

Royaume du Maroc



Direction des Etudes et des Prévisions Financières

Valorisation des avantages comparatifs à l'export du secteur agroalimentaire marocain



Table des matières

1. EVOLUTION DES AVANTAGES COMPARATIFS DE L'AGROALIMENTAIRE MAROCAIN	5
1.2. PLACE DE L'AGROALIMENTAIRE DANS LA SPECIALISATION SECTORIELLE DU MAROC A L'EXPORT.....	5
1.1.1. <i>L'agroalimentaire dans la structure des avantages comparatifs sectoriels du Maroc</i>	5
1.1.2. <i>Position extérieure du secteur agroalimentaire marocain</i>	6
1.2. AVANTAGES COMPARATIFS ET POSITION EXTERIEURE DU MAROC PAR PRODUIT AGROALIMENTAIRE.....	6
1.2.1. <i>Produits agroalimentaires non transformés</i>	6
1.2.2. <i>Produits agroalimentaires transformés</i>	8
2. PERFORMANCES DES EXPORTATIONS DES PRINCIPAUX PRODUITS AGROALIMENTAIRES 9	
2.1. REALISATIONS GLOBALES DES EXPORTATIONS AGROALIMENTAIRES DANS LE CADRE DU PLAN MAROC VERT	9
2.1.1. <i>Diversification des marchés</i>	9
2.1.1. <i>Réalisations par filière</i>	10
2.2. REALISATIONS PAR PRODUIT AGROALIMENTAIRE	12
2.2.1. <i>Filières des produits non transformés</i>	12
2.2.2. <i>Filières des produits transformés : cas de la filière oléicole</i>	17
3. INSTRUMENTS POUR LE RENFORCEMENT DES EXPORTATIONS AGROALIMENTAIRES DANS LE CADRE DU PLAN MAROC VERT	21
3.1. SOUTIEN DE LA PRODUCTION	21
3.2. VALORISATION DE LA PRODUCTION	22
3.3. PROMOTION DES EXPORTATIONS	22
3.4. PARTENARIATS COMMERCIAUX	23
4. CONCLUSION ET PROPOSITIONS.....	24

Liste des figures

Figure 1 : ACR des principaux secteurs de l'économie marocaine hors minerais	5
Figure 2 : Position sur le marché des principaux secteurs de l'économie marocaine (en %)	6
Figure 3 : ACR du secteur des fruits et légumes non transformés au Maroc et dans cinq principaux pays méditerranéens (en millième du PIB)	7
Figure 4 : Position sur le marché des produits des fruits et légumes non transformés du Maroc et des cinq principaux pays méditerranéens (en %)	7
Figure 5 : ACR des conserves végétales (en millième du PIB)	8
Figure 6 : Position sur le marché des conserves végétales (en %)	8
Figure 7 : Structure des exportations agroalimentaires marocaines par destination (moyenne sur la période 2008-2011)	9
Figure 8 : Réalisations à l'export des maraîchages de primeurs dans le cadre du Plan Maroc Vert (en tonnes)	10
Figure 9 : Réalisations à l'export de maraîchage des agrumes dans le cadre du Plan Maroc Vert (en tonnes)	11
Figure 10 : Réalisations à l'export de l'huile d'olives dans le cadre du Plan Maroc Vert (en tonnes)	12
Figure 11 : Parts de l'Union européenne dans les exportations marocaines de tomates	13
Figure 12 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux de tomates en 1990 et en 2010 (en tonnes)	14
Figure 13 : Part de l'Union européenne et de la Russie dans les exportations marocaines des agrumes	15
Figure 14 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux des oranges en 1990 et en 2010 (en tonnes)	16
Figure 15 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux des clémentines en 1990 et en 2010 (en tonnes)	17
Figure 16 : Part de l'Union européenne et des Etats-Unis dans les exportations marocaines des huiles d'olives	18
Figure 17 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux de l'huile d'olive en 1990 et en 2010 (en tonnes)	19
Figure 18 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux des olives en conserves en 1990 et en 2010 (en tonnes)	20
Figure 19 : Investissements prévus des contrats-programmes des filières d'exportation dans le cadre du Plan Maroc Vert (millions de dirhams)	21

L'agroalimentaire demeure un secteur stratégique au Maroc en raison de son rôle primordial à la fois économique, social et environnemental. De fait, ce secteur contribue en moyenne pour 16% au PIB à travers son amont agricole et pour 4 % en ce qui concerne son aval agro-industriel, pour près de 10% aux exportations globales et pour près de 44% à l'emploi. L'amont agricole est également responsable de la valorisation et de la préservation des ressources naturelles de notre pays (terre et eau).

Par ailleurs, l'un des rôles majeurs de l'agriculture réside dans la contribution à l'amélioration de nos échanges extérieurs à travers, notamment, la valorisation de nos avantages comparatifs agroalimentaires. Cette mission a été toujours renforcée par les pouvoirs publics grâce à des politiques de soutien au secteur des exportations agroalimentaires, en particulier en termes d'amélioration de la compétitivité de ses filières. Ces politiques ont été davantage affirmées par le Plan Maroc Vert dans le cadre de son premier pilier relatif à la promotion des filières agricoles à fortes valeurs ajoutées.

Néanmoins, les performances de nos exportations agroalimentaires demeurent mitigées et nos avantages comparatifs dans ce secteur connaissent une forte érosion en raison, en particulier, de la faible optimisation des interventions publiques, de la diversification insuffisante des marchés à l'export et de la forte concurrence exercée, notamment, par des pays méditerranéens.

La présente note se propose d'analyser les performances des exportations du secteur agroalimentaire marocain et des politiques engagées pour les promouvoir, en particulier, dans le cadre du Plan Maroc Vert. Dans cet objectif, il est procédé, d'abord, à l'examen de l'évolution des avantages comparatifs révélés du secteur sur la période 1990-2010, ce qui permet, d'une part, d'apprécier la place du secteur agroalimentaire dans la dynamique de diversification de l'économie marocaine marquée par une double mutation structurelle de spécialisation sectorielle et de diversification spatiale, et, d'autre part, de déceler les gains et les pertes en avantages comparatifs des différentes filières du secteur, notamment, par rapport aux principaux pays méditerranéens qui constituent des concurrents potentiels du Maroc sur ces produits.

L'examen des performances des principaux produits de ce secteur à l'export permet, de son côté, l'appréciation de la position du Maroc sur le marché mondial et de sa capacité à s'adapter aux évolutions structurelles de ce marché. A la lumière de cette analyse, un examen des actions stratégiques engagées dans le cadre du Plan Maroc Vert en faveur de ce secteur a été mené dans l'objectif d'identifier les enseignements utiles pour un ajustement des politiques en vigueur.

1. Evolution des avantages comparatifs de l'agroalimentaire marocain

L'examen des avantages comparatifs du secteur agroalimentaire au Maroc permet de situer ce secteur par rapport aux autres secteurs productifs au regard du paramètre de compétitivité. L'analyse de l'évolution dans le temps de la position extérieure de chacun des secteurs sur le marché mondial, montre, quant à elle, la capacité de ces secteurs, notamment celui de l'agroalimentaire, de tirer profit de leurs atouts potentiels.

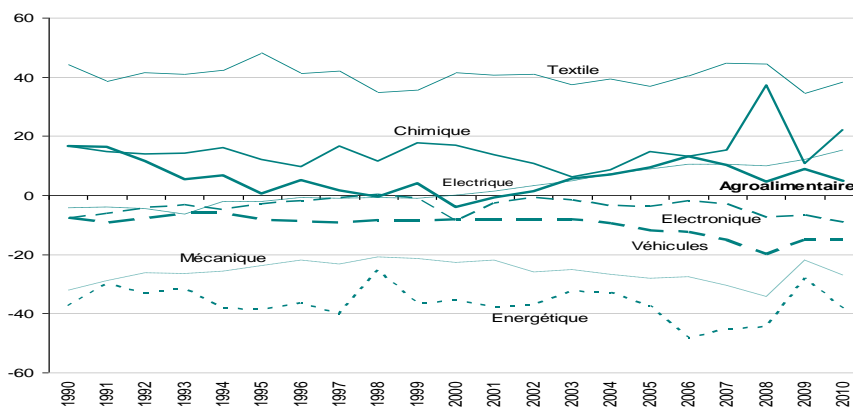
1.2. Place de l'agroalimentaire dans la spécialisation sectorielle du Maroc à l'export

1.1.1. L'agroalimentaire dans la structure des avantages comparatifs sectoriels du Maroc

Afin de situer le secteur agroalimentaire dans le processus de spécialisation à l'exportation du tissu productif national, l'indicateur des avantages comparatifs révélés (ACR)¹ a été adopté. Cet indicateur, qui est un concept introduit par B. Balassa (1965) et développé par le CEPII (France), mesure pour une année (ou une période) donnée, l'écart entre le solde commercial observé pour un produit donné et le solde théorique qu'on devrait constater s'il était exactement proportionnel au poids de ce produit dans les échanges du pays. Dans ce cadre, l'avantage comparatif se traduit par un écart positif et le désavantage comparatif par un écart négatif. La distinction des points forts et des points faibles à l'exportation révèle la structure de la spécialisation à l'exportation.

Pour le cas du Maroc, la configuration de la spécialisation à l'exportation, telle que déterminée à travers l'utilisation de l'indicateur ACR sur la période 1990-2010, montre que la secteur agroalimentaire² est parmi les secteurs à avantages comparatifs, avec ceux du textile, de la chimie et, à partir de l'année 2000, du secteur électrique (cf. figure 1). D'après cette configuration, il apparaît que le Maroc est moins spécialisé dans les secteurs à forts contenus technologiques, comme la mécanique, l'électronique ou les véhicules, et l'est plus dans ceux à faibles contenus technologiques, comme l'agroalimentaire et le textile. Encore que le potentiel des secteurs à forts contenus technologiques soit en voie de confirmation et de consolidation dans le cadre du plan émergence (automobile, aéronautique, off shoring).

Figure 1 : ACR des principaux secteurs de l'économie marocaine hors minerais (en millième du PIB)



Source : CHELEM

¹ Cf. annexe pour la définition de ce concept adapté par CHELEM.

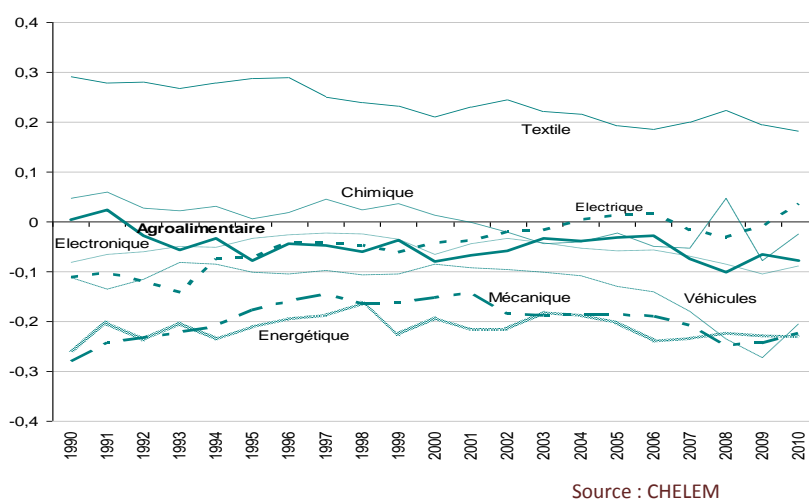
² Hors produits de la pêche.

Par ailleurs, il est à noter que le secteur agroalimentaire marocain a enregistré une dégradation de ses ACR sur la période 1990-2000, avant d'entamer une amélioration notable de ces avantages jusqu'en 2007/2008, où, suite à la crise mondiale qui a affecté négativement la demande mondiale, il a vu ses ACR s'inscrire dans une tendance baissière.

1.1.2. Position extérieure du secteur agroalimentaire marocain

En termes de positionnement sur le marché mondial, tel que mesuré par l'indicateur de la position par marché³, qui détermine la place de chaque secteur eu égard à sa part de marché au niveau mondial, l'évolution constatée sur la période 1990-2010 indique que le secteur de l'agroalimentaire, à l'instar de l'ensemble des autres secteurs autres que chimique et électrique, a connu une tendance à la baisse de ses ACR.

Figure 2 : Position sur le marché des principaux secteurs de l'économie marocaine⁴ (en %)



De même, il est à noter que ce secteur reste marqué par une balance commerciale négative sur pratiquement l'ensemble de la période, avec un creusement du déficit en 2007/2008 suite au renchérissement des matières premières agricoles de base, notamment les céréales, fortement importées par le Maroc. Cette tendance reflète un faible ancrage sur le long terme, de ce secteur à la dynamique du marché mondial des produits agroalimentaire en termes d'amélioration de la demande.

1.2. Avantages comparatifs et position extérieure du Maroc par produit agroalimentaire

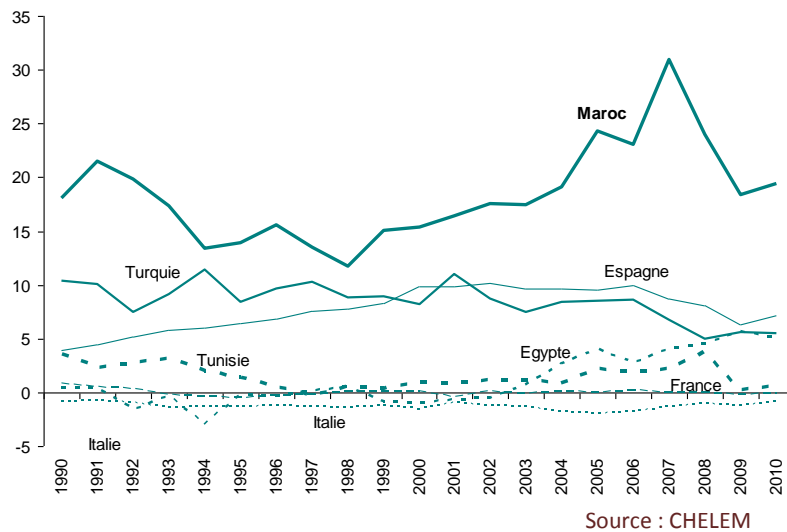
1.2.1. Produits agroalimentaires non transformés

Le secteur des fruits et légumes non transformés constitue un marché à forte concurrence entre les principaux pays méditerranéens. Au cours de la période 1990-2010, le Maroc a enregistré des ACR élevés sur ce secteur par rapport aux principaux pays concurrents méditerranéens. L'examen de l'évolution sur cette période, montre qu'après une période de forte hausse de ses avantages sur ce secteur, suite notamment à la signature de l'accord agricole provisoire avec l'Union européenne en 2003, le Maroc a vu les niveaux de ses ACR chuter à partir de l'année 2008 (cf. figure 3) suite à la réduction de la demande adressée au Maroc sur ces produits et à la forte hausse des cours des produits importés par le Maroc (le blé et le sucre en particulier).

³ Cf. annexe pour la formule utilisée pour cet indicateur.

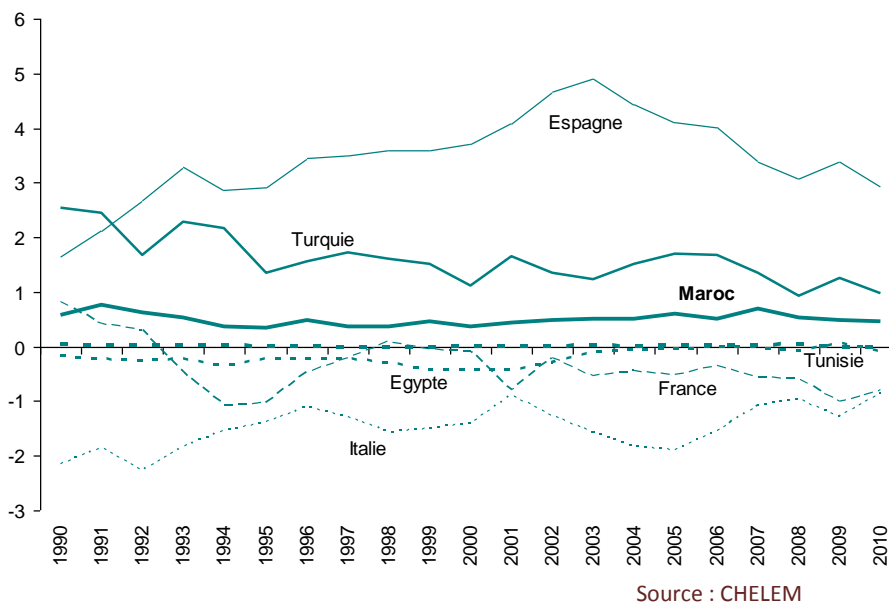
⁴ Hors minerais.

Figure 3 : ACR du secteur des fruits et légumes non transformés au Maroc et dans cinq principaux pays méditerranéens (en millième du PIB)



Par ailleurs, il se dégage de l'analyse de la position sur le marché mondial que la place privilégiée du Maroc en termes d'avantages comparatifs sur le secteur des fruits et légumes non transformés n'est pas suffisamment valorisée en termes de parts de marché au niveau mondial. De ce fait, la position de notre pays sur ce marché a connu une quasi-stagnation sur la période 1990-2010 et est même demeurée très en-dessous de celles de l'Espagne et de la Turquie et ce, sur l'ensemble de cette période (cf. figure 4).

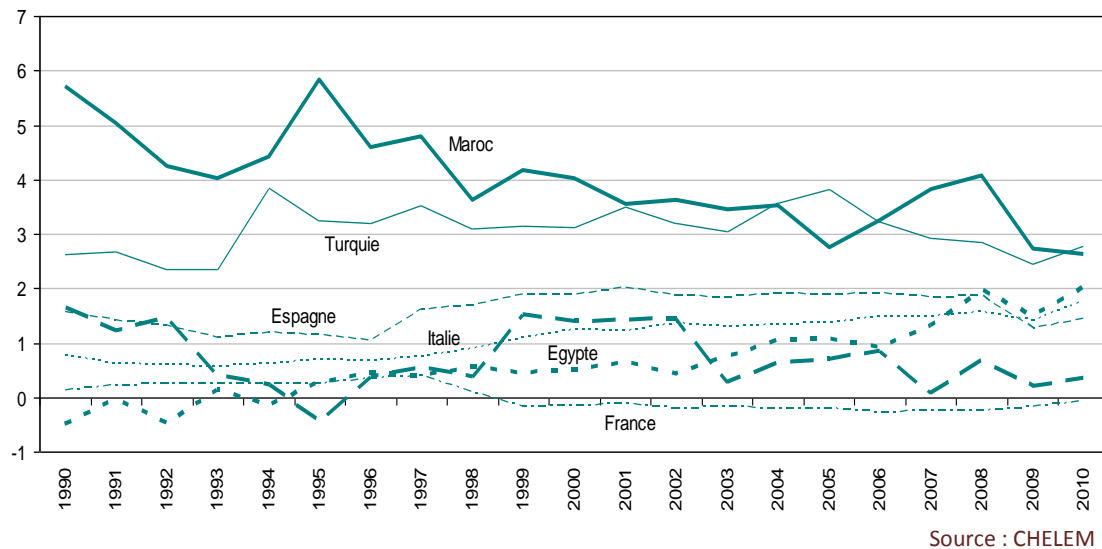
Figure 4 : Position sur le marché des produits des fruits et légumes non transformés du Maroc et des cinq principaux pays méditerranéens (en %)



1.2.2. Produits agroalimentaires transformés

Par rapport à ses principaux concurrents méditerranéens, le Maroc dispose d'avantages comparatifs élevés pour ce qui est des produits agricoles d'origine végétale transformés (conserves végétales). Toutefois, l'examen de l'évolution des ACR du Maroc sur ces produits durant la période 1990-2010 indique une érosion de ces avantages au profit, notamment, de la Turquie et surtout de l'Égypte.

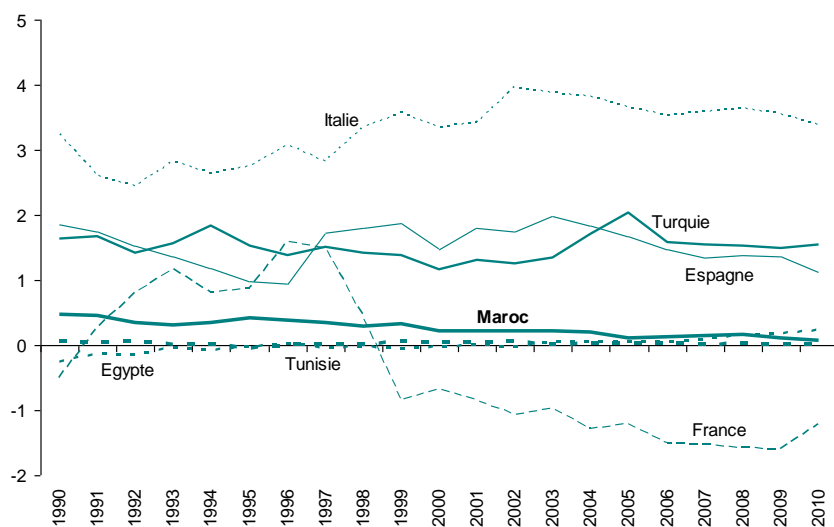
Figure 5 : ACR des conserves végétales (en millième du PIB)



Source : CHELEM

En outre, sur la même période, le Maroc a faiblement profité du niveau élevé de ses ACR, en réalisant des parts de marché sur le marché mondial nettement plus faibles que ceux de l'Italie, de la Turquie et de l'Espagne. La position de notre pays sur ce marché a suivi une tendance baissière sur cette période, et ce au fur et à mesure de la régression du niveau de ses ACR.

Figure 6 : Position sur le marché des conserves végétales (en %)



Source : CHELEM

2. Performances des exportations des principaux produits agroalimentaires

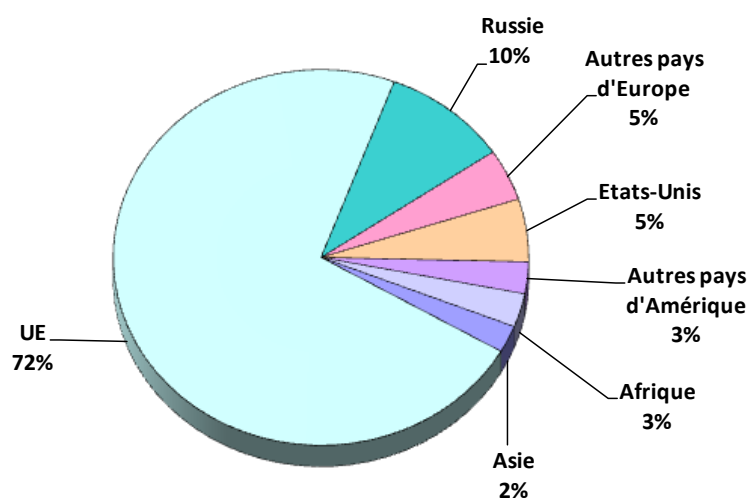
Afin de tirer profit de ses avantages comparatifs, le secteur des exportations agroalimentaires marocain a été au centre de la stratégie agricole Plan Maroc Vert. Ainsi, ce Plan a mis en place un ensemble d'actions stratégiques visant à développer les filières du secteur à travers des contrats-programmes indiquant les engagements des parties prenantes aussi bien publiques que privées. Une évaluation préliminaire des réalisations depuis la mise en œuvre de ce Plan jusqu'à fin 2011 dresse un premier bilan quant à l'efficacité des mesures programmées dans le cadre de ce Plan. De même, une évaluation des performances à l'export des principales filières agroalimentaires sur une longue période (1990-2010), à travers, notamment, un benchmarking avec les principaux concurrents méditerranéens, nous aide à identifier le positionnement de notre pays dans le marché international de ces produits ainsi que les menaces et opportunités qui se présentent.

2.1. Réalisations globales des exportations agroalimentaires dans le cadre du Plan Maroc Vert

2.1.1. Diversification des marchés

Sur la période 2009-2011, les exportations agroalimentaires marocaines ont été fortement concentrées sur le marché de l'Union européenne qui a absorbé en moyenne 73% de ces exportations. Sur ce marché, la France vient en tête avec près de 50% des exportations vers l'UE. L'évolution de la part de l'UE dans les exportations agroalimentaires renseigne sur la prépondérance de ce marché malgré les obstacles dressés pour l'accès à ce marché. En effet, cette part n'a quasiment pas changé sur la dernière décennie en restant toujours nettement supérieure à 70%. La forte concentration de ces exportations sur le marché européen a rendu le Maroc très vulnérable vis-à-vis de l'évolution des conditions économiques de l'Union européenne.

Figure 7 : Structure des exportations agroalimentaires marocaines par destination (moyenne sur la période 2008-2011)



Source : Office des changes

La structure de ces exportations par destination indique de faibles parts pour les marchés asiatiques et africains qui ne reçoivent que près de 2% et 3% respectivement sur la même période. Ceci indique qu'il existe des opportunités énormes à exploiter, s'offrant aux exportations agroalimentaires marocaines sur les marchés asiatiques, en particulier au niveau des pays arabes du Moyen Orient (Arabie Saoudite et Emirats-Arabes-Unis, notamment pour les tomates et l'huile d'olives).

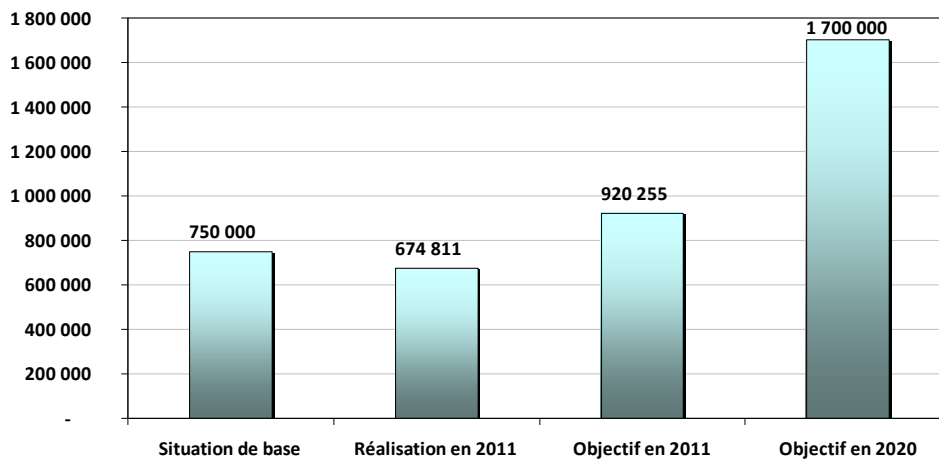
2.1.1. Réalisations par filière

Filières des maraîchages de primeurs

Les filières des maraîchages de primeurs englobent un ensemble de produits agroalimentaires stratégiques pour le Maroc dont, en particulier, les tomates et les pommes de terre. Les objectifs en termes d'exportations prévus à l'horizon 2020 dans le cadre du Plan Maroc Vert pour ces filières sont ambitieux. Ainsi, une production de près de 1,7 millions de tonnes est fixée pour l'horizon 2020, soit un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de près de 7,1%.

En prenant en compte le TCAM ainsi déterminé, l'objectif d'exportation qui en ressort à fin 2011 est de près de 0,91 millions de tonnes. Avec des réalisations en 2011 de près de 0,67 millions de tonnes, les exportations de ces filières ont enregistré un déficit d'environ 27% par rapport à l'objectif initialement fixé pour cette année (cf. figure 7).

Figure 8 : Réalisations à l'export des maraîchages de primeurs dans le cadre du Plan Maroc Vert (en tonnes)



Source : MAPM et Office des changes

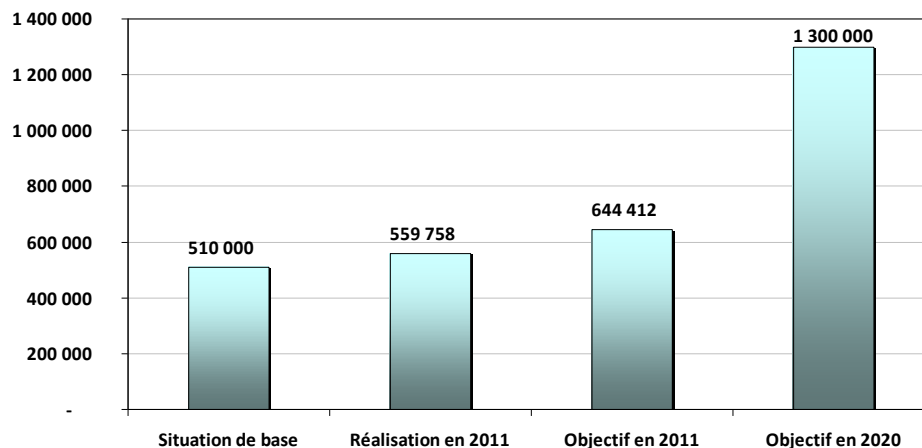
Ce résultat est lié à plusieurs facteurs dont, en particulier, les effets négatifs de la crise mondiale et de la crise de l'euro qui a affectée l'Europe, le principal client du Maroc pour ces produits. De même, des conditions climatiques extrêmes (inondations, vague de froid) ont contrarié les productions en 2010 et 2011, ce qui s'est répercuté sur l'offre exportable. Néanmoins, il est à noter que les performances réalisées sont également, d'une part, le résultat d'une faible diversification des débouchés, et d'autre part, d'une politique mettant fortement l'accent sur l'augmentation de la production au détriment de la promotion et de la prospection de nouveaux marchés.

Filières des agrumes

Dans l'objectif de remédier aux faibles performances des filières d'agrumes, des programmes de rajeunissement des vergers agrumicoles ont été mis en œuvre et ont été renforcés dans le cadre du Plan Maroc Vert. En outre, des objectifs importants en termes d'exportation ont été fixés à l'horizon 2020 pour ces filières dans le cadre de ce Plan pour atteindre 1,3 millions de tonnes, soit un TCAM de près de 8,1%.

A fin 2011, les exportations réalisées se sont élevées à près de 0,56 millions de tonnes, soit près de 87% de l'objectif fixé en 2011. Cette situation découle, en particulier, d'une faible capacité à satisfaire les marchés traditionnels du Maroc (notamment les pays de l'Union européenne), en termes de qualité et de prix, sachant que le Maroc ne parvient pas à couvrir la totalité de ses quotas dans ces marchés, dans le cadre de l'accord agricole avec son partenaire européen.

Figure 9 : Réalisations à l'export de maraîchage des agrumes dans le cadre du Plan Maroc Vert (en tonnes)



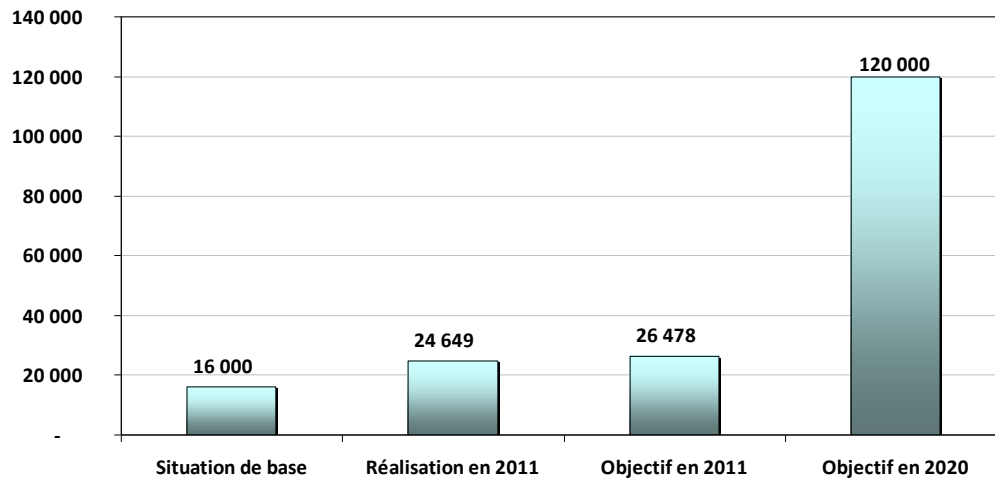
Source : MAPM et Office des changes

Filière oléicole

L'huile d'olives est une des filières prioritaires du Plan Maroc Vert, de fait les investissements qui lui sont consacrés sont conséquents. Ainsi, le contrat-programmes Etat-profession de cette filière est financé à hauteur de 28% par les fonds publics. En termes d'objectifs d'exportations, le PMV s'est fixé un volume de près de 0,12 millions de tonnes d'exportation d'huile d'olives à l'horizon 2020, ce qui donne un TCAM de près de 18,3%. De ce fait, l'objectif pour l'année 2011 est de près de 26.478 tonnes.

Cependant, l'année 2011 a enregistré des exportations d'huile d'olives de près de 24.649 tonnes, soit environ 93% de l'objectif fixé. Malgré ce taux relativement élevé, il est à signaler que les réalisations à l'export de cette filière (Cf voir section suivante) demeurent très fluctuantes d'une année à l'autre et restent concentrées sur deux principaux marchés à savoir l'Union européenne et les Etats-Unis.

Figure 10 : Réalisations à l'export de l'huile d'olives dans le cadre du Plan Maroc Vert (en tonnes)



Source : MAPM et Office des changes

2.2. Réalisations par produit agroalimentaire

Pour pouvoir appréhender les défis, en termes de concurrence internationale, et les opportunités, qui caractérisent les filières agroalimentaires marocaines à l'export et qui conditionnent les réalisations du Plan Maroc Vert, il est important d'analyser l'évolution des performances à l'export des principaux produits agroalimentaires et ce, à l'aune de l'évolution du marché international et des résultats des autres pays concurrents, notamment méditerranéens.

2.2.1. Filières des produits non transformés

Pour pouvoir apprécier les performances réalisées au niveau global du secteur des produits agroalimentaires frais, il est nécessaire, d'une part, d'analyser le comportement des exportations des principaux produits de ce secteur dont, notamment, les filières des tomates et des agrumes (représentant près de 70% des exportations de ce secteur en valeur), et d'autre part, d'examiner l'évolution de la structure du marché mondial de ces filières en termes de parts de marchés des différents pays.

2.2.1.1. Maraichage de primeurs : cas de la filière des tomates

Au Maroc, parmi les principaux produits agricoles non transformés destinés à l'export figurent les tomates qui jouent un rôle socio-économique important. Ainsi, en termes d'exportation, ce secteur rapporte des recettes en devises appréciables qui ont dépassé 2,7 milliard de dirhams en 2011. Sur le volet social, ce secteur génère en moyenne près de 9 millions de journées de travail par an aussi bien au niveau de la production que du conditionnement et de la transformation.

La filière des tomates au Maroc présente plusieurs atouts structurels dont, notamment, une main-d'œuvre bon marché, un climat favorable et un marché intérieur permettant d'absorber les écarts entre la production et les exportations. En outre, cette

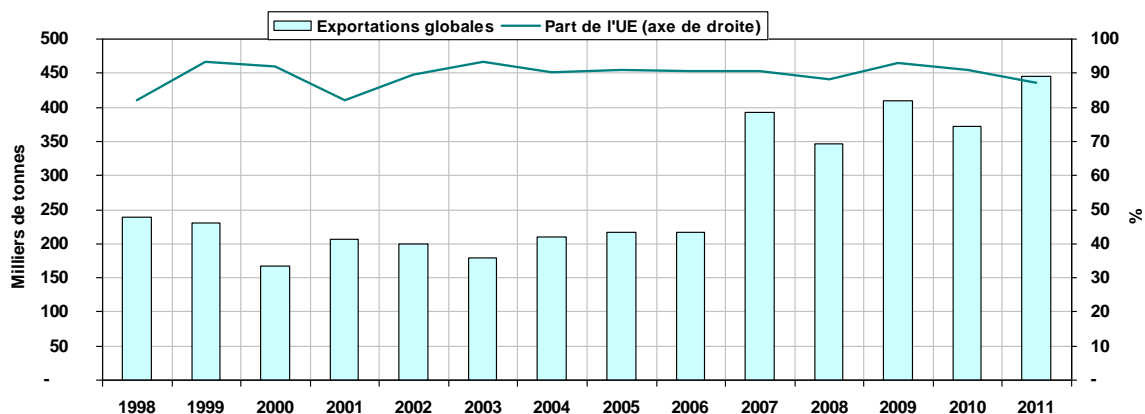
filière a bénéficié d'avantages concurrentiels spécifiques comprenant, essentiellement, un bon encadrement de la production qui a conduit au rayonnement de l'expertise marocaine dans ce domaine, un important professionnalisme à travers une traçabilité effective, un système de management qualité et une qualification des grandes firmes, une intégration verticale entre grandes exploitations de serre et grands exportateurs ainsi que la possibilité de cultiver sur l'ensemble de l'année dans le sud du pays (Dakhla).

Toutefois, malgré ces atouts considérables pour le Maroc, cette filière est confrontée à plusieurs contraintes structurelles qui limitent son essor à l'export. Ces contraintes peuvent se résumer en l'existence de vagues de froid ou de Chergui qui peuvent retarder des maturités ce qui contrarie les engagements commerciaux, les coûts élevés des intrants (le plastique et les cartons sont plus chers qu'en Europe car ils sont pour la plupart importés), la vétusté d'une grande partie du parc de serre ainsi que les quotas qui limitent les volumes exportés vers l'Europe.

A souligner que l'une des contraintes majeures des exportations marocaines de tomates réside dans les quotas et les prix d'entrée qui leurs sont imposés pour accéder au marché de l'UE sur la période octobre-mai. De même, et en dehors de cette période, entre les mois de juin et août, ces exportations sont également freinées sur ce marché à travers l'application d'une protection tarifaire prohibitive, qui est telle que même avec des coûts de production plus faibles, les tomates marocaines ne pourraient concurrencer les tomates européennes car les droits de douane appliqués les rendent moins compétitives.

En termes de diversification des marchés, et malgré que les tomates marocaines ont enregistré une évolution importante de leurs exportations durant la dernière décennie en réalisant un taux de croissance annuel moyen (TCAM) en volume de près de 4,9% sur la période 1998-2011 (Cf. figure 11), il est constaté que cette progression a été essentiellement opérée sur le marché de l'UE qui a absorbé en moyenne près de 90% de ces exportations sur la même période.

Figure 11 : Parts de l'Union européenne dans les exportations marocaines de tomates



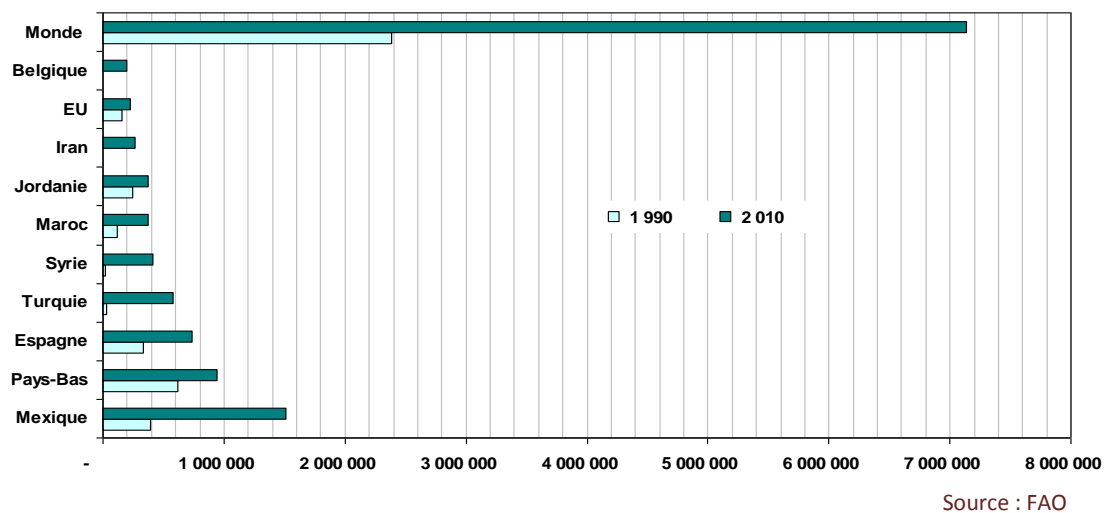
Source : Office des Changes

Cette concentration des exportations de tomates sur le marché de l'UE contraste avec la dynamique du marché mondial. En effet, l'évolution importante du marché mondial de ce produit depuis le début des années 90, avec un TCAM des importations mondiales en

volume de près de 5,3 % sur la période 1990-2010 (FAO), a été réalisée, notamment, à la faveur d'une croissance plus importante des importations au niveau de la Russie et des Etats-Unis avec des taux de près de 11,4% et de +7,5% respectivement, qu'au niveau des pays de l'UE, avec +2,6% en France et +1,6% en Allemagne sur la même période.

En termes de positionnement sur le marché mondial des tomates, le Maroc se classe en sixième position mondiale en 2010, en réalisant un TCAM de près de 5,8% sur la période 1990-2010, contre 14,2% pour la Turquie (position de quatrième exportateur mondial en 2010), 17,6% pour la Syrie (cinquième position) et 4,1% pour l'Espagne (troisième position). Notre pays n'a ainsi capté que près de 5% de l'expansion du marché mondial de ce produit sur la même période, contre près de 11% pour la Turquie, 9% pour l'Espagne et 8% pour la Syrie.

Figure 12 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux de tomates en 1990 et en 2010 (en tonnes)



Cette situation reflète l'état de la concurrence exercée sur ce marché par les principaux pays méditerranéens, notamment sur les marchés de l'UE. Ainsi, l'Espagne, qui a un libre accès au marché de l'UE et qui est producteur et fournisseur de ce marché, concurrence fortement les exportations marocaines par une occupation de plusieurs circuits de distribution et une offre de prix très compétitive, renforcée par des subventions à la production comme à l'exportation. D'autres pays, comme la Turquie et la Syrie ont œuvré à l'amélioration de leurs exportations de tomates, notamment vers l'UE, ce qui a réduit les parts du Maroc sur ce marché potentiel.

Ainsi, au vu de cette configuration de la concurrence au niveau international sur ce produit, notamment au niveau du principal marché du Maroc, à savoir l'UE, il est nécessaire d'œuvrer à la prospection d'autres marchés que l'UE, dont en particulier celui de la Russie (deuxième importateur mondial en 2010). Par ailleurs, dans le cadre du Plan Maroc Vert, il est prévu de renforcer substantiellement les exportations nationales des tomates à l'horizon 2020, en tirant profit, en particulier, des nouvelles préférences accordées au Maroc dans le cadre du dernier accord agricole signé en 2012 avec l'UE (augmentation de 39% des quotas accordés au Maroc à partir de 2015).

2.2.1.2. Filière des agrumes

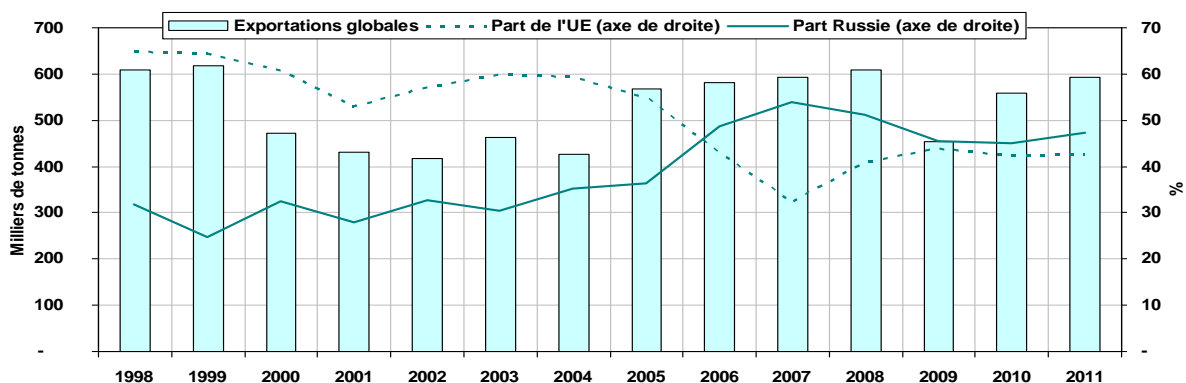
Au Maroc, les agrumes ont un rôle socio-économique notable en raison, notamment, de leur contribution à l'emploi (21 millions de journées de travail, soit près de 90.000 emplois) et aux recettes à l'export (plus de 3,1 milliards de dirhams en 2011). Cette filière présente également plusieurs atouts du fait, notamment, qu'elle dispose d'incitations importantes à l'investissement. Cette filière recèle également d'énormes opportunités consistant, en particulier, en l'existence d'accords de libre-échange, des possibilités de diversification du marché ainsi qu'une pleine expansion du marché domestique.

En revanche, cette filière, qui a été depuis longtemps une filière stratégique pour les exportations agroalimentaires marocaines en bénéficiant d'aides et de subventions, notamment sur les intrants, souffre actuellement d'un ralentissement patent de son rythme d'exportation. Elle est affectée par de nombreuses fragilités au niveau de l'ensemble de sa chaîne de valeur. En termes de production, cette filière est handicapée, en particulier, par le vieillissement des plantations, la faible efficacité d'utilisation de l'eau d'irrigation, le déficit croissant des ressources en eau, la faible diversification du profil variétal ainsi que le coût de production en croissance continue. En matière de conditionnement, les faiblesses de cette filière portent, notamment, sur l'insuffisance en termes de qualité et de certification et la faible exploitation des outils et des équipements.

En termes de performances à l'export, cette filière est handicapée surtout par l'insuffisante capacité d'adaptation aux exigences du marché international, la forte concurrence internationale (l'Espagne, et actuellement l'Egypte) et l'effet retardé qui sera induit par le rajeunissement des vergers. Par ailleurs, l'organisation de la profession demeure peu optimale avec une faible coordination, un taux insuffisant d'encadrement et une déficience en matière d'information.

Durant la période 1998-2011, la filière des agrumes a connu une quasi-stagnation de ses exportations, avec une moyenne annuelle de près de 528 mille tonnes. D'un autre côté, ces exportations sont concentrées sur deux principaux marchés à savoir l'UE et la Russie avec des parts moyennes respectives de près de 51% et 49% sur la même période.

Figure 13 : Part de l'Union européenne et de la Russie dans les exportations marocaines des agrumes

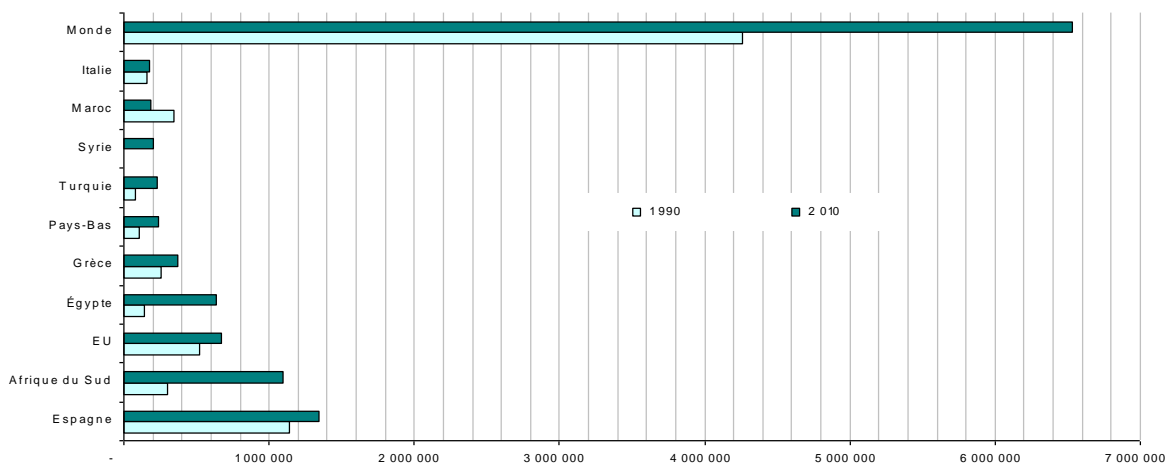


Source : Office des Changes

L'analyse du marché international par produit d'agrumes indique que les importations mondiales des oranges ont enregistré une croissance modérée sur la période 1990-2010, avec un TCAM de près de 1,6 % seulement sur cette période. De leur part, les exportations marocaines sur ce marché ont enregistré une forte réduction avec un TCAM de l'ordre de -3,1% sur la même période.

D'un autre côté, il se dégage de la structure des parts de marché au niveau mondial, que le Maroc a été fortement concurrencé par des pays méditerranéens dont, notamment, la Syrie, l'Égypte et la Turquie qui ont vu leurs exportations évoluer sur la même période en moyenne annuelle de près de +26%, de +7,7% et de +5,5% respectivement.

Figure 14 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux des oranges en 1990 et en 2010 (en tonnes)

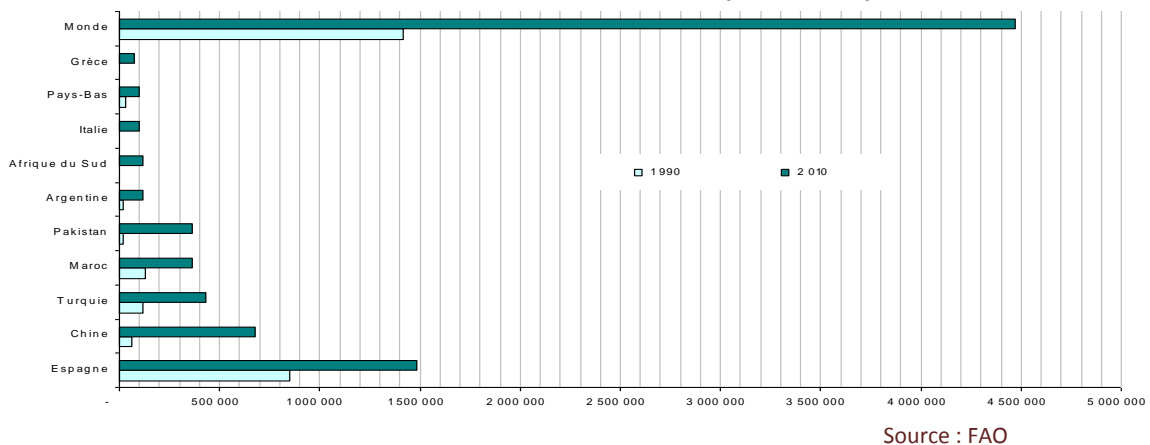


Source : FAO

Concernant le marché des clémentines, un créneau important des exportations agrumicoles marocaines, il a été caractérisé sur la période 1990-2010 par une évolution moyenne annuelle des importations mondiales de près de 5,1%. Cette expansion a été réalisée à la faveur de l'augmentation des importations des principaux débouchés, notamment européens, dont la Pologne et la Russie avec des TCAM sur la même période de près de 27,2% et 10,5% respectivement. Le marché des Etats-Unis constitue également un marché prometteur qui a enregistré une croissance annuelle moyenne de ses importations de l'ordre de 9,9% sur la même période.

Quant aux exportations des clémentines, le Maroc s'est situé en 2010 à la quatrième position au niveau mondial tout en présentant une évolution moins dynamique que ses principaux concurrents méditerranéens. Ainsi, alors que l'évolution des exportations marocaines de ces produits sur la période 1990-2010 a été à un rythme annuel moyen de près de 5,4%, cette croissance a été de près de 6,8% pour la Turquie.

Figure 15 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux des clémentines en 1990 et en 2010 (en tonnes)



Par ailleurs, il est à noter que pour l'ensemble de la filière agrumicole, le nouvel accord agricole Maroc-UE conclu en 2012 prévoit des mécanismes de prix d'entrée pour l'accès au marché communautaire dont le rôle est de réduire la concurrence sur les produits des pays exportateurs de l'EU, notamment l'Espagne. Ainsi, il est nécessaire de renforcer les exportations marocaines de ces produits vers d'autres marchés porteurs, comme les Etats-Unis et la Russie, à travers, notamment, la mise en place d'une structure logistique adaptée comprenant en particulier des liaisons maritimes avec une fréquence appropriée.

2.2.2. Filières des produits transformés : cas de la filière oléicole

Concernant le secteur des produits végétaux transformés, il est caractérisé par un faible taux de valorisation de la production agricole marocaine. Pour le développement de ce secteur, la filière oléicole (comprenant l'huile d'olives et les conserves d'olives) représente un créneau porteur en forte progression au niveau du marché mondial.

2.2.2.1. Filière de l'huile d'olives

Au Maroc, la trituration des olives est réalisée par un secteur moderne composé d'unités industrielles et semi-industrielles et par un secteur traditionnel constitué d'unités artisanales (les maâstras). Le secteur moderne compte plus de 345 unités industrielles ou semi-industrielles avec une capacité de transformation de près de 420.000 tonnes. L'activité de la trituration traditionnelle compte plus 16.000 unités pour une capacité annuelle totale d'environ 170.000 tonnes par an. Ce système traditionnel produit en moyenne près de 42% de la production nationale de l'huile d'olive.

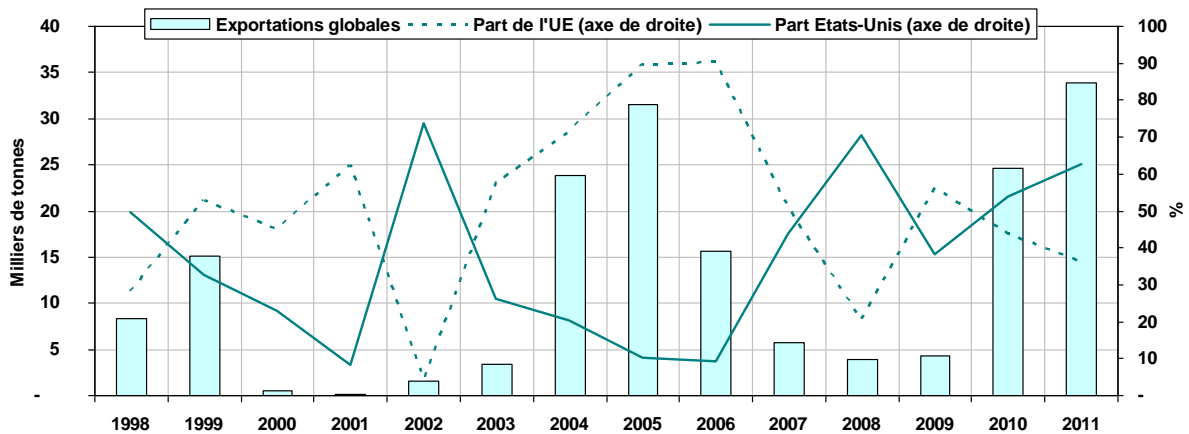
Cette filière présente des points forts consistant, essentiellement, dans les incitations importantes à l'investissement, le potentiel du marché intérieur du fait de l'évolution du modèle de consommation et de la couverture insuffisante des besoins du pays⁵, la croissance de la demande mondiale, ainsi que les accords de libre-échange avec les USA et l'UE permettant un accès libre de l'huile d'olive sans limite contingente à ces marchés.

⁵ La consommation de ce produit reste encore faible au Maroc avec une quantité qui ne dépasse pas 2,5 Kg d'huile/personne/an contre 26,4 kg en Grèce, 15,8 kg en Espagne, 12,8kg en Italie et 5 kg en Syrie.

Toutefois, l'analyse de la filière de l'huile d'olives montre que le faible niveau technologique conjugué à la dépréciation de la qualité de la matière première, en raison des mauvaises conditions de sa manutention, génère des huiles non conformes aux standards internationaux. De même, l'absence de contrôle de la qualité au niveau des unités de transformation affecte négativement la qualité des huiles produites. D'un autre côté, cette filière est marquée par la prédominance de la commercialisation locale de l'huile d'olive qui absorbe entre 85% et 95% de la production moyenne annuelle.

En termes de positionnement sur la marché international, les exportations d'huile d'olive marocaines restent concentrées sur deux principaux marchés à savoir l'Union européenne et les Etats-Unis avec respectivement des parts moyennes dans ces exportations de près de 50% et de 37% sur la période 1998-2011 et une tendance ces dernière années à l'augmentation de la part du marché américain.

Figure 16 : Part de l'Union européenne et des Etats-Unis dans les exportations marocaines des huiles d'olives

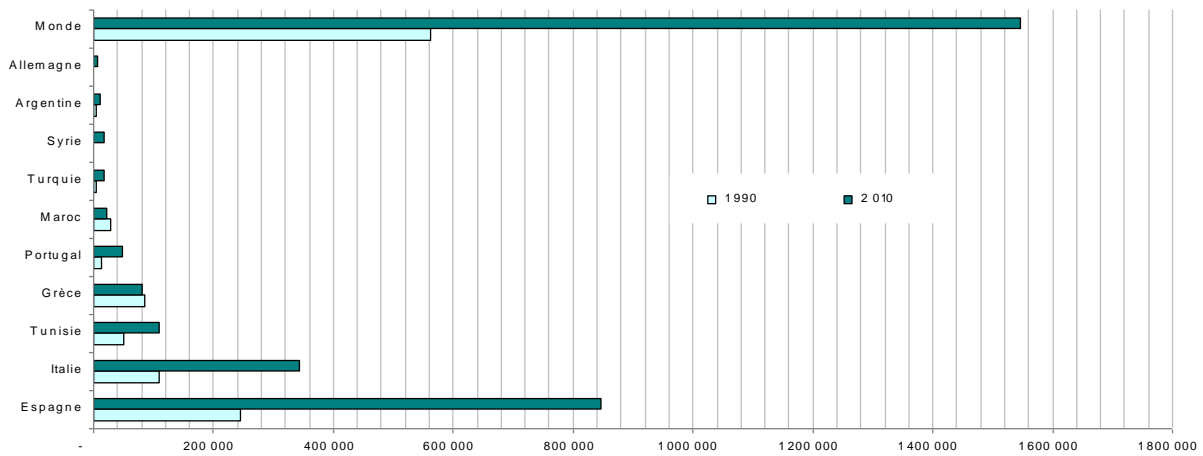


Source : Office des Changes

Concernant l'évolution du marché mondial de l'huile d'olive, les statistiques de la FAO indiquent une forte dynamique de ce marché sur la période 1990-2010, avec un TCAM de près de 5,4 %. Cette évolution a été le résultat de l'augmentation des importations des principaux débouchés dont, notamment, les Etats-Unis, deuxième importateur mondial en 2010, avec un TCAM de près de 5,1%. La progression de la demande de ce produit s'est également produite dans d'autres marchés dynamiques, comme le Japon, le Royaume-Uni, l'Allemagne et le Canada qui ont vu leurs importations s'améliorer en moyenne annuelle respectivement de près de 12,4%, 11,5%, 9,6% et de 7,6% sur la même période.

Eu égard aux énormes opportunités offertes sur ce marché, les performances du Maroc restent insuffisantes, notamment, en comparaison avec ses principaux concurrents méditerranéens. Ainsi, alors que notre pays s'est situé en 2010 au rang de sixième fournisseur mondial de l'huile d'olive, ses exportations en ce produit ont enregistré une évolution annuelle moyenne négative sur les deux dernières décennies, avec un rythme de près de -1,4%. Cette performance contraste avec celles d'autres pays méditerranéens qui ont vu leurs exportations fortement progresser sur la même période, dont, en particulier, la Syrie (+30,5%) et la Turquie (+8,8%).

Figure 17 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux de l'huile d'olive en 1990 et en 2010 (en tonnes)



Source : FAO

2.2.2.2. Filière des conserves d'olives

La filière des conserves d'olive reçoit près de 25% de la production nationale d'olives et elle est composée de deux secteurs l'un traditionnel et l'autre moderne. L'activité traditionnelle de conservation d'olives n'est pas structurée et elle est essentiellement intégrée au commerce de détail exploitant des techniques artisanales. La conservation moderne, quant à elle, est assurée par près de 68 unités constituant une capacité globale d'environ 190.000 tonnes par an.

La production des olives de table industrielles, qui est de l'ordre de 120.000 tonnes par an en moyenne, est orientée pour près de 60% à l'exportation. Les quantités commercialisées au niveau local sont présentées en majorité en vrac avec seulement près de 3.000 tonnes commercialisées sous forme conditionnée. La consommation intérieure des olives de table au Maroc, qui est évaluée actuellement à 1,5 kg/personne/an, demeure faible et la consommation totale de notre pays en ce produit ne constitue que près de 3% de la demande mondiale.

Cette filière est handicapée par de nombreuses faiblesses portant, en particulier, sur la fluctuation de l'offre et la faible qualité de la matière première, les mauvaises conditions de récolte et de collecte des olives ainsi que le circuit d'approvisionnement présentant de nombreux intermédiaires. En outre, cette activité souffre des incidences négatives de l'importance du secteur informel de conserveries d'olives, du niveau technologique inadéquat de l'outil de transformation, ainsi que de l'absence d'auto-contrôle et d'assurance-qualité au niveau des unités de transformation. Par ailleurs, il est à noter que les olives en fûts représentent plus de 50% des quantités exportées engendrant une importante perte en valeur ajoutée.

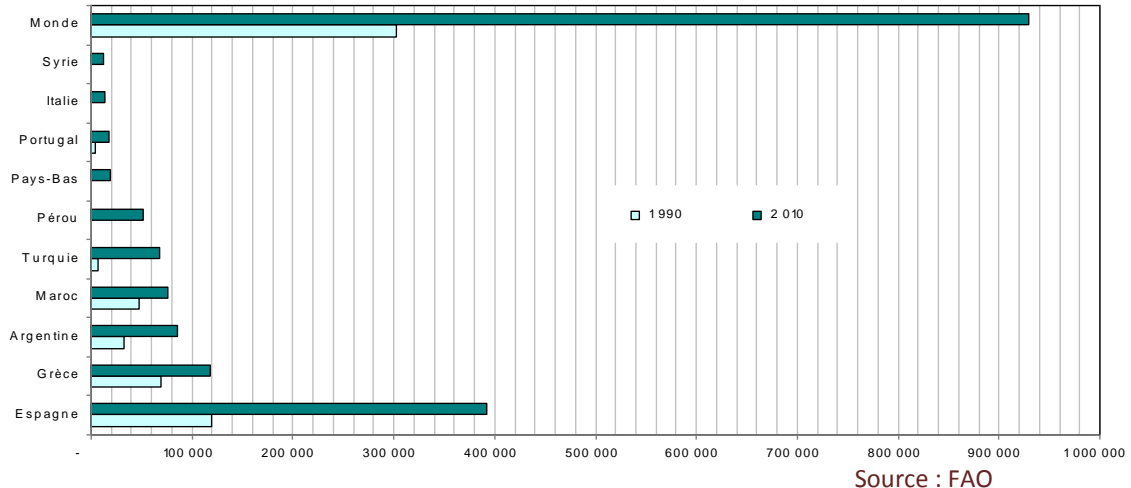
Concernant les points forts de cette filière, ils consistent, essentiellement, dans l'accès en franchise totale de douane des olives à l'UE et aux Etats-Unis sans limite contingentaire, la bonne réputation de l'olive de conserve marocaine dans le marché

extérieur, la volonté politique de développer la filière, ainsi que dans l'existence d'incitations à l'investissement. Cette filière se caractérise également par de nombreuses opportunités portant, notamment sur l'important potentiel du marché intérieur par suite de l'évolution du modèle de consommation ainsi que la croissance de la consommation des pays européens.

De même, le marché des conserves d'olives reste un créneau porteur, fortement dynamique sur les deux dernières décennies, avec une amélioration des importations mondiales en ce produits de près de 5,6 % en moyenne annuelle sur la période 1990-2010. Parmi les destinations les plus importantes de ce marché figurent les Etats-Unis, premier importateur, et la Russie, deuxième importateur au niveau mondial, dont les importations ont évolué respectivement de près de 4,6% et 31,4% en moyenne annuelle sur la même période.

En termes d'exportations de conserves d'olive, le Maroc, qui se situe au quatrième rang parmi les exportateurs mondiaux en 2010, a faiblement profité de l'expansion des importations mondiales. De fait, ses exportations ont évolué en moyenne annuelle à peine de près de 2,4% sur la période 1990-2010, contre une évolution de près de 12% pour la Turquie (cinquième exportateur en 2010) et de 6,1% pour l'Espagne (premier exportateur mondial qui concentre plus de 42% des exportations mondiales).

Figure 18 : Evolution des performances des principaux exportateurs mondiaux des olives en conserves en 1990 et en 2010 (en tonnes)



Parmi les freins aux exportations marocaines en olives de table, leur concentration sur un nombre limité de débouchés dont le marché de l'UE qui absorbe annuellement près de 70% des quantités exportées (49% vers la France), suivi par les Etats-Unis avec 23%. Il est à signaler que pour le développement des exportations de cette filière, le Maroc est amené à se conformer aux normes de qualité et d'hygiène de l'Union Européenne ou du Food and Drug Administration des Etats-Unis.

Par ailleurs, pour les conserves végétales, et en particulier les produits oléicoles, d'importantes opportunités sont offertes pour améliorer les exportations marocaines, notamment du fait du caractère nettement moins périssable de ces produits et, surtout, de

l'ouverture complète du marché de l'UE à ces produits suite à l'entrée en vigueur de l'accord agricole Maroc-UE dès la campagne d'exportation 2012/2013.

3. Instruments pour le renforcement des exportations agroalimentaires dans le cadre du Plan Maroc Vert

Dans l'objectif d'améliorer les performances des exportations agroalimentaires marocaines, de nombreux instruments ont été intégrés dans le cadre du Plan Maroc Vert visant, notamment, l'adaptation de l'offre exportable aux nouvelles données du contexte international. De fait, à travers une série de contrats-programmes portant sur les principales filières exportatrices, ces instruments consistent en : le renforcement de la production destinée à l'export, l'amélioration de la productivité et de la valorisation des produits agricoles, la promotion des exportations ainsi que l'amélioration de l'accès aux marchés potentiels par le biais de la mise en place de partenariats commerciaux.

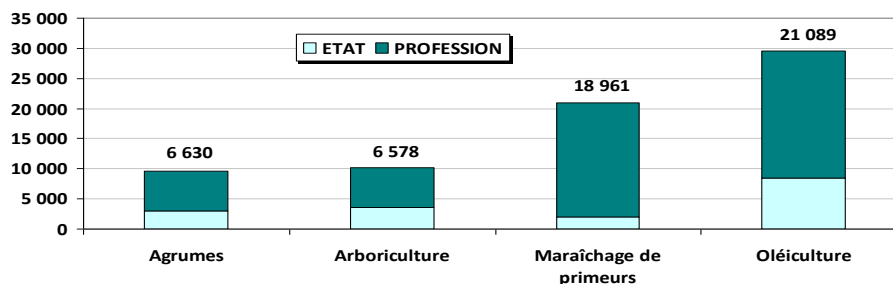
3.1. Soutien de la production

Compte tenu du rôle socio-économique important que jouent les filières d'exportations agroalimentaires dans l'économie marocaine et de leurs avantages comparatifs, les pouvoirs publics ont engagé avec les professionnels agricoles concernés des programmes d'envergure pour la mise à niveau de ces filières. Ces programmes s'inscrivent dans le cadre de plusieurs contrats-programmes lancés depuis la mise en œuvre du Plan Maroc Vert en 2008.

Ces contrats-programmes, qui ambitionnent de restructurer l'ensemble des chaînes de valeurs des filières exportatrices à travers, notamment, une meilleure organisation des acteurs dans le cadre d'interprofessions structurées, nécessiteraient des investissements conséquents s'élevant à près de 70 milliards de dirhams, dont 17 milliards de dirhams est pris en charge par l'Etat à travers le Fonds de Développement Agricole, soit environ 25%.

Ces investissements portent essentiellement sur quatre principales filières à savoir les agrumes, l'arboriculture, le maraîchage de primeur et l'oléiculture. La répartition des aides publiques sur ces filières s'arrime aux besoins spécifiques et aux opportunités que recèle chacune d'elle. En effet, la filière oléicole, qui mobilise la plus grande part de ces aides, demeure la plus prometteuse et la plus dynamique au niveau mondial avec des opportunités énormes non encore exploitées par le Maroc.

Figure 19 : Investissements prévus des contrats-programmes des filières d'exportation dans le cadre du Plan Maroc Vert (millions de dirhams)



Source : Ministère de l'Agriculture

Néanmoins, il est constaté que les soutiens publics ont porté en particulier sur l'augmentation de la production, qui est déjà élevée, au détriment de l'amélioration des performances de la production déjà en place. Cette orientation, tout en augmentant l'offre, ne permettrait vraisemblablement pas d'améliorer la compétitivité du tissu de production, notamment dans la filière oléicole dont les besoins en termes de mise à niveau sont les plus importants.

3.2. Valorisation de la production

Dans une perspective de valorisation de notre production agricole et de montée en valeur ajoutée dans le secteur agro-industriel, et en vue d'offrir un cadre approprié pour l'intégration de l'ensemble de la chaîne de valeur de ce secteur, le Plan Maroc Vert a prévu pour la période 2009-2015 la mise en place de six agropoles dans les principales régions agricoles, à savoir les régions de Meknès, de l'Oriental, du Tadla, du Souss, du Haouz et du Gharb. Ces agropoles ont pour principaux objectifs de renforcer la compétitivité des entreprises du secteur agro-alimentaire et d'accroître la valeur ajoutée dans le secteur.

La réalisation de ces objectifs passera, en particulier, par une meilleure valorisation de la production agricole prévue dans la cadre du Plan Maroc Vert et le développement de la culture d'innovation avec des produits et des technologies répondant aux besoins des marchés. Pour cela, ces agropoles permettront de développer un réseau de partenariats nationaux et internationaux, et seront composés de zones d'activités à vocation agro-industrielle, de zones logistiques et de services, de plateformes commerciales et de distribution, de centres de formation en agro-industrie et services, et de zones d'activités tertiaires.

D'un autre côté, et pour promouvoir la qualité de la production agricole du Maroc à l'extérieur, deux lois ont été mises en place portant respectivement sur les indications géographiques (promulguées) et sur les produits biologiques (en cours d'approbation). Concernant la première loi, le Maroc s'est engagé avec l'UE pour la conclusion d'un accord de protection mutuelle des Indications géographiques trois mois après la mise en œuvre du nouvel accord agricole conclu.

Ceci étant dit, davantage d'efforts sont nécessaires pour rattraper le retard cumulé par le Maroc en termes de valorisation de sa production agricole. En effet, le taux de valorisation de la production agricole au Maroc demeure nettement inférieur à ses principaux concurrents méditerranéens avec seulement un taux de près de 29,1% pour le cas du Maroc contre 68,1% pour la Tunisie et plus de 46,5% pour la Turquie (2010).

3.3. Promotion des exportations

Parmi les principales actions stratégiques programmées dans le cadre du Plan Maroc Vert pour améliorer les performances à l'export du secteur agroalimentaire figure la promotion des exportations à travers, en particulier, la diversification et le développement de l'offre exportable agricole et l'amélioration du système incitatif au profit de la promotion des exportations.

Ainsi, et outre les aspects liés à la production, le développement de l'offre exportable est visé à travers l'adoption de l'approche filière intégrée pour harmoniser les interventions au niveau des divers segments des filières, la promotion de l'intégration par l'agro-industrie, l'adaptation de la production nationale aux exigences des marchés extérieurs sur le plan de la normalisation et de la qualité, ainsi que le développement des produits agricoles à haute valeur ajoutée tels que les produits biologiques et les produits de terroir.

Le Plan Maroc Vert vise également l'amélioration du système incitatif au profit de la promotion des exportations par le biais, en particulier, de la réforme du Fonds de Développement Agricole en introduisant de nouvelles subventions, en renforçant les aides accordées à certaines catégories d'exportations et en encourageant les projets d'agrégation.

Cette politique de promotion des exportations gagnerait à être rénovée à travers, en particulier, l'amélioration des performances et le renforcement du réseau mondial d'agences commerciales couvrant les marchés d'exportation du Maroc, aussi bien traditionnels que ceux à potentiels avérés. Ces agences devraient être gérées par des compétences spécialisées qui mobiliseraient leur connaissance approfondie des marchés pour accompagner les exportateurs marocains.

3.4. Partenariats commerciaux

Dans un contexte international caractérisé par la l'ouverture des marchés et la recrudescence de la concurrence, le Maroc s'est engagé à renforcer ses relations commerciales avec ses principaux partenaires dans l'objectif d'améliorer l'accès de ses exportations agroalimentaires à ces marchés. Cette politique vise à diversifier les marchés extérieurs pour réduire sa dépendance à l'égard de l'Union européenne, en s'ouvrant sur de nouveaux marchés offrant d'importantes opportunités (USA, Turquie, Canada, pays arabes Méditerranéens, pays de l'UMA, pays de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA...)). Cette politique n'omet pas pour autant le renforcement de la position du Maroc sur les marchés traditionnels (Nouvel Accord de libre échange avec l'UE conclu en 2012).

Toutefois, les résultats dégagés par la mise en place de ces formes de partenariats restent à améliorer et sont entravés, en particulier, par le respect et l'alignement sur les normes techniques du commerce (normes sanitaires ou phytosanitaires, normes environnementales ou de spécifications techniques) et par les subventions accordées par nos partenaires et nos concurrents.

D'où la nécessité impérieuse de s'adapter aux standards européens et internationaux et de procéder à une réforme réglementaire en matière de mesures sanitaires et phytosanitaires. Par ailleurs, il est également primordial de rechercher davantage de complémentarité avec d'autres partenaires commerciaux, en particulier les pays du Grand Maghreb, les pays du Moyen Orient et les pays d'Afrique, avec lesquels nos échanges agricoles sont encore peu significatifs.

4. Conclusion et propositions

L'examen, d'une part, des avantages comparatifs du Maroc en termes de produits agroalimentaires, en particulier par rapport aux principaux pays méditerranéens, et d'autre part, des performances en termes de valorisation de ces avantages comparatifs, notamment dans le cadre de la mise en œuvre du Plan Maroc Vert, a permis d'identifier aussi bien les entraves au développement des exportations du secteur que les opportunités à saisir pour assurer son essor et sa compétitivité. Les principaux enseignements dégagés de cette analyse ainsi que les propositions formulées pour contribuer à l'amélioration des performances réalisées se présentent comme suit.

Principales conclusions

Avantages comparatifs avérés et à valoriser du secteur agroalimentaire marocain :

Pour le Maroc, la configuration de la spécialisation à l'exportation, telle que déterminée à travers l'utilisation de l'indicateur ACR sur la période 1990-2010, montre que le secteur agroalimentaire⁶ a un avantage comparatif par rapport à ses principaux concurrents méditerranéens. Concernant les fruits et légumes non transformés, qui constituent un domaine de forte concurrence entre les principaux pays méditerranéens, le Maroc a enregistré, au cours de la même période, des ACR élevés sur ces produits par rapport à ces pays. Toutefois, il ressort de l'analyse que la place privilégiée du Maroc en termes d'avantages comparatifs sur le secteur des fruits et légumes non transformés n'est pas valorisée d'une manière optimale du point de vue des parts de marché au niveau mondial.

Pour ce qui est des produits agroalimentaires transformés, le Maroc dispose certes d'avantages comparatifs élevés par rapport à ses concurrents méditerranéens, néanmoins, ces avantages ont connu une érosion, durant la période 1990-2010, au profit, notamment, de la Turquie et surtout de l'Égypte. En outre, sur la même période, le Maroc a faiblement profité du niveau élevé de ses ACR, en réalisant des parts de marché sur le marché mondial nettement plus faibles que ceux de l'Italie, de la Turquie et de l'Espagne.

Performances à l'export globalement à améliorer

Afin de tirer profit des avantages comparatifs dont bénéficient les exportations agroalimentaires marocaines, ce secteur a été au centre de la stratégie agricole Plan Maroc Vert lancée en 2008 et qui a mis en place un ensemble d'actions stratégiques visant à développer les filières du secteur à travers des contrats-programmes indiquant les engagements des parties prenantes aussi bien publiques que privées. En termes de réalisations sur la période 2009-2011, et concernant la diversification des marchés, les exportations agroalimentaires marocaines ont été fortement concentrées sur le marché de l'Union européenne qui a absorbé en moyenne 73% des exportations agroalimentaires globales. Cette forte concentration sur ce marché a rendu le Maroc très vulnérable vis-à-vis de l'évolution des conditions économiques de l'UE.

⁶ Hors produits de la pêche.

De même, la structure des exportations agroalimentaires par destination indique de faibles parts pour les marchés asiatiques et africains qui n'ont reçu en moyenne que près de 2% et 3% respectivement des exportations du pays sur la même période. Cette situation indique des opportunités énormes que les exportations agroalimentaires marocaines n'arrivent pas encore à saisir sur les marchés asiatiques, en particulier au niveau des pays arabes du Moyen Orient (Arabie Saoudite et Emirats-Arabes- Unis, en particulier pour les tomates et l'huile d'olives).

Réalisations par produit agroalimentaire contrastées par rapport aux concurrents méditerranéens

L'analyse de l'évolution des performances à l'export des principaux produits agroalimentaires et ce, à l'aune de l'évolution du marché international et des résultats des autres pays concurrents, notamment méditerranéens, permet d'appréhender les défis et les opportunités qui caractérisent les filières agroalimentaires marocaines à l'export et qui conditionnent les réalisations du Plan Maroc Vert.

A ce titre, et pour les exportations marocaines de tomates, et malgré qu'elles aient enregistré une évolution importante durant la dernière décennie, elles ont connu une concentration sur le marché de l'UE qui a absorbé en moyenne près de 90% de ces exportations sur la même période. Cette concentration contraste avec la dynamique du marché mondial dont la croissance a été tirée depuis le début des années 90 par l'évolution plus importante des importations au niveau de pays hors de l'UE (Russie et Etats-Unis). De même, en termes de positionnement sur le marché mondial de tomates, le Maroc, classé sixième exportateur au niveau mondial en 2010, a réalisé un TCAM de près de 5,8% sur la période 1990-2010, contre 14,2% pour la Turquie (position de quatrième exportateur mondial en 2010), 17,6% pour la Syrie (cinquième position) et 4,1% pour l'Espagne (troisième position).

Pour ce qui est de la filière des agrumes, elle souffre actuellement d'un ralentissement patent de son rythme d'exportation avec une quasi-stagnation de ses exportations durant la période 1998-2011. Par produit d'agrumes, les exportations marocaines d'oranges ont enregistré une forte réduction avec un TCAM de l'ordre de -3,1% sur la période 1990-2010. Sur ce produit, notre pays a été fortement concurrencé par des pays méditerranéens dont, notamment, la Syrie, l'Egypte et la Turquie qui ont vu leurs exportations évoluer sur la même période en moyenne annuelle de près de +26%, de +7,7% et de +5,5% respectivement. Concernant le marché des clémentines, un créneau important des exportations agrumicoles marocaines, il a été caractérisé sur la période 1990-2010 par une évolution moyenne annuelle des importations mondiales de près de 5,1%, le Maroc s'est situé en 2010 à la quatrième position au niveau mondial, avec une évolution moins dynamique que ses principaux concurrents méditerranéens, dont, en particulier, la Turquie (6,8%).

S'agissant des produits transformés d'origine végétale, ils se caractérisent par un faible taux de valorisation de la production agricole marocaine. Pour le développement de ce secteur, les produits oléicoles (en particulier l'huile d'olives) représentent des créneaux

porteurs en forte progression au niveau du marché mondial. Toutefois, ces produits sont caractérisés par un faible niveau technologique conjugué à la dépréciation de la qualité de la matière première, en raison des mauvaises conditions de sa manutention, générant des huiles non conformes aux standards internationaux. Ces contraintes ont fait que malgré la forte dynamique du marché mondial de l'huile d'olives sur la période 1990-2010, avec un TCAM de près de 5,4 %, le Maroc a réalisé un rythme annuel de près de -1,4% comparativement à la Syrie (+30,5%) et la Turquie (+8,8%).

Le renforcement des exportations agroalimentaires marocaines : axe prioritaire du PMV

Pour améliorer les performances des exportations agroalimentaires marocaines, de nombreux instruments ont été intégrés dans le cadre du Plan Maroc Vert visant l'adaptation de l'offre exportable aux nouvelles données du contexte international ainsi que la promotion de ces exportations. Ces instruments consistent, en premier lieu à renforcer la production destinée à l'export en mettant en place des contrats-programmes qui ambitionnent de restructurer l'ensemble des chaînes de valeurs des filières exportatrices à travers notamment une meilleure organisation des acteurs dans le cadre d'interprofessions structurées. Néanmoins, il est constaté que les soutiens publics ont porté en particulier sur l'augmentation de la production, qui est déjà élevée, au détriment de l'amélioration des performances de la production déjà en place.

En termes de valorisation de la production, et en vue d'offrir un cadre approprié pour l'intégration de l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur, le Plan Maroc Vert a prévu pour la période 2009-2015 la mise en place de six agropoles dans les principales régions agricoles à savoir les régions de Meknès, de l'Oriental, du Tadla, du Souss, du Haouz et du Gharb. Ces agropoles ont pour principaux objectifs de renforcer la compétitivité des entreprises du secteur agro-alimentaire et d'accroître la valeur ajoutée dans le secteur. Cette dynamique, gagnerait à être renforcée pour rattraper le retard cumulé par le Maroc en termes de valorisation de sa production agricole.

Concernant la promotion des exportations, le Plan Maroc Vert vise, notamment, la diversification et le développement de l'offre exportable agricole à travers, entre autres, l'adaptation de la production nationale aux exigences des marchés extérieurs sur le plan de la normalisation et de la qualité. Cette politique de promotion des exportations gagnerait à être appuyée à travers, en particulier, l'amélioration des performances et le renforcement du réseau mondial d'agences commerciales couvrant les marchés d'exportation du Maroc.

Propositions

Dans le cadre de la réflexion sur les actions à entreprendre afin de promouvoir le développement du secteur des exportations agroalimentaires marocaines, l'examen des différents enjeux et défis du secteur a permis de dégager les principales propositions suivantes :

Adaptation de la politique de soutien au secteur en faveur des exportations

L'examen de la politique poursuivie dans le cadre du PMV pour le développement des exportations agroalimentaires révèle une orientation vers le renforcement de la production, ce qui laisse de faibles marges pour un appui effectif des exportations pour accéder aux marchés potentiels. Il s'avère donc nécessaire de privilégier des actions de soutien ciblées et renforcées à des créneaux porteurs, notamment avec des moyens de logistique appropriés.

Valorisation de la production destinée à l'export

L'une des contraintes majeures qui limitent l'essor des exportations agroalimentaires réside dans la faible adaptation de la qualité des produits transformés d'origine végétale aux standards internationaux. Cette situation est critique pour des filières à hautes valeurs ajoutées à l'instar des produits oléicoles. Ainsi, pour bâtir une image de marque de la production nationale à l'extérieur, il devient primordial, à l'instar des cas de réussite dans ce domaine au niveau mondial, de mettre en place des institutions spécifiques, notamment pour les principaux créneaux porteurs (oléiculture) qui veillent, outre à la gestion de ces filières, au respect des procédures et des normes de qualité requises.

Renforcement des partenariats internationaux

L'accès aux marchés figure parmi les entraves au développement des exportations agroalimentaires marocaines. Tel est le cas pour le marché de l'UE qui absorbe plus des deux tiers des exportations agroalimentaires marocaines et qui dresse des obstacles aussi bien tarifaires que non tarifaires afin de protéger les productions agroalimentaires des pays méditerranéens de l'UE de la concurrence des produits importés notamment du Maroc. A ce titre, le nouvel accord agricole Maroc-UE conclu en 2012, quoique plus ouvert sur le Maroc, prévoit des mécanismes de prix d'entrée pour l'accès au marché communautaire dont le rôle est de réduire la concurrence sur plusieurs produits agricoles des pays exportateurs de l'EU, notamment l'Espagne. Ainsi, il est nécessaire de renforcer les exportations marocaines de ces produits vers d'autres marchés porteurs, comme les Etats-Unis, les pays de l'Europe de l'Est, et les pays du Moyen-Orient, à travers, notamment, la négociation de partenariats plus avantageux pour le Maroc et basés sur le principe de complémentarité.

Mise en place d'une veille concurrentielle

Etant donné la dynamique des marchés agroalimentaires, il est important de disposer d'une veille concurrentielle permettant, d'une part, l'analyse permanente des informations des marchés potentiels au niveau mondial et l'examen de l'évolution des différents maillons de la chaîne de valeur des filières, et d'autre part, d'optimiser les actions des opérateurs professionnels et publics. A travers des informations accessibles et mises à jour en continu, cette veille constituera un instrument incontournable pour moduler les interventions des parties prenantes au vu des enjeux stratégiques qui se présentent.

Promotion des exportations

Outre l'adaptation de l'offre exportable à travers l'amélioration de la qualité des produits, et le renforcement de leur compétitivité, la promotion des exportations demeure un outil fondamental pour accompagner les opérateurs à mieux se positionner sur les marchés traditionnels, et surtout à explorer de nouveaux marchés potentiels. En effet, la politique de promotion des exportations, qui peut s'appuyer sur des réseaux mondiaux d'agences commerciales couvrant les marchés d'exportation du Maroc, aurait des externalités bénéfiques sur les exportations du pays à travers ; des services de consulting animés par des équipes spécialisées qui mobilisent leur connaissance approfondie des marchés pour accompagner les opérateurs marocains ; une approche marketing qui promeut l'image de marque des exportations agroalimentaires marocaines et une diffusion au niveau national des connaissances utiles concernant les opportunités d'export. Cette politique, permettra, somme toute, une adaptation continue de l'offre des produits aux exigences des marchés internationaux.

Annexe

Avantages comparatifs révélés (première version)

L'indicateur d'avantage comparatif répond à la question : "quels sont les points forts et les points faibles d'une économie ?"

Au lieu de se fonder sur des structures relatives d'exportation, comme dans la méthode classique de Balassa, l'indicateur analytique qui est retenu ici part du solde, et il tient compte de la taille du marché national.

Pour un pays i et chaque produit k , on calcule d'abord la part du solde par rapport au Produit Intérieur Brut Y , soit en millièmes :

$$Y_{ik} = 1000 * [(X_{ik} - M_{ik}) / Y_i]$$

Relativement au PIB, la contribution du produit k au solde commercial est définie par :

$$F_{ik} = Y_{ik} - g_{ik} * y_i.$$

avec :

$$g_{ik} = (X_{ik} + M_{ik}) / (X_i + M_i) \quad \text{et} \quad y_i = 1000 * [(X_i - M_i) / Y_i]$$

En outre, il est nécessaire d'éliminer l'influence des changements qui ne sont pas spécifiques au pays étudié, mais qui résultent de l'évolution du poids des produits sur le plan mondial. En se situant par rapport à une année de référence r , chacun des flux X et M est corrigé pour les autres années n en les multipliant tous par :

$$e^n_i = (w^r_k / W^r) / (W^n_k / W^n)$$

L'indicateur d'avantage comparatif f est ainsi calculé aux poids mondiaux de l'année de référence r . Pour celle-ci, il coïncide avec la contribution relative f ; pour les autres années n , il s'en distingue d'autant plus que le commerce mondial du produit k tend à s'écarter de la tendance moyenne qui est enregistrée pour l'ensemble des marchandises.

L'avantage comparatif est calculé au niveau le plus fin de la nomenclature sectorielle CHELEM. Les avantages par filière ou par stade sont obtenus par sommation.

Position sur le marché

Sur le marché international du produit k , la position de chaque pays i est représentée par son solde relatif qui, pour une année n , est défini en % par :

$$POS^n_{ik} = 100 * [(X^n_{ik} - M^n_{ik}) / W^n_k]$$

Avec : W^n_k = commerce mondial du produit k