l'obligation de passage par les marchés de gros pour les GMS, les groupements de producteurs, les produits importés et exportés à la condition que ceux-ci développent des plateformes de conditionnement et de commercialisation conformes. Les grossistes et les détaillants sont tenus à l'obligation de passage.

>> Suppression de la taxe de 7 %. A l'inverse, les marchés de gros seront rémunérés sur les services rendus (loyers, logistique, chambres froides, etc...)

>> Mise en place de nouveaux marchés, en complément des actuels, souvent saturés, et modernisation des installations, notamment en termes d'échange d'informations (cours des matières premières) entre les producteurs et les commerçants.

>> Création d'un fonds de modernisation pour encourager les investissements (et compenser les pertes), et d'un comité national de pilotage pour la conduite de la réforme.

Une offre de plus en plus diversifiée et de qualité :

>> La GMS a été, et est toujours catalyseur dans la diversification de l'offre pour certaines familles de produits, notamment charcuterie et fromages, ou encore plus récemment les produits surgelés.

>> Au début des années 2000, les consommateurs avaient le choix entre seulement 2 références de fromage ou de charcuterie. Aujourd'hui les rayonnages sont diversifiés et remplis d'une offre plus complète.

La GMS a donc permis non seulement d'encourager la consommation, en faisant découvrir de nouveaux produits mais a également permis, progressivement, le développement d'une production locale et donc d'une valorisation locale (fromages et charcuterie notamment).

De façon générale, grâce à une production de meilleure qualité, les GMS peuvent proposer une offre diversifiée et dont la qualité fait l'objet de contrôles mis en place par l'ONSSA :

- ✓ Une filière lait, de mieux en mieux structurée, proposant une gamme de produits laitiers plus diversifiées (fromages, fromages à tartiner, yaourts, yaourts à boire...).
- ✓ Apparition de l'offre de découpes de dinde il y a une dizaine d'années au Maroc. Si la consommation traditionnelle repose sur l'achat de poulets entiers, vifs, les enseignes de GMS offrent des morceaux de dinde ou poulet préparés et découpés.
- ✓ Viande de bœuf de plus en plus consommée, car jugée plus saine que le mouton. Cependant elle reste plus chère.
- ✓ Sur les filières animales, le consommateur accorde encore peu d'importance à la race, et l'origine ou aux morceaux. 90 % des achats de viandes sont faits sur des morceaux à tajines.

Pénétration encore faible des plats préparés :

- ⇒ Faible taux d'équipement en réfrigérateurs et micro-ondes dans les ménages marocains, qui préfèrent par ailleurs utiliser des fours.
- ⇒ Très faible pouvoir d'achat des jeunes consommateurs qu'ils soient étudiants ou jeunes diplômés (taux de chômage élevé). Et les plats préparés achetés en GMS restent plus chers que les produits frais achetés sur les marchés.
- ⇒ Main d'œuvre abondante et bon marché y compris en cuisine.
- ⇒ Culture du périssable : cuire rapidement et en grande quantité pour mieux





Au cœur des stratégies de développement des GMS : l'extension

>> La fréquence d'achat dépend de la proximité de l'offre, il n'y a donc pas de règle. Néanmoins, les actes d'achat sont majoritairement quotidiens dans les villes, où les commerces de proximité sont nombreux.
 Pour les fruits et légumes frais, les achats se font souvent en grande quantité pour répondre à des habitudes traditionnelles de cuisine familiale.

La stratégie d'extension des points de ventes s'accompagne donc d'une volonté d'être au plus près des consommateurs, au cœur des villes.

=> Ouvrir le plus de points de ventes et occuper le plus de m² pour être visible et au plus proche des consommateurs selon le modèle des épiceries de proximité/de quartier. Il s'agit donc de récupérer les emplacements habituellement occupés par le traditionnel ou l'informel, et de développer à la fois une offre hard discount, et une offre GMS plus haut de gamme.

>> Par ailleurs, les consommateurs n'ont pas intégré les distinctions hypermarchés/supermarchés, et ne voient généralement pas la différence entre un supermarché et une épicerie.

⇒ Prise de conscience et changements de mentalité très lents.

⇒ Habitudes d'achat et de consommation qui peuvent être comparés aux habitudes observées en Europe dans les années 70.

>> Le plus urgent pour les enseignes n'est donc pas la sophistication de l'offre, mais la stratégie d'étalement. En effet dans certaines villes, voire certains quartiers de Casablanca même, les GMS sont totalement absentes.

>> Dans cette course aux m², le contexte est très concurrentiel entre les marques déjà présentes, d'autant que les enseignes sont confrontées à un problème d'accès au foncier (prix très élevés et peu d'emplacements disponibles).



Sourcing des produits au sein des enseignes de distribution moderne :

>> Surtout en provenance d'Europe notamment France, Espagne, Italie ; la proximité géographique facilitant en effet les échanges.

- Frilosité des Français, au contraire des Espagnols et Italiens qui apparaissent plus agressifs, notamment dans leur démarche marketing et d'accompagnement des distributeurs.
- Le 1^{er} critère de choix est le prix, car le pouvoir d'achat reste assez faible, et les marques étrangères/produits importés sont trop chers pour la majorité des consommateurs
- Fournisseurs de produits à plus forte valeur ajoutée et intérêt notamment pour les MDD.
- Investissements sur le long terme avec de très faibles marges dans les débuts.





>> **Marjane Holding** : 1^{er} chaîne

d'hypermarchés créée au Maroc en 1990.

- Le groupe détient 55 % de la distribution moderne au Maroc autour de 3 enseignes de grande distribution : Marjane (37 hypermarchés), Acima (41 supermarchés de proximité) et Electroplanet (12 magasins pour l'électroménager).
- Développement vers l'Afrique inexistant car depuis peu le Groupe a cessé les ventes d'alcool, qui seules pourraient, d'après les opérateurs Marjane, permettre la rentabilité des magasins en Afrique.



>> **Label Vie** est le 2^{ème} plus important acteur au Maroc, avec 26 % de parts de marché.

- Il s'organise autour de 4 enseignes (Atacado, Carrefour Market, Carrefour et Carrefour Gourmet).
- En 2009, le groupe Label Vie a signé un contrat de franchise avec Carrefour, lui octroyant l'exclusivité de l'exploitation de la marque Carrefour au Maroc.
- En 2012, le Groupe a lancé le concept d'hyper cash via Atacadao.
- En 2017, ouverture de 2 magasins Gourmet, GMS de luxe, avec une offre en épicerie fine, produits du terroir et Bio.



>> **Bim**, opérateur turc qui est apparu au Maroc il y a 5 ans.

- A réussi son implantation au Maroc : les produits turcs bénéficient d'une image de qualité, halal et donc « rassurante ».
- Fonde sa stratégie de développement sur la multiplication des points de vente, installés à proximité des lieux d'habitation. S'il ne représente que 8 % de la distribution moderne, à l'inverse le groupe turc arrive en 1^{ère} place en termes de nombre de points de vente (près de 400 recensés en 2016). Le groupe turc ouvre une cinquantaine de points de vente par an.
- Développement de MDD soit 40 % des références disponibles en magasins, en partenariat avec les industriels marocains.
- 60 % à 80 % des produits sont approvisionnés localement ce qui permet une économie de temps et de prix (logistique).



>> **Aswak Assalam**, filiale du groupe Chaabi « Ynna Holding », qui a ouvert son 1^{er} magasin de grande distribution à la fin des années 1990 à Rabat. La chaîne est présente dans les grandes villes du Maroc.

Groupes & Enseignes	Catégorie	Nbre de magasins	Surface de ventes en m2	Part de marché en m2
Marjane Holding		78	289 063	53,0 %
Marjane	Hypermarché	37	231 688	42,46%
Acima	Supermarché	41	57 375	10,51%
Groupe Label Vie		69	170 483	31,2 %
Atacadao	Hypercash	12	56 650	10,4 %
Carrefour Market	Supermarché	47	64 500	11,4 %
Carrefour	Hypermarché	8	45 333	7,9 %
Carrefour Gourmet	Supermarché	2	4 000	0,7 %
Aswak essalam	Hypermarché	13	49 000	9,0 %
BIM	Supermarché	380	41 550	7,6 %
TOTAL		535	545 713	100 %



>> Face au discounter BIM, les autres enseignes ont diversifié leurs formats de points de vente : Xpress Market chez Marjane, Atacadao chez Label Vie.

Ces enseignes sont des magasins de proximité, proposant une gamme réduite, mais avec des produits surtout alimentaires, et plus de marques internationales.

>> Engouement pour les réseaux de franchise : 400 enseignes présentes et 3 500 points de vente sous franchise, tous secteurs confondus

Les franchises françaises constituent 50 % des enseignes présentes au Maroc, pour tous secteurs confondus.

Distribution traditionnelle : les souks et marchés de gros

>> Le souk est le rendez-vous hebdomadaire au Maroc, qui tire son origine des nomades, vendeurs soukiers qui passent de souk en souk tous les jours. Il prend en général le nom du jour de la semaine et de la région où il a lieu.

→ Par exemple, le Souk El Had d'Agadir, le plus grand souk d'Afrique avec + 2000 locaux commerciaux, pouvant accueillir jusqu'à 80 000 personnes/jour.

>> La vente du bétail se fait essentiellement via les souks, qui se tiennent 2 à 3 fois par semaine, selon les régions. Les éleveurs apportent leur bétail à vendre (veaux engraisés, vaches de réforme...).

>> Cependant, les enjeux restent de taille en termes d'infrastructures et de salubrité/hygiène :

- ✓ Faiblesse ou absence des équipements de maintien au froid. Par ailleurs, les fournitures de matériel frigorifique sont parasitées par différentes marques. Il n'est donc pas rare de trouver par exemple dans des réfrigérateurs Danone, des produits d'autres concurrents.
- ✓ Problématiques en termes de raccords à l'eau ou à l'électricité.

>> Monopole des marchés de gros spécialisés : la distribution doit se fournir directement auprès de ces grossistes, intermédiaires supplémentaires mais obligatoires, qui monopolisent la commercialisation, sans proposer de services complémentaires.

Ces marchés de gros posent un vrai problème dans la commercialisation en particulier des fruits et légumes :

- Pertes importantes faute de conservation adéquate,
- Traçabilité défailante dans un contexte de croissance des exigences du consommateur marocain et de l'ONSSA.

Un commerce traditionnel de proximité encore omniprésent

>> Très compétitif en termes de prix

- ✓ Les épicerie de quartier pratiquent en effet des marges très réduites et sur des petits volumes.
- ✓ Facilités de paiement : pratique informelle de crédit, avec la tenue par exemple d'un cahier de crédit permettant de régler de façon journalière, hebdomadaire ou mensuelle.
- ✓ Charrettes ambulantes pour les fruits et légumes : les prix ne sont pas fixés et décroissent au fur et à mesure de la journée.
- ✓ Packaging adapté : petites portions et usage unique, voire absence de conditionnement qui s'adapte aux revenus variables des ménages. Beaucoup de Marocains n'ont en effet pas de revenu fixe leur permettant de faire des achats programmés.

>> La proximité géographique joue également en faveur des commerces traditionnels, dans un pays où les ménages sont peu ou mal motorisés.

>> Un lien social et économique : la réforme ou fermeture de ces commerces engendre un risque de déstabilisation sociale et économique, car ils emploient une main d'œuvre abondante.



Source : l'economiste.com

Derb Omar, la plus grande centrale d'achat de Maroc installé au cœur de Casablanca depuis plus de 140 ans sur un site de 50 hectares, dont 95 000 m² de surfaces de ventes et 60 000 m² d'entrepôt de stockage. Projet de délocalisation vers un nouveau site, « Derb Médiouna », dans la Commune de Médiouna (16 km du centre de Casablanca).

La consommation quotidienne des ménages marocains encore largement dominée par les produits frais.

- => Beaucoup de femmes ne travaillent pas et les repas sont encore largement consommés à la maison
- => De plus, la main d'œuvre étant très bon marché, l'aide domestique est importante y compris en cuisine.
- => Légère croissance de consommation des plats préparés, pratiques dans les grandes villes, favorisée par les changements de rythme.

Les prix et le pouvoir d'achat encore bas pour la majorité des Marocains restent un frein à la consommation de produits transformés en général et importés plus précisément.

Il **s'agit bien d'un marché de prix**, sur lequel la qualité vient en 2^{ème} critère de choix, sauf pour les fruits et légumes pour lesquels la qualité prime. Or, dans l'opinion publique, les fruits et légumes de qualité se trouvent d'abord dans les marchés. Néanmoins, avec la mise en place des procédures de contrôle par l'ONSSA, la confiance des consommateurs envers les GMS et pour la vente de produits frais augmente.

E-commerce et réseaux sociaux

- => Engouement pour les réseaux sociaux de la parts des marques alimentaires et des canaux de distribution qui mettent en place progressivement des stratégies multicanales de promotion. Cf. produits destinés aux enfants, confiserie, biscuiterie...
- => Les promotions sont ainsi largement relayées par les réseaux sociaux et entre les femmes qui se transmettent quotidiennement les bonnes affaires du jour.
- => La vente en ligne reste encore marginale : moins de 4 % des actes d'achat tous secteurs confondus.
- => Nombreux bloggeurs, très influenceurs sur la scène de la distribution et des marques agroalimentaires : Influencent les actes d'achat par des recommandations sur les habitudes de consommation à adopter.

Une attention et prise de conscience accrue pour le « manger sain », « manger mieux »

- => Avec la mise en place des procédures de contrôle par l'ONSSA, la confiance des consommateurs envers les GMS et pour la vente de produits frais augmente. Cependant, et malgré l'action de l'ONSSA, le marché de consommation est régulièrement témoin de problèmes récurrents de non-respect des normes et de manque de traçabilité ou de transparence.
- Attente croissante de la part du consommateur pour une traçabilité exemplaire, de la fourche à la fourchette.
- => Marché du « manger sain », « moins sucré » en progression, dans le cadre de problèmes alimentaires tels que l'obésité et le surpoids : par exemple gammes sans gluten ou riche en Oméga 3 (marque Isabel dans les conserves de poisson).

Fréquentation accrue des lieux de restauration

- => Changements des rythmes horaires de bureaux et augmentation des revenus de la classe moyenne marocaine : fréquentation plus accrue des lieux de restauration rapide notamment à l'heure du déjeuner
- => Expansion du tourisme : 12 % PIB et 500 000 emplois. A horizon 2020 : doter le pays d'une offre hôtelière adaptée à cette recrudescence touristique et devenir l'une des 20 principales destinations touristiques mondiales, la référence en termes de développement durable du tourisme et de doubler le chiffre d'affaires du secteur.



Recommandations

- >> Pour faire rentrer des nouveautés tant en termes de produits qu'en termes de marques, **les actions de communication, d'information et de marketing à destination du consommateur sont très importantes.**
- >> Cependant l'impact reste encore limité par un pouvoir d'achat et un taux d'alphabétisation très faibles, notamment dans les zones rurales, éloignées des grands centres urbains.

84, Mrd DH de chiffre d'affaires en 2017 soit **+5,8 %/2016**

Principaux produits consommés :

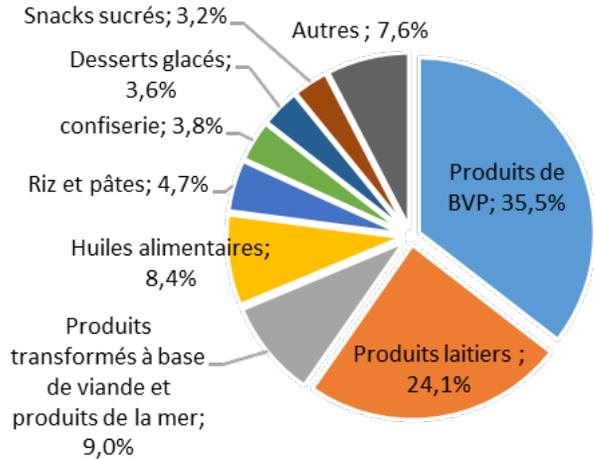


Produits BVP
29,8 Mrd DH en 2017
soit + 5,2 %/2012



Produits laitiers
20,3 Mrd DH en 2017
soit + 3,4 %/2012

Principaux produits consommés en 2017 (en valeur)



Les ventes de céréales de petit déjeuner et de glaces et desserts glacés ont enregistré les plus fortes hausses sur la période 2012-2017



+9,4 % entre 2012 et 2017



+10,1 % entre 2012 et 2017

Aliments emballés, plats préparés, surgelés :

>> Marché confidentiel mais en forte croissance. En effet, si la consommation est encore traditionnelle à base d'aliments frais (légumes, fruits, viandes...), les changements de rythme de vie et l'émergence de la classe moyenne encouragent à moyen-terme la consommation de produits surgelés et préparés.

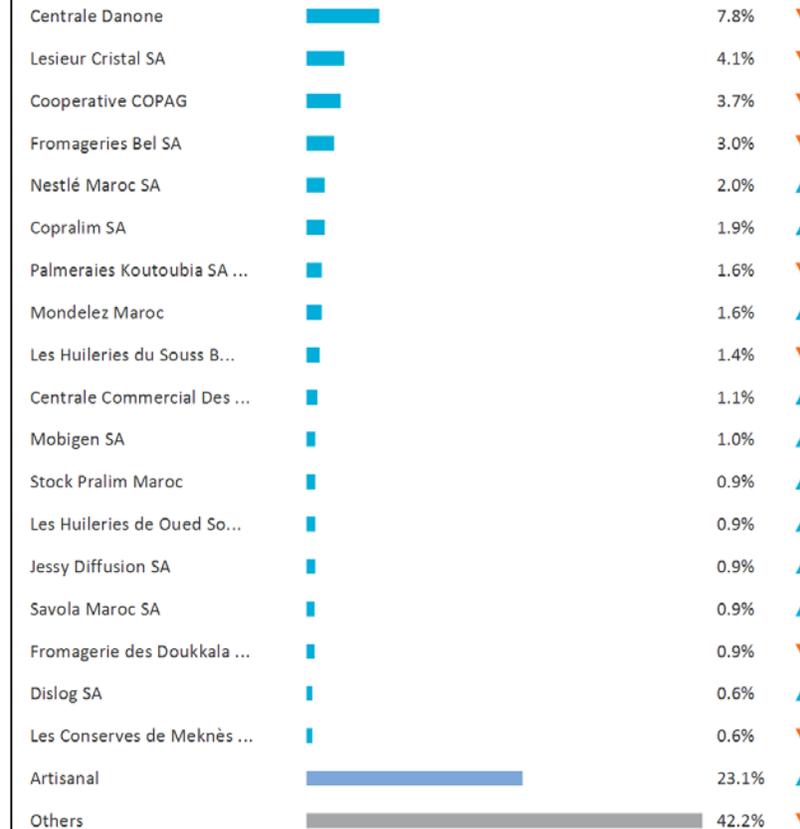
>> Seuls 20 % des consommateurs ont accès aux produits transformés – et seuls 8 % ont le pouvoir d'achat nécessaire et la connaissance pour acheter des produits gourmets, bios, fins et importés.

>> Besoins en produits importés notamment sur les aliments infantiles, les céréales pour petit déjeuner, les produits de confiserie, les snacks salés ou sucrés.

=> Grâce à la réputation de qualité des industriels présents sur place (Centrale Danone, Copag, Lesieur Cristal...), les marques locales de produits tels que les produits laitiers ou les huiles alimentaires bénéficient d'une relative bonne image auprès des consommateurs.
=> Défiance qui existe néanmoins sur certains produits, notamment l'alimentation infantile.

Les principales marques d'aliments transformés au Maroc

Company Shares of Packaged Food in Morocco % Share - Retail Value RSP - 2017



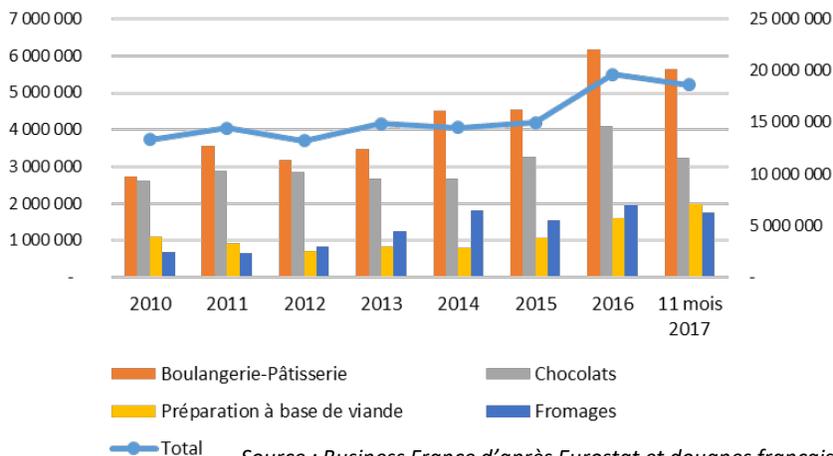
Produits gourmets et produits bios :

- >> Marchés de niche, à destination d'une clientèle premium, la plupart des produits étant importés.
- >> Ouverture de boutiques proposant des produits d'épicerie fine importés ou des produits du terroir marocain, offrant une expérience haut de gamme aux consommateurs.
 - Carrefour Gourmet, nouvelle gamme de supermarché lancée par Label'Ve en 2017 : 2 supermarchés ouverts à Casablanca (mars 2017) et Rabat (septembre 2018).
- >> Percée timide des produits bios dans les grandes surfaces : Carrefour et Marjane proposent des produits laitiers, des pâtes alimentaires et des galettes de riz, essentiellement de marques européennes, faute d'une offre locale certifiée suffisante.
- >> La Vie Claire : 1^{ère} enseigne spécialisée dans les produits bio, qui a ouvert, depuis 2011, 3 magasins au Maroc (2 à Casablanca et 1 à Rabat) pour une superficie de 300 m² avec un catalogue de 4 000 produits dont une majorité de références de la centrale La Vie Claire en France.
- >> Dans la logique des tendances du manger mieux et plus sainement, l'engouement pour les produits bios, plus sains, et sans (sans gluten, sans lactose...) est largement relayé par les médias et les réseaux sociaux, notamment via les émissions dédiées et animées par des professionnels de la santé.



Source : compte Facebook de Carrefour Market Gourmet

Evolution des principaux produits exportés par la France au Maroc (EUR)



Source : Business France d'après Eurostat et douanes françaises

Exportations françaises de produits gourmets au Maroc

- Les exportations françaises de produits gourmets au Maroc se sont établies à 18,6 M EUR sur les 11 premiers mois 2017, soit une croissance annuelle moyenne de +7,1 % depuis 2012. Elles représentent 23,5 % des exportations européennes de produits gourmets en 2016.
- Les **principaux produits exportés par la France au Maroc** sont : les produits de boulangerie-pâtisserie (30,3 % de parts de marché), la chocolaterie (17,4 %), les plats préparés à base de viande (10,7 %) et les fromages (9,3 %) dont les exportations connaissent une forte augmentation depuis 5 ans : +22,7 %/an en moyenne.
- L'Espagne est le premier fournisseur du Maroc en produits gourmets, représentant 44,6 % des exportations européennes de produits gourmets vers le Maroc.
- D'après les douanes marocaines, le Royaume a importé 118,78 M EUR de produits d'épicerie fine, sucrés et à base de céréales; l'Espagne, la France et l'Italie se partageant les premières places parmi les fournisseurs.
- Parmi les fournisseurs hors Europe, la Turquie, et l'Egypte sont particulièrement dynamiques, notamment sur les produits sucrés.



VINS

40 M de bouteilles produites en 2017

37 M consommées localement

48 000 hectares

- Le Royaume est passé premier pays arabe producteur de vin en 2013 et est classé **deuxième pays exportateur africain** en 2016.
- Après 3 années consécutives de baisse de la consommation, **le marché des vins et spiritueux renoue avec la croissance**. Cette croissance bénéficie surtout aux spiritueux importés.
- Cependant, on observe **un regain d'intérêt pour les vins locaux de qualité**, encouragé par une offre plus diversifiée et des efforts en termes marketing et communication de la part des distributeurs et des restaurateurs.
- La forte concurrence de la contrebande** pénalise le marché des vins et spiritueux : en 2015 près de **460 000 HI** de boissons auraient été introduites de manière illégale au Maroc.
- Bien que le pays soit musulman, **la consommation est particulièrement élevée : près de 40 M HI consommés chaque année**, notamment en bière. Seule la période de Ramadan freine considérablement la consommation, les contrôles étant particulièrement fréquents.
- L'Etat n'a cessé d'augmenter **les taxes à la consommation** sur les vins, la dernière augmentation ayant eu lieu en 2013.
- En parallèle, le Royaume Marocain a mis en place des baisses résiduelles des droits et taxes à l'importation depuis 2012, favorisant notamment l'importation de spiritueux.
- L'off-trade domine la distribution avec 72 % des parts de marché** et se répartit entre les GMS, et les enseignes indépendantes. Les Marocains préfèrent en effet boire du vin chez eux, plutôt que dans des restaurants.
- Cette situation a permis à la distribution, en magasins spécialisés ou GMS, de diversifier son offre et sa gamme de vins.
- Cependant on observe de plus en plus d'ouvertures de lieux de restauration de type bars et pubs. Le vin reste en effet largement consommé au moment des repas, et la consommation de vin est plus facilement acceptée que d'autres alcools, dans un pays certes musulman, mais également de longue tradition viticole.

Focus Boissons alcoolisées

Consommation

- Après les vins locaux, et notamment l'historique Boulaouane, les vins de l'Ancien Monde dominent le marché, notamment en provenance de France et d'Espagne.
- Les consommateurs sont généralement des expatriés et des hommes marocains entre 40-60 ans, véhiculant une image d'ancienneté sur les vins au bénéfice des spiritueux.
- En effet, faute de moyens, mais également de connaissance, les jeunes consommateurs préfèrent les spiritueux, jugés plus rentables.
- Si les vins rouges dominent le marché (82,7 % PDM), de nouveaux produits apparaissent. Les domaines viticoles jouent en effet sur la tendance des vins rosés (14 %), et à destination des jeunes femmes en particulier. Les marques jouent également sur un marketing et un packaging innovant.
- C'est le cas, par exemple du vin Halana (Syrah rosé), vin local de la région de Meknès, commercialisé par le Groupe des Brasseries du Maroc.
- Les gammes de vins rosés et rouges les plus achetées se situent sur des fourchettes de prix entre 27 DH et 37 DH, tandis que les vins blancs les plus populaires s'achètent entre 37 DH et 57 DH.
- Le Champagne représente seulement 6,4 % de la consommation de vin mais les ventes de champagne sont les plus dynamiques. Elles enregistrent en effet une croissance de +4 % en 2017 par rapport à 2016 et une croissance annuelle moyenne de +3,5 % depuis 2011.



Les principaux acteurs du marché :



- On dénombre 11 vignobles employant près de 20 000 personnes, sur une superficie de près de 50 000 hectares, en progression continue. La superficie moyenne des exploitations est de 200 ha.
- +40 % de la production nationale se concentre dans la région de Meknès.
- Le marché est couvert à 68 % par les filiales de Diana Holding : les Celliers de Meknès, qui représentent 33 % des ventes marocaines et Thalvin (domaine de Ouled Taleb à Benslimane), dont les vins sont commercialisés par Ebertec La filiale commercialise, outre des marques de spiritueux internationaux (Baccardi, Laurent Perrier, Jack Daniels, Brown Forman), des vins importés.
- Les Celliers de Meknès disposent de la seule AOC du pays, les Côteaux de l'Atlas, représenté par Château Roslane, seul château au Maroc.

Bières



63,7 M L
Consommés en 2017,
soit **-6,3 %/2016**

- Attention accrue à la santé et hausse de la taxe de consommation ont eu pour conséquence une baisse de la consommation de bière au Maroc.
- Les bières produites localement dominent encore largement le marché. Celui-ci est dominé par la **Société des Brasseries du Maroc**, seul opérateur industriel qui détient près de 91 % de parts du marché, et filiale du Groupe Castel depuis 2003.
- Les bières de milieu de gamme (26-40 DH) représentent 85 % de la consommation locale, autour de marques comme Stork ou Flag Pils. Heineken (produites localement sous licence) et Casablanca sont des bières jugées plus haut de gamme (40-70 DH).
- Les principaux consommateurs de bière sont les jeunes, les touristes et les expatriés occidentaux. Les jeunes consommateurs préfèrent acheter leurs bières dans les circuits on-trade, lieux de socialisation.

Les bières au Maroc



Source: Les Brasseries du Maroc

Spiritueux



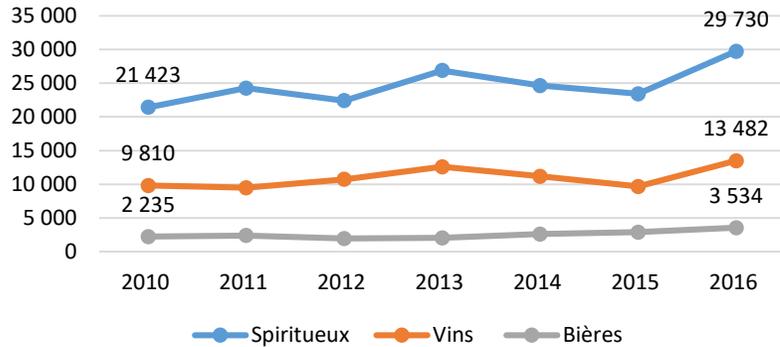
7,15 M L
consommés en 2017,
soit **+1,7%/2016**

- L'essentiel de la production de spiritueux marocains concerne le *Mahia Rabi Amrane*, eau de vie traditionnelle à base de figue titrant 40° d'alcool. L'eau de vie représente ~48 % des volumes de spiritueux vendus en 2016. La production est dominée par la marque Chai Andrieux, mais il existe également un large nombre de producteurs informels.
- Les principaux acteurs présents au Maroc sont : Chai Andrieux (35 % de PDM), M R Renouvo (18 %), Bourchanin & Cie (15 %) Pernod Ricard (6,4 %).
- Les principaux produits importés sont européens (grâce à des accords commerciaux favorables), et notamment la France, l'Espagne, et le Portugal. Les spiritueux sont importés par des distributeurs locaux, à destination du retail et de la restauration-hôtellerie.
- 44,7 % des spiritueux sont vendus dans des petites épiceries spécialisées, tandis que les parts de marché de la grande distribution s'érode (34,5 % des ventes se font dans les hypermarchés et 18,7 % dans les supermarchés).
- Les ventes en lignes représentent moins d'1% des ventes de spiritueux.
- La croissance du pouvoir d'achat et du tourisme national et international a favorisé le développement d'une offre plus diversifiée et de qualité, voire premium.
- Le whisky demeure l'alcool le plus consommé (après le Mahia), suivi de la vodka, et du Gin.



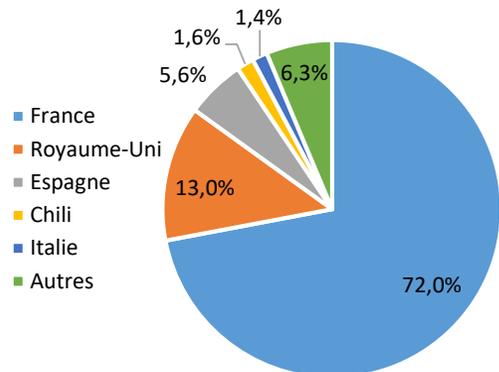
Concours organisé le 18 décembre 2018 au Sofitel Marrakech Impérial, réunissant 26 bartenders travaillant dans les plus beaux établissements du Maroc. Le titre a été attribué à **Samir El Layfi**, de l'établissement Ling Ling Mandarin Oriental à Marrakech.

Evolution des importations marocaines de boissons alcoolisées (en milliers euros)

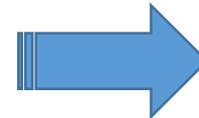


Zoom sur les importations de vins au Maroc

Principaux fournisseurs de vins au Maroc en 2016 (valeur)



- Le Maroc importe 13,5 M Euros de vins en 2016 soit +140 % par rapport à 2015, conséquence du rebond touristique et de l'amélioration des circuits de distribution et de la reprise de la consommation nationale.
- La France demeure le 1^{er} fournisseur du pays avec 72 % de parts de marché, soit 9,7 M EUR en 2016.
- Les importations françaises de vins sont composées à 55,6 % de vins tranquilles, et à 43,9 % de vins effervescents.
- Les vins français bénéficient d'une image de qualité, d'une connaissance historique de la production viticole française.



Les exportations françaises au Maroc en 2016

- D'après les douanes françaises, nous exportons :
 - 51,6 % de vins effervescents (majoritairement du Champagne)
 - 48,4 % de vins tranquilles.
- Parmi les exportations françaises de vins tranquilles, nous exportons :
 - 61,5 % de vins de Bordeaux
 - 11,6 % de vins de Bourgogne
 - 5,2 % de vins de la vallée du Rhône
 - 3,5 % de vins de la vallée de la Loire

- Le Maroc importe 46,74 M EUR de boissons alcoolisées en 2016, soit une progression de **+30,0 %** par rapport à 2016.
- Les spiritueux représentent **63,3 %** des ventes de boissons alcoolisées, et les vins en représentent **28,8 %**.
 - Les principaux fournisseurs sont :



38,3 % des ventes :
à **87,8 %** de whisky



32,3 % des ventes :
à **64,2 %** de vins



8,0 %
des ventes



5,5 %
des ventes

- La France est le 1^{er} fournisseur de vodka avec 35,1 % de parts de marché en 2016, soit 3,17 M EUR. La vodka représente 62,8 % des importations marocaines de spiritueux français.



>> **Vins** : hausse et sophistication progressive de la consommation

- ✓ Les vins français bénéficient d'une image de qualité
- ✓ Concurrence de vins espagnols et italiens. Vins du Nouveau Monde encore peu présents sur le marché.
- ✓ Offre en champagne plus diversifiée.

>> **Spiritueux** : forte croissance de la consommation

- ✓ Concurrence de l'eau de vie locale, la mahia.
- ✓ Notamment les whiskys, dominé par l'offre britannique.
- ✓ Consommation de vodka française.
- ✓ Une offre de plus en plus diversifiée et qui monte en gamme.

>> **Les actions de formation et de marketing sont primordiales :**

- ✓ Main d'œuvre insuffisamment qualifiée, notamment sur le plan des sommeliers dans les établissements haut de gamme, faute d'une formation locale diplômante. Cette situation constitue un problème majeur au sein du secteur HORECA.
- ✓ Accompagner les distributeurs dans des actions d'information et d'éducation à destination des consommateurs.
- ✓ Mise en avant de produits par des actions de communication en lien avec les distributeurs.

>> **Produits plus sains** : dans la tendance croissante du « manger mieux » et « manger moins sucré » :

- ✓ Un marché de niche, destiné à une clientèle aisée, dont le pouvoir d'achat lui permet d'accéder à ces produits importés spécialisés.
- ✓ Aliments plus sains, sans gluten ou lactose : apparition de quelques produits dans les rayonnages des enseignes de grande distribution, y compris des produits bios.
- ✓ Boissons non alcoolisées moins sucrées : hausse de la consommation d'eaux minérales, jus de fruits et boissons plus saines, au détriment des sodas sucrés
- ✓ Produits bios : ouverture d'une chaîne de magasins bio, La Vie Claire.

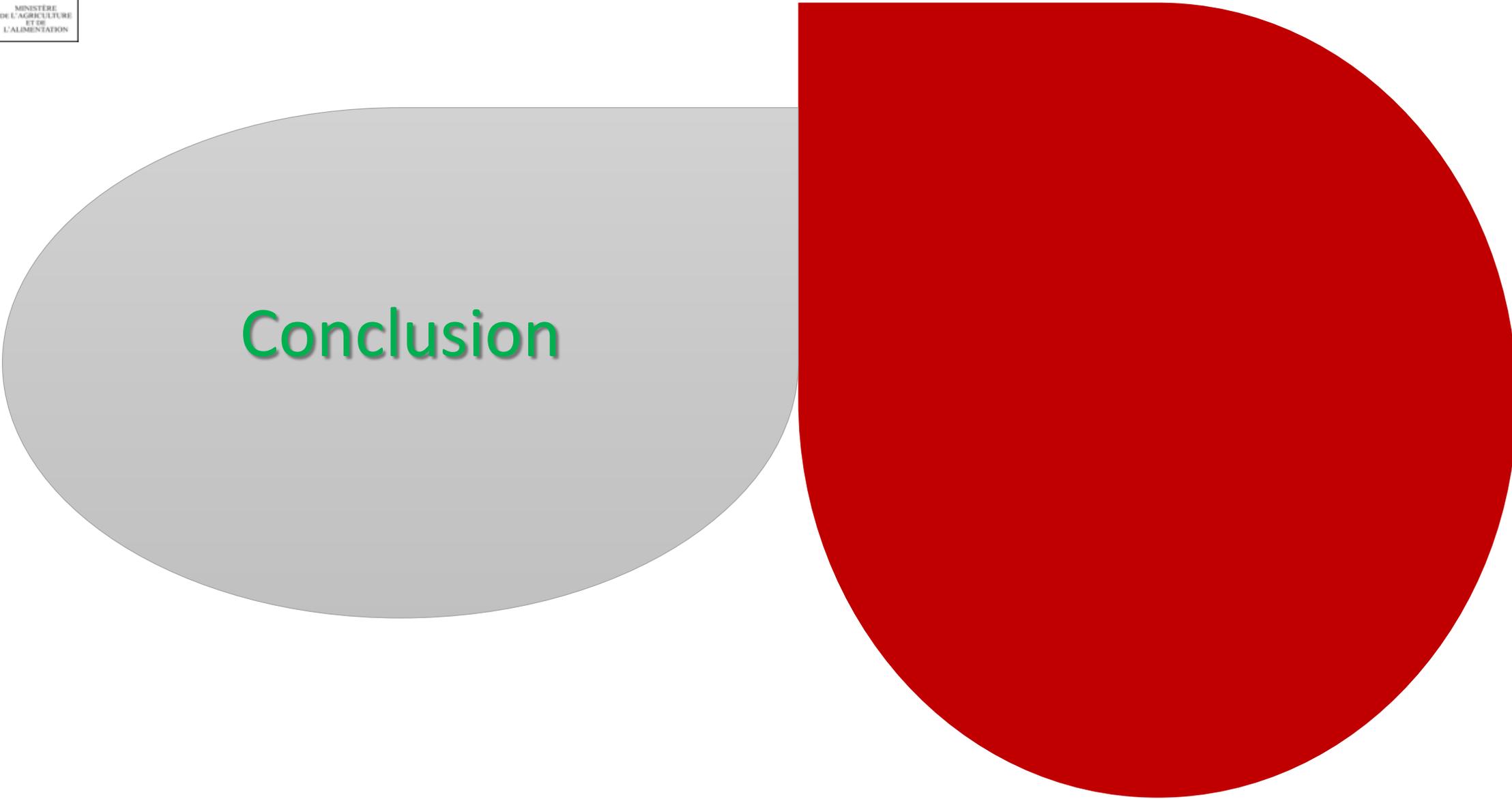


>> **Aliments emballés, plats préparés, surgelés** : malgré la préférence pour les achats de produits frais, consommation en hausse, du fait des évolutions des tendances de consommation et des rythmes de vie.

- ✓ Marché restreint sur les produits importés, encore trop chers pour une majorité de consommateurs marocains.
 - ✓ Concurrence locale et internationale : un marché difficile à pénétrer mais avec des opportunités à saisir, notamment les produits de la BVP, les snacks salés et sucrés, les desserts glacés et les aliments pour bébés.
- => Présence locale d'industriels de marques internationales bien implantés tels que Danone, Bell, Nestlé : un marché difficile à pénétrer.

>> **Produits gourmets** :

- ✓ Un marché de niche, à destination d'une clientèle premium.
- ✓ Ouverture d'enseignes haut de gamme, spécialisées dans l'épicerie fine internationale (produits importés) ou les produits de terroir marocains.
- ✓ Des produits aux recettes et packaging innovants.
- ✓ Des demandes particulières sur les produits d'épicerie sucrée : biscuiterie, pâtisserie, chocolaterie/confiserie.



Conclusion

Assurer une **présence active régulière** auprès de ses partenaires :

- => Les accompagner dans leurs actions de promotion et de prospection sur le marché marocain.
- => Se déplacer régulièrement au Maroc pour rencontrer ses interlocuteurs.



Patience et investissements sur le long terme sont nécessaires pour réussir sur le marché marocain.

- => Prendre le temps de connaître son interlocuteur et d'établir des relations conviviales.
- => Proposer des voyages d'éleveurs/d'agriculteurs marocains à la rencontre de fournisseurs français, comme le font l'Espagne et la Turquie.



Suivi et formation sont nécessaires pour consolider et renforcer les liens :

- => Assurer un suivi technique performant et à des prix raisonnables, comme peuvent le faire les Espagnols, ou les Allemands.
- => Proposer une formation technique de la main d'œuvre apparaît comme une vraie valeur ajoutée.

Forces :

- Image de qualité de l'offre française
- Présence historique de la France
- Français : langue utilisée dans les relations commerciales
- Relations diplomatiques et économiques fortes entre la France et le Maroc :
 - Partenariats divers dans les secteurs des infrastructures de transport, de l'agriculture : une implantation historique et importante.
 - l'accord de libre échange avec l'UE et plus spécifiquement l'accord sur les produits agricoles et agroalimentaires.
- Très bonne connaissance de l'offre française par les Marocains

Opportunités :

- Volonté politique et institutionnelle de développer les secteurs agricole et agroalimentaire, vers une plus grande productivité et compétitivité.
 - Le plan Maroc Vert en particulier crée de nombreuses opportunités en termes d'outils de production, d'expertise, de formation.
- Croissance économique continue et émergence d'une classe moyenne à plus fort pouvoir d'achat.
 - Présence marocaine de plus en plus affirmée en Afrique : le Maroc se positionne comme un hub entre l'Europe et l'Afrique.
- Développement d'une agro-industrie de plus en plus performante qui crée des besoins en matières premières de qualité.
 - Sensibilité accrue des consommateurs pour le « manger mieux » et la traçabilité des aliments consommés.
 - Attente très forte vis-à-vis de la France (image de qualité, sérieux, professionnalisme)

Faiblesses :

- Offre parfois jugée trop chère dans un marché à la recherche d'un excellent rapport qualité-prix
- Offre qui peut apparaître trop sophistiquée : par exemple trop d'options sur un tracteur, notamment en termes de technologie de précision.
 - Sentiment d'une « frilosité française » : les Français, contrairement à d'autres origines européennes, donnent l'impression d'être moins présents physiquement sur le terrain.
 - Sentiment des acteurs marocains que certains opérateurs/fournisseurs connaissent mal leur marché et le tissu industriel.
- Absence de prise de conscience de la nécessité d'agir collectivement sur le marché marocain (chasser en meute) contrairement à nos concurrents les plus importants

SWOT

Menaces :

- Marché de prix et très concurrentiel
 - Offre européenne et notamment allemande, espagnole, italienne : pays plus visibles car marketing plus agressif et présence physique au plus près de leurs partenaires marocains.
 - Offres chinoises, turques, indiennes : le choix pour beaucoup d'un prix bas au détriment de la qualité.
 - Prédominance de pratiques de production, de consommation et de distribution traditionnelles et informelles qui freinent le développement du secteur
 - Fortes inégalités de richesses, d'accès à l'éducation, et d'habitudes de consommation
 - Parcellisation et manque d'eau sont les défis principaux de l'agriculture.
 - Main d'œuvre abondante, mais peu ou mal formée.
- Contrefaçon et corruption : 2 menaces qui fragilisent voire paralysent les investissements et les implantations étrangers sur le marché marocain.

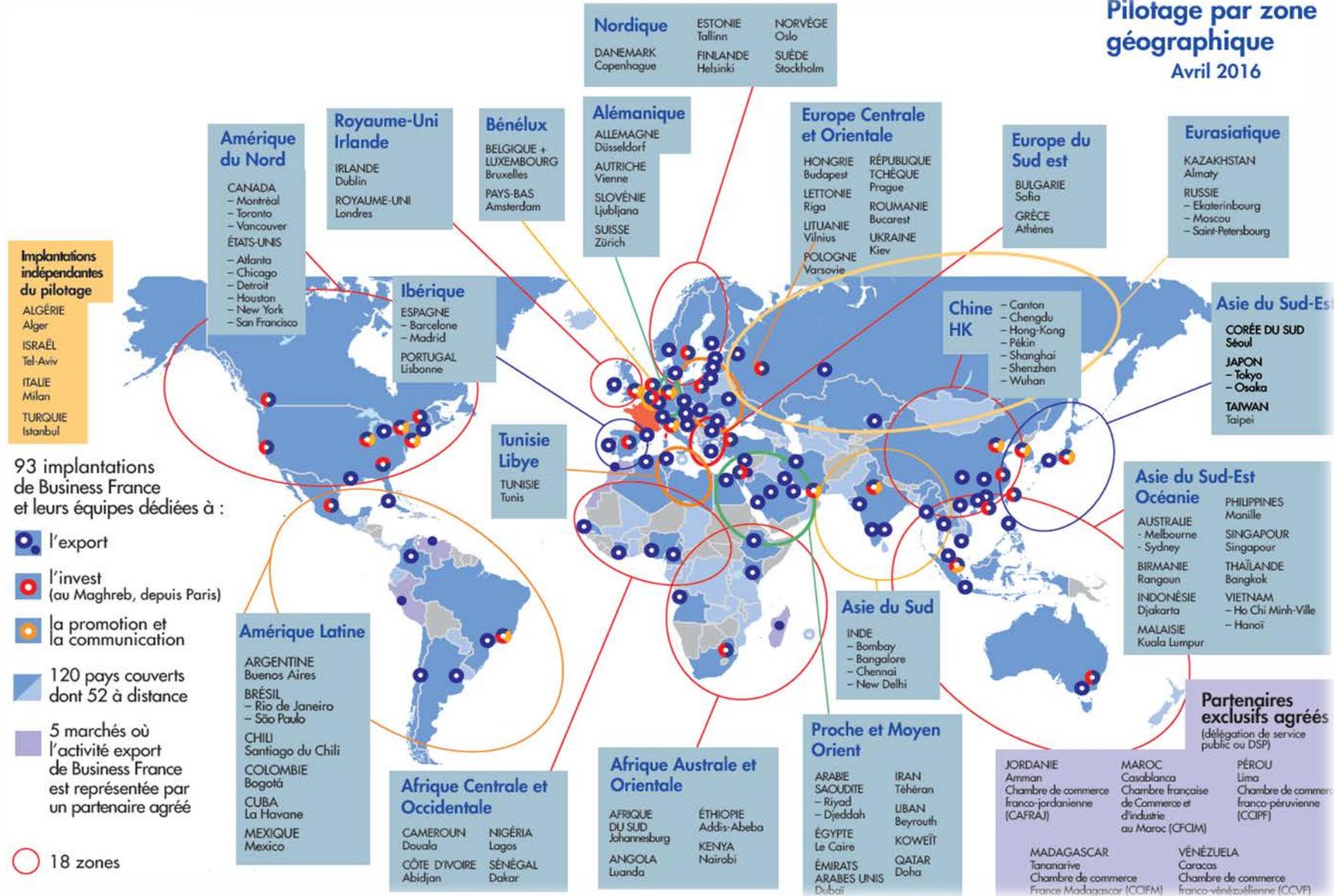
Annexes

Photos de rayonnages – yaourts et fromages



Pilotage par zone géographique

Avril 2016



Au Maroc, Business France est représentée par la Chambre Française de Commerce et d'Industrie au Maroc; située à Casablanca.

Business France vous propose quatre gammes complètes de produits et services d'accompagnement pour vous aider à identifier les opportunités des marchés et à concrétiser vos projets de développement international.

GAMME CONSEIL

Pour obtenir la bonne information sur les marchés étrangers et bénéficier de l'expertise des spécialistes du réseau Business France.

GAMME CONTACTS

Pour identifier vos contacts d'affaires et vous faire bénéficier de centaines d'actions de promotion à travers le monde.

GAMME COMMUNICATION

Pour communiquer à l'étranger sur votre entreprise, vos produits et votre actualité.

VOLONTARIAT INTERNATIONAL EN ENTREPRISE (V.I.E)

Pour optimiser votre budget ressources humaines à l'international.

Business France dispose d'un service Réglementation Internationale pour vous accompagner et vous informer précisément sur vos produits.

Contact sur le Maroc :

Rachel CHAUCHE

rachel.chaouche@businessfrance.fr

Retrouver le détail de nos produits sur : www.businessfrance.fr

CONTACTS

Business France Paris / AGROTECH
77, bd Saint-Jacques – 75014 Paris
Tél. : + +33 (0)4 96 17 25 48
stephanie.leo@businessfrance.fr

Réalisé par Pauline Furgé
Revu par Stéphanie Léo
24 janvier 2018

Toute reproduction, représentation, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par l'article L.335-2 du code de la propriété intellectuelle.

Le lecteur reconnaît en avoir pris connaissance et y souscrire sans réserve.

