

SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

EDEC MAROC

FEUILLE DE ROUTE



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

Le présent rapport n'a fait l'objet d'aucune modification par le Centre du commerce international quant à sa rédaction.

Photos © shutterstock.com

Table des matières

INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1. RAPPORT DE L'ANALYSE DE LA CHAÎNE DE VALEUR	2
1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF.....	2
2. PROBLÉMATIQUE DE L'ÉTUDE	6
3. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE.....	7
4. MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE.....	8
4.1. <i>Considérations préliminaires</i>	8
4.2. <i>Sous-secteurs retenus</i>	9
4.3. <i>Méthodes de collecte des données</i>	9
4.4. <i>Traitement et analyse des données</i>	11
5. PRÉ-SÉLECTION DES SOUS SECTEURS.....	12
5.1. <i>Justification du choix des plats préparés</i>	12
5.2. <i>Justification du choix de l'alimentation des produits aquacoles à base de FHP</i>	13
5.3. <i>Justification du choix des naissains et des alevins pour l'aquaculture</i>	13
5.4. <i>Justification du choix de l'oméga 3</i>	13
5.5. <i>Autres produits (Catégorie 2)</i>	13
6. RÉSULTATS DE L'ANALYSE.....	14
6.1. <i>Esquisse générale du secteur</i>	14
7. CHAÎNE DE VALEUR ET CARTOGRAPHIE DU SECTEUR (PRODUITS DE LA CATÉGORIE 1).....	22
7.1. <i>Chaîne de valeur des plats préparés</i>	23
7.2. <i>Chaîne de valeur du pâté de poisson</i>	25
7.3. <i>Chaîne de valeur de base de l'huile et farine de poissons</i>	25
7.4. <i>Aquaculture</i>	29
7.5. <i>Chaîne de valeur de l'Oméga 3</i>	32
8. CHAÎNES DE PRODUCTION ET CARTOGRAPHIE DES PRODUITS DE LA CATÉGORIE 2	34
8.1. <i>Chaîne de valeur de l'activité de congélation</i>	34
8.2. <i>Chaîne de valeur de l'activité de conserve de poisson</i>	36
8.3. <i>Conclusion</i>	37
9. ENVIRONNEMENT NATIONAL DES AFFAIRES	39
9.1. <i>Perspectives de développement de l'environnement national du secteur – Plan Halieutis</i>	39
9.2. <i>Principaux projets de coopération dans le secteur des produits de la mer</i>	40
9.3. <i>Structures et procédures de suivi et de contrôle de l'industrie</i>	40
9.4. <i>Structures de recherche halieutique : Institut National de Recherche Halieutique (INRH)</i>	43
9.5. <i>Cas particulier du Sous-secteur de l'aquaculture</i>	44
9.6. <i>Accords de pêche conclus par le Maroc</i>	45
9.7. <i>Conclusion</i>	46
10. MARCHÉ MONDIAL DES PRODUITS AQUATIQUES.....	47
10.1. <i>Les prévisions de l'OCDE et de la FAO pour la période 2011 - 2020</i>	47
11. ANALYSE SWOT DE LA CHAÎNE DE VALEUR.....	49
11.1. <i>Analyse SWOT des produits</i>	49
11.2. <i>Conclusion</i>	51
12. CONCLUSION GÉNÉRALE ET RECOMMANDATIONS	53
CHAPITRE 2. RAPPORT DES PROFILS D'ENTREPRISES.....	58
13. INTRODUCTION.....	58
14. OBJECTIFS DES PROFILS DES ENTREPRISES	58
15. MÉTHODOLOGIE – COLLECTE DES DONNÉES.....	58
16. MÉTHODOLOGIE – ADMINISTRATION DES QUESTIONNAIRES	59
17. SYNTHÈSE DES RÉSULTATS.....	60
18. ANALYSE ET COMMENTAIRE DES ÉVALUATIONS.....	62
19. PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES DÉBATTUES.....	62
20. RÉSUMÉ CONCLUSIF.....	63
CHAPITRE 3. RAPPORT SUR LES ASPECTS ENVIRONNEMENTAUX.....	67

21.	PRÉAMBULE.....	67
22.	RAPPEL DES VOILETS DU PROGRAMME EDEC ET SON CADRE LOGIQUE.....	67
23.	PROPOSITION D'UN CONTENU DU PRÉSENT LIVRABLE.....	68
24.	CADRE INSTITUTIONNEL ET ASSOCIATIF RELATIFS À L'ENVIRONNEMENT.....	68
24.1.	<i>Législation nationale sur la protection de l'environnement.....</i>	68
24.2.	<i>Structures institutionnelles.....</i>	73
25.	PRÉSENTATION DES SECTEURS D'ACTIVITÉ.....	74
25.1.	<i>Pêche et aquaculture.....</i>	74
25.2.	<i>Sites favorables à l'aquaculture.....</i>	76
25.3.	<i>Agroalimentaire.....</i>	77
26.	EVALUATION DES IMPACTS DES REJETS DU SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER SUR L'ENVIRONNEMENT.....	85
26.1.	<i>Pêche.....</i>	85
26.2.	<i>Agroalimentaire.....</i>	86
27.	CONCLUSION ET ORIENTATIONS.....	89
28.	IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES SECTEURS CIBLÉS PAR LE PROJET EDEC.....	90
28.1.	<i>Secteur des produits de la pêche, relevant du projet EDEC.....</i>	90
29.	STRATÉGIE DE MISE À NIVEAU DES SECTEURS ET PLAN DE MISE EN ŒUVRE.....	92
29.1.	<i>Action 1: Formation et sensibilisation à la réglementation en vigueur et la police de l'environnement.....</i>	93
29.2.	<i>Action 2: Sensibilisation et information des acteurs sur prévention de la pollution et aux technologies de production propre.....</i>	93
29.3.	<i>Action 3: Audits industriels.....</i>	96
29.4.	<i>Action 6 : Contrôle des outils de pêche et du zonage des pêcheries (mailles des filets, ...).....</i>	96
CHAPITRE 4. RAPPORT SUR L'ASPECT GENRE.....		98
30.	RÉSUMÉ EXÉCUTIF.....	98
30.1.	<i>Contexte.....</i>	98
30.2.	<i>Analyse des données.....</i>	98
30.3.	<i>Stratégie genre et jeunes.....</i>	98
30.4.	<i>Indicateurs de performance.....</i>	99
31.	INTRODUCTION.....	100
32.	CONTEXTE.....	101
32.1.	<i>Contexte général genre.....</i>	101
32.2.	<i>Stratégie nationale intégrée de la jeunesse.....</i>	102
32.3.	<i>Contexte du projet EDEC.....</i>	103
33.	ANALYSE DES DONNÉES.....	103
33.1.	<i>Éducation et emploi des jeunes.....</i>	104
33.2.	<i>Emploi des femmes.....</i>	106
33.3.	<i>Entrepreneuriat des femmes et des jeunes.....</i>	107
33.4.	<i>Emploi des femmes et des jeunes dans les secteurs ciblés.....</i>	112
34.	STRATÉGIE GENRE ET JEUNES.....	112
34.1.	<i>Éléments de stratégie.....</i>	112
34.2.	<i>Axe 1 : Intégration verticale des dimensions genre et jeunes.....</i>	113
34.3.	<i>Axe 2 : Intégration transversale des dimensions genre et jeunes.....</i>	116
34.4.	<i>Axe 3 : Suivi continu et évaluation.....</i>	120
34.5.	<i>Axe 4 : Communication interne et externe.....</i>	122
35.	INDICATEURS DE PERFORMANCE.....	123
35.1.	<i>Cadre logique et matrice de mesure des performances de l'axe vertical.....</i>	123
35.2.	<i>Matrice de mesure des performances de l'axe transversal.....</i>	130
CHAPITRE 5. RAPPORT SUR LES MARCHÉS INTERNATIONAUX.....		135
36.	RESUME EXECUTIF.....	135
37.	LES MARCHÉS INTERNATIONAUX DES PRODUITS DE LA MER MAROCAINS.....	136
37.1.	<i>Introduction et méthodologie.....</i>	136
37.2.	<i>Le secteur halieutique marocain.....</i>	137
37.3.	<i>L'aquaculture au Maroc.....</i>	139

37.4.	<i>Conclusions sur le secteur halieutique marocain</i>	140
38.	LES EXPORTATIONS MAROCAINES DE PRODUITS DE LA MER.....	141
38.1.	<i>Évolution des exportations marocaines des produits de la mer</i>	141
38.2.	<i>Principales destinations des produits de la mer marocains</i>	143
38.3.	<i>Les exportations de poissons, crustacés et mollusques (sauf conserves)</i>	148
38.4.	<i>Les exportations de conserves et de semi-conserves</i>	152
38.5.	<i>Les exportations de crustacés et de mollusques préparés ou en conserve</i>	154
38.6.	<i>Les exportations de farine de poisson</i>	154
38.7.	<i>Les exportations d'huile de poisson</i>	156
38.8.	<i>Les exportations d'autres produits non-comestibles de poisson</i>	157
38.9.	<i>Conclusions sur les exportations marocaines de produits de la mer</i>	157
39.	LES GRANDES TENDANCES DES MARCHES MONDIAUX POUR LES PRODUITS DE LA MER MAROCAINS.....	158
39.1.	<i>Le marché mondial des petits pélagiques</i>	159
39.2.	<i>Le marché mondial des céphalopodes</i>	160
39.3.	<i>Le marché mondial de crustacés</i>	162
39.4.	<i>Le marché mondial de poissons blancs</i>	163
39.5.	<i>Le marché mondial de farine et d'huile de poisson</i>	165
39.6.	<i>Conclusions sur les grandes tendances des marchés mondiaux</i>	166
40.	PRINCIPALES EXIGENCES TECHNIQUES ET DE QUALITE DES MARCHES INTERNATIONAUX POUR LES PRODUITS DE LA MER MAROCAINS.....	166
40.1.	<i>Les exigences de l'Union Européenne</i>	166
40.2.	<i>Les exigences des États-Unis</i>	171
40.3.	<i>Conclusions sur les exigences des principaux marchés</i>	172
41.	LES DIFFÉRENTS ACHETEURS ET LEURS PRÉFÉRENCES.....	172
42.	LES OPTIONS DE MARCHÉ POUR LES PRODUITS DE LA MER MAROCAINS.....	173
42.1.	<i>La croissance de la consommation entre 1961 et 2010</i>	173
42.2.	<i>La croissance prévue de la consommation mondiale au XXIème siècle</i>	175
42.3.	<i>L'Afrique : un marché halieutique en pleine expansion</i>	178
42.4.	<i>L'attractivité des marchés pour les produits marocains</i>	178
42.5.	<i>Conclusions sur les principales options de marché</i>	183
43.	CONCLUSIONS GENERALES.....	183
CHAPITRE 6. PLAN DE TRAVAIL SECTORIEL		185
44.	RECOMMANDATIONS POUR LE SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER.....	185
45.	INTEGRATION DES DIMENSIONS GENRE ET JEUNES.....	190
CHAPITRE 7. PLAN DE TRAVAIL EDEC		192
46.	RECOMMANDATIONS POUR LE SECTEUR (RÉSULTAT PRINCIPAL 1).....	192
47.	PROGRAMME DE RENFORCEMENT INSTITUTIONNEL (RÉSULTAT PRINCIPAL 2).....	196
Tableau 1.	Répartition des entreprises de l'échantillon	10
Tableau 2.	Exportations des produits de la pêche en 2013	15
Tableau 3.	Cartographie synoptique du secteur des produits de la mer	19
Tableau 4.	Analyse SWOT de l'activité « Plats préparés »	49
Tableau 5.	Analyse SWOT de l'activité de fabrication de la farine et de l'huile de poisson	49
Tableau 6.	Analyse SWOT de la filière aquacole marocaine	49
Tableau 7.	Analyse SWOT de l'activité « Oméga 3 »	50
Tableau 8.	Tableau de présentation et de mise en œuvre des recommandations	56
Tableau 9.	Tableau synoptique des résultats	60
Tableau 10.	Recommandations pour le secteur des produits de la mer	65
Tableau 11.	Production halieutique nationale	77
Tableau 12.	Activités du secteur agroalimentaire	81
Tableau 13.	Données sur la flotte de pêche (TJB : tonneaux de jauge brute)	85
Tableau 14.	Pollution liquide produite par les industries IAA (y compris les produits de la pêche) non installées sur le littoral	88
Tableau 15.	Activités relatives au résultat intermédiaire n° 1	116

Tableau 16. Activités relatives au résultat intermédiaire n° 2	118
Tableau 17. Activités transversales	120
Tableau 18. Cadre d'analyse logique de l'axe vertical	124
Tableau 19. Matrice de mesure des performances de l'axe vertical	127
Tableau 20. Matrice de mesure des performances de l'axe transversal	131
Tableau 21. Commerce international des produits de la mer (en milliards d'USD), par continents et par principaux pays	158
Tableau 22. Les caractéristiques des marchés attractifs (1)	180
Tableau 23. Les caractéristiques des marchés attractifs (2)	181
Tableau 24. Recommandations pour le secteur des produits de la mer	185
Tableau 25. Intégration verticale des dimensions genre et jeunes	190
Tableau 26. Intégration transversale des dimensions genre et jeunes	191
Tableau 27. Recommandations pour la filière des produits de la mer	192
Tableau 28. Recommandations pour le renforcement institutionnel	196
Figure 1. Matrice de sélection des sous-secteurs prioritaires	8
Figure 2. Exportation de poisson en valeur en 2013	15
Figure 3. Exportation des conserves de poisson en 2013 par région	16
Figure 4. Exportation de semi-conserves de poisson par région en 2013	17
Figure 5. Exportation des produits congelés en 2013 par région	17
Figure 6. Exportation de la farine et de l'huile de poisson en 2013 par région	18
Figure 7. Principales régions aquacoles au Maroc	21
Figure 8. Chaîne de valeur de base de l'exportation de poisson frais	22
Figure 9. Cycle de préparation des plats cuisinés	23
Figure 10. Cycle de première transformation des plats cuisinés	24
Figure 11. Principales étapes dans le processus de base de fabrication de la farine et de l'huile de poisson	26
Figure 12. Cycle de production de <i>Dicentrarchus labrax</i> - système extensif	30
Figure 13. Cycle de production de <i>Dicentrarchus labrax</i> - système intensif	31
Figure 14. Cycle de développement des coquillages	32
Figure 15. Schéma de la distillation moléculaire	33
Figure 16. Cycle de production de l'activité congélation	34
Figure 17. Chaîne de valeur du secteur des produits de la mer	38
Figure 18. Schéma simplifié du processus de certification des captures	43
Figure 19. Volet entreprises et institutions	67
Figure 20. Zone de pêche dans la région de Chaouia-Ouardigha	75
Figure 21. Sites à l'étude pour l'aquaculture	76
Figure 22. Part des exportations de l'agroalimentaire du Maroc	78
Figure 23. Répartition géographique des principales unités agroalimentaires des secteurs exportateurs	79
Figure 24. Localisation des unités de production des produits de la pêche	80
Figure 25. Schéma d'un bilan matière en industrie de transformation	82
Figure 26. Différenciation du littoral en trois zones	86
Figure 27. Partition du littoral en trois parties : celles subissant une forte pression des sources de pollution et celle qui en subit le moins, mais vulnérable	87
Figure 28. Importances relatives des pollutions produites par les industries IAA (t/an, 2013)	88
Figure 29. État actuel de l'aspect environnemental dans la production marocaine	89
Figure 30. Matrice d'impacts: Pêche et produits de la pêche	91
Figure 31. Présentation des interfaces où le forum pourrait être inséré (1)	94
Figure 32. Présentation des interfaces où le forum pourrait être inséré (2)	95
Figure 33. Evolution de la production halieutique marocaine	137
Figure 34. Composition de la production côtière artisanale marocaine	138
Figure 35. Disponibilité de produits de la mer par habitant au Maroc	138
Figure 36. Photos aquaculture au Maroc	139
Figure 37. Principales zones aquacoles prévues au Maroc	140

Figure 38.	Evolution des exportations marocaines par produits (1).....	141
Figure 39.	Evolution des exportations marocaines par produits (2).....	142
Figure 40.	Evolution du Dirham et des prix	142
Figure 41.	Evolution des exportations marocaines selon la destination.....	143
Figure 42.	Principaux importateurs asiatiques de produits de la mer marocains.....	145
Figure 43.	Principaux importateurs africains de produits de la mer marocains.....	146
Figure 44.	Evolution des importations de produits de la mer marocains en Amérique Latine & Caraïbes 147	
Figure 45.	Evolution des importations de produits de la mer marocains en Amérique du Nord	147
Figure 46.	Evolution des exportations marocaines de poissons, crustacés et mollusques (en quantité) 148	
Figure 47.	Evolution des exportations marocaines de poissons, crustacés et mollusques (en valeur)..	148
Figure 48.	Evolution des prix moyens FOB des poissons, crustacés et mollusques exportés	149
Figure 49.	Principaux pays acheteurs.....	149
Figure 50.	Importations et exportations de crevettes.....	150
Figure 51.	Evolution des prix.....	150
Figure 52.	Evolution des exportations, evolution des prix et principaux acheteurs	151
Figure 53.	Evolution des exportations selon les produits.....	152
Figure 54.	Principales destinations des exportations marocaines de conserves de Sardines.....	153
Figure 55.	Evolution des exportations de crustacés et de mollusques	154
Figure 56.	Evolution des prix et pays acheteurs.....	154
Figure 57.	Evolution des exportations de farine de poisson	154
Figure 58.	Evolution des prix et principaux pays acheteurs.....	155
Figure 59.	Evolution des exportations d'huiles de poisson.....	156
Figure 60.	Evolution des prix et pays acheteurs d'huile de poisson.....	156
Figure 61.	Evolution des exportations d'autres produits non-comestibles de poissons.....	157
Figure 62.	Evolution des prix, pays acheteurs.....	157
Figure 63.	Indice des prix des produits halieutiques	159
Figure 64.	Evolution des prix des petits pélagiques	160
Figure 65.	Evolution des prix des céphalopodes.....	161
Figure 66.	Evolution du prix des crevettes.....	162
Figure 67.	Evolution des prix des démersaux.....	164
Figure 68.	Evolution des prix de la farine et de l'huile de poisson.....	165
Figure 69.	Localisation des postes d'inspection aux frontières en Espagne.....	169
Figure 70.	Le formulaire EUR-MED.....	169
Figure 71.	Pays ayant des accords préférentiels de commerce avec l'UE	170
Figure 72.	schéma de la procédure d'importation aux États Unis	172
Figure 73.	Evolution de la consommation par habitant.....	173
Figure 74.	Croissance de la consommation mondiale et par continents de produits halieutiques.....	174
Figure 75.	Evolution prévue de la démographie par continent	175
Figure 76.	Evolution de la population mondiale selon l'ONU	176

Note

Sauf indication contraire, le terme dollars (\$) ou \$E.-U.) s'entend dans tous les cas de dollars des États-Unis, et le terme tonnes de tonnes métriques.

Les abréviations suivantes ont été utilisées :

ACDI	Agence canadienne de développement international
ADERE	Agence de développement des énergies renouvelables
AFD	Agence Française de Développement
AFEM	Association de femmes cheffes d'entreprises au Maroc
ALE	Accord de libre échange
AMA	Association Marocaine de l'Aquaculture
AMASCOP	Association Marocaine de la Semi Conserve de Poisson
ANAFAP	Association Nationale des Fabricants de Farine et d'Huile de Poisson
ANAPEC	Agence nationale de promotion de l'emploi et des compétences
ANDA	Agence Nationale pour le Développement de l'Aquaculture
ANICOM	Association Marocaine des Industries de la Congélation des Produits de la Mer
ANPME	Agence nationale de promotion des petites et moyennes entreprises
APROMER	Association Marocaine des Exportateurs des Produits de la Mer
ASMEX	Association marocaine des exportateurs
BSG	Budgétisation sensible au genre
BTP	Bâtiments et Travaux Publics
CEDAW	Convention pour l'élimination de toute forme de discrimination à l'égard des femmes
CESE	Conseil économique, social et environnemental
CFC	Common Fund for Commodities
CGEM	Confédération Générale des Entreprises du Maroc
CMPE	Centre marocain de promotion des exportations
CMPP	Centre Marocain de Production Propre
DBO5	Demande chimique en oxygène pendant cinq jours d'incubation
DCO	Demande chimique en oxygène
DE	Département de l'environnement
DH (ou MAD)	Dirham Marocain
DPCC	Direction du partenariat, de la coopération et de la communication
DPM	Département de la Pêche Maritime
DRH	Direction des ressources humaines
DSPR	Direction de la Surveillance et de la Prévention des risques
EACCE	Établissement Autonome de Contrôle et de Coordination des Exportations
EDEC	Développement des exportations pour la création de l'emploi
EnACT	Renforcement des capacités commerciales des pays arabes
EPI	Export Potential Index (outil développé par l'ITC pour mesurer le potentiel à l'exportation des produits)
ESPOD	Espace point de départ
FAO	Food and Agriculture Organization
FEDIC	Fédération des industries du cuir
FENAGRI	Fédération nationale de l'agroalimentaire

FENIP	Fédération Nationale des Industries de Transformation et de Valorisation des Produits de la Pêche auprès de la CGEM
FHP	Farine et Huile de Poisson
FICOPAM	Fédérations des industries de conserve des produits agricoles du Maroc
FIPROMER	Fédération Industrielle des Produits de la Mer
FNE	Fond National de l'environnement
GAR	Gestion axée sur les résultats
GRH	Gestion des ressources humaines
HCP	Haut Commissariat au Plan
HG	Huiles et graisses
IAA	Industries agro-alimentaires
IAC	Institutions d'appui au commerce
ICRAM	Initiative concertée pour le renforcement des acquis des marocaines
IES	Institutionnalisation de l'égalité entre les sexes
IMANOR	Institut Marocain de Normalisation
INRH	Institut National de Recherche Halieutique
IQF	Individually Quickly Frozen (Rapidement congelé individuellement)
ITC ou CCI	Centre de Commerce International (CNUCED/OMC)
MAECD	Ministère des affaires étrangères, commerce et développement Canada
MCC	Millennium Challenge Corporation
MCINET	Ministère du Commerce, de l'Industrie, et des Nouvelles Technologies
MDH	Million de dirhams marocains
MEF	Ministère de l'économie et des finances
MES	Matières en suspension
NC	Non communiqué – Non connu
NDC	Note Du Consultant
OMD	Objectifs du Millénaire pour le développement
OMPIC	Office marocain de la propriété industrielle et commerciale
ONE	Office National d'Électricité
ONG	Organisation non gouvernementale
ONP	Office National des Pêches
ONSSA	Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires
PDG	Président Directeur Général
PIB	Produit Intérieur Brut
PME	Petite et moyenne entreprise
PMI	Petite et moyenne industrie
PMO	Programme à moyen terme
PNPPI	Programme National de prévention de la pollution industrielle
PTF	Partenaire technique et financier
SI	Système d'information
SIBE	Site d'intérêt biologique et écologique
SNIJ	Stratégie nationale intégrée de la jeunesse
STEP	Station d'épuration des eaux usées
STIM	Sciences-Technologie-Ingénierie et Mathématiques
TIC	Technologies de l'information et de la communication
TPE	Toute petite entreprise

UNESCO Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
UNICOP Union Nationale des Industries de la Conserve de Poisson
VLR Valeur limite de rejet

Introduction

Le Projet de développement des exportations pour la création de l'emploi (EDEC) au Maroc est le résultat d'un partenariat réussi entre : i) le Ministère chargé du commerce extérieur, en tant que point focal du projet et représentant les parties prenantes au Maroc ; ii) le Gouvernement du Canada en tant que bailleur de fonds qui a mis à la disposition du projet les fonds nécessaires à sa mise en œuvre ; et iii) le Centre du commerce international (ITC), organe des Nations Unies (ONU) et de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), en tant qu'agence chargée d'exécution du projet.

Cette initiative a comme objectif final de contribuer aux efforts du gouvernement marocain à créer des emplois durables et de qualité, notamment au profit des femmes et des jeunes, par la promotion et le développement des exportations dans 3 secteurs identifiés par les autorités marocaines comme porteurs. Il s'agit des secteurs des produits agroalimentaires, des produits de la mer et du cuir.

Le Projet EDEC est conçu en concordance avec les des différentes stratégies sectorielles et autres telle que « Maroc Export Plus » développées par les autorités marocaines. Il vient en complément et en synergies avec les différentes initiatives et programmes déjà en route dans le pays.

Le Centre du commerce international (ITC), agence d'exécution du projet, visera principalement à atteindre les deux résultats suivants :

- Accès aux marchés d'exportation amélioré pour les Petites et moyennes entreprises (PME), les Très petites entreprises (TPE) et les coopératives, notamment celles gérées par ou employant des femmes et des jeunes.
- Prestations des institutions d'appui au commerce (IAC) et des conseillers à l'exportation améliorées dans les secteurs ciblés par le projet en soutien aux PME, particulièrement celles opérées par ou employant des femmes et des jeunes.

La durée de mise en œuvre est de quatre ans et trois mois y compris une période de six mois nécessaires à la phase préparatoire. Le projet sera clôturé le 30 juin 2017.

Le Ministère chargé du commerce extérieur et point focal de l'ITC pour ce projet, lui fournira toutes les facilités nécessaires à l'exercice de sa mission.

Dans le cadre de l'amélioration de l'accès au marché d'exportation pour les PME, TPE et les coopératives (le premier résultat visé), une analyse sectorielle pour chaque secteur est effectuée. Celle-ci inclue des études de la chaîne de valeur, de marché, de l'aspect genre et jeunes et environnement. La feuille de route de chaque secteur constitue en un rapport unique incluant les études précédemment mentionnées, le plan de travail sectoriel, et le plan de travail EDEC.

Chapitre 1. Rapport de l'analyse de la chaîne de valeur

1. RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Le littoral marocain s'étend sur 3.500 kilomètres environ et donne sur la mer méditerranée au nord et l'océan atlantique à l'ouest. Ses eaux sont parmi les plus poissonneuses au monde et recèlent d'espèces variées et riches dont certaines, comme la sardine pilchardus sont appréciées dans le monde entier. Un rapport de la FAO attribue au Royaume la première place dans le monde arabe et en Afrique en matière de pêche de poissons et de fruits de mer. A l'échelle internationale, le Maroc est classé 18e avec 4% de la production mondiale des poissons, selon le même rapport. La production halieutique du Maroc s'est élevée à plus d'un million de tonnes en 2013, un record dû à une seule espèce, la sardine dont le Maroc est à la fois le premier producteur et exportateur à l'échelle mondiale.

L'on doit alors s'attendre, en toute logique, à ce que la consommation de poisson au Maroc soit des plus élevées au monde et que les industries liées à cette richesse halieutique soient parmi les plus prospères au pays. Cependant, les statistiques révèlent que la consommation nationale annuelle de poisson est d'environ 12 kilogrammes par habitant seulement contre une moyenne mondiale de 16 kilogrammes. En même temps, les activités liées à l'industrie du poisson et des autres ressources halieutiques ne représentent qu'environ 2,5% du PIB national et plusieurs des entreprises du secteur vivent des conditions difficiles.

En outre, une partie des richesses halieutiques du Maroc continue d'être exploitée par les flottes d'autres pays dans le cadre d'accords de pêche ou exportée sans aucune transformation. Bien que cette tendance soit en baisse depuis quelques années, cela représente indubitablement un important manque à gagner tant en termes d'emploi, alors que le taux de chômage parmi les jeunes est assez élevé, qu'en termes de valeur ajoutée nationale qui reste très faible pour de nombreux sous-secteurs.

Comment ce paradoxe s'explique-t-il? En d'autres termes, comment un pays dont la richesse halieutique le prédispose à être parmi les plus prospères en termes de consommation nationale, de valorisation et d'exportation, affiche des résultats aussi modestes en la matière? Quels sont les obstacles qui bloquent le développement de ce secteur? Comment est-il possible de les surmonter? Quels sont les produits que le pays pourrait développer pour mieux se positionner sur l'échiquier international de l'industrie et sur quels marchés gagnerait-il à les promouvoir davantage bien que les produits marocains soient présents sur plus de 150 marchés étrangers?

La présente étude s'est attelée pour tâche de contribuer à répondre à ces questions. Pour ce faire, une enquête à la fois documentaire et sur le terrain a été menée auprès de personnes-ressources, mais également auprès d'un échantillon de 24 entreprises représentant les différents sous-secteurs d'activité de l'industrie des produits de la mer et positionnées à différentes étapes de la chaîne de valeur et à différentes régions du pays.

D'emblée, il a été décidé de limiter l'étude à un nombre réduit de produits relevant des sous-secteurs de l'industrie. Ainsi, deux catégories de produits ont été retenues : une catégorie 1 composée de nouveaux produits dont le pâté de poisson et les plats préparés à base de pélagique et de poulpe, de naissains et alevins et de produits d'alimentation pour l'aquaculture et, enfin de l'huile de l'oméga 3; une catégorie 2 renfermant les produits traditionnels disposant d'un potentiel de développement pourvu qu'ils fassent l'objet d'une certaine innovation en termes de design, d'emballage ou tout simplement de promotion.

Ensuite, les chaînes de valeur des principales activités retenues dans cette étude ont été présentées à grands traits et leurs principales étapes identifiées. De même, les difficultés majeures auxquelles les industriels de ces sous-secteurs disent être confrontés ont été rapportées et expliquées quant à leur nature et, chaque fois que cela a été possible, quant à leur portée également.

Ainsi, en amont des chaînes de valeur et au-delà de leur grande diversité, il semble que pour la plupart des sous-secteurs, la principale difficulté réside dans l'irrégularité et la qualité des approvisionnements dues à divers facteurs dont notamment, mais pas exclusivement, des facteurs climatiques. L'absence d'un système fluide d'achat et de transport des matières achetées contribue également à exacerber la situation.

Par rapport à la chaîne de valeur elle-même, il convient de noter la rigidité du processus de production qui, si elle contribue à augmenter la productivité des sous-secteurs par l'effet de l'expérience, va souvent à l'encontre de tout effort d'innovation. En plus, la vétusté de l'outil de production de certaines entreprises du secteur ainsi que d'une partie de la flotte de pêche, annihile souvent, voire contrebalance, le gain de productivité par l'expérience.

S'agissant d'activités fortement liées à l'alimentation humaine, et également animale pour ce qui est de la FHP, la nécessité de procéder à des contrôles et analyses stricts à tous les niveaux de la chaîne de valeur et même au-delà, va en se renforçant. Or, à part quelques contrôles de base, la plupart des entreprises du secteur ne disposent pas de moyens pour ce faire. Au-delà des coûts et délais que la sous-traitance de ces contrôles et analyses occasionne et qui grugent la compétitivité de l'industrie nationale, une telle absence rend difficile le développement de nouvelles activités nécessitant une analyse continue et en temps réels de la qualité des produits fabriqués.

En aval de la chaîne de valeur, l'industrie dans son ensemble souffre des conditions logistiques et de transport qui, quand elles ne sont pas insuffisantes ou de mauvaise qualité, sont trop onéreuses et grugent la compétitivité de l'industrie. Cette faiblesse se trouve exacerbée dans le cas des unités de transformation situées en régions éloignées des principaux ports et aéroports (pour les produits frais) convenablement équipés. Ces conditions empêchent souvent les industriels marocains de profiter de l'effet de proximité avec les marchés traditionnels et de pénétrer de nouveaux marchés. Les coûts sont en effet élevés pour le transport des marchandises sur les premiers et les lignes de transport souvent absentes sur les seconds. À ces coûts, s'ajoutent également ceux de l'énergie jugés prohibitifs pour nombre d'industriels interrogés.

L'étude a porté également sur l'environnement national du secteur des produits de la mer. Ce dernier présente de nombreux avantages pour les industries du secteur, mais n'en recèle pas moins d'inconvénients qui appellent à être corrigés. Ainsi, au registre des avantages, les performances du secteur ne cessent de s'améliorer et le marché aussi bien national qu'international reste très demandeur des produits marocains. En outre, les autorités marocaines manifestent une volonté ferme d'améliorer davantage l'industrie des produits de la mer en mettant en place un programme fort ambitieux, Halieutis, qui doit faire de cette industrie une véritable locomotive du développement économique du pays. En plus des entités d'appui et de contrôle déjà en place et dont le rôle a été renforcé (ONSSA, EACCE, DPM, etc.), d'autres organismes comme l'ANDA ont été nouvellement créés pour pallier les insuffisances constatées en matière d'encadrement et de soutien.

Outre ces programmes et organismes, des accords de partenariats et de coopération bilatérale et multilatérale sont mis en branle pour aider davantage l'industrie à se moderniser et à se doter des moyens nécessaires à son développement. Les accords de pêche avec accès à la ressource signés avec l'Union européenne, la Russie et le Japon, renferment tous des dispositions permettant à l'industrie nationale de profiter de l'assistance technique et souvent également financière de ces partenaires.

Dans le répertoire des inconvénients, il y a lieu de citer, encore une fois, les problèmes liés à l'approvisionnement en ressources halieutiques. Ainsi, les accords de pêche, malgré leurs avantages indéniables, sont souvent accusés de dilapider la ressource nationale. Plusieurs pêcheurs disent être incapables de concurrencer les bateaux étrangers qui sont beaucoup plus performants et qui ont une capacité de capture plus élevée que celle des nationaux.

Les organes de contrôle et d'appui de l'industrie sont également perçus parfois comme des freins au développement de l'industrie. Le côté coercitif de leur mission les met parfois en porte-à-faux par rapport à leur rôle de soutien des entreprises. Ces dernières appellent à cet égard les organismes en question à plus de communication, mais également à plus de souplesse et surtout de coordination entre eux-mêmes. L'idée de créer un guichet unique à l'exportation dans les ports et les aéroports est souvent citée pour éviter une perte de temps et d'argent.

Les industriels du secteur soulèvent également la réticence des banques à leur consentir des crédits susceptibles de leur permettre de financer l'achat de nouveaux équipements et de faire face aux besoins de leur fonctionnement régulier.

Par rapport à l'environnement international, un certain nombre de grandes tendances du secteur des produits aquatiques peut être observé. Il s'agit notamment des tendances suivantes:

- Développement de l'aquaculture mondiale et accroissement de sa part dans les apports halieutiques : de 2005 à 2012, elle est passée, selon la FAO, de 32 à 40 %, (46 % si l'on ne considère que les produits aquatiques destinés à la consommation humaine directe). L'Asie, et surtout la Chine, est à l'origine de 89 % de la production.
- Poursuite de l'augmentation des échanges commerciaux de produits de la mer, dans un contexte de raréfaction des ressources, de libéralisation du commerce international, et de délocalisation en Asie, Amérique du Sud, Europe centrale et orientale ou encore au Maghreb de certaines activités de transformation.
- Accroissement de la consommation mondiale estimée par la FAO à 19,2 kg/personne/an pour l'année 2012, et apparition de nouveaux consommateurs de produits de haut de gamme dans certains pays émergents.
- Forte hausse des coûts de production, l'approvisionnement en matières premières étant un problème crucial.
- Prolifération de labels et certifications écologiques, et nombreuses initiatives prises par les opérateurs (producteurs, grande distribution) en faveur de pratiques de pêche et d'aquaculture durable. L'offre de produits « bio », bien qu'encore restreinte, tend à se développer.
- Efforts d'innovation de la filière, européenne notamment, en faveur des produits de service, présentés dans des packagings attractifs, pour élargir les occasions de consommation, avec pour mots clefs santé, fraîcheur et saveur

C'est pour ainsi dire que, globalement, l'environnement international reste assez favorable au développement de l'industrie marocaine des produits de la mer. Mais, l'on peut se demander si cette industrie a ce qu'elle faut pour qu'elle puisse profiter d'un tel environnement. L'analyse de la chaîne de valeur de cette industrie révèle de nombreuses potentialités, mais également, d'innombrables difficultés qui empêchent son développement. Parmi les forces les plus notables de cette industrie, on peut énumérer les suivantes :

- Savoir-faire des industriels et maîtrise des techniques de production.
- Forte motivation pour aller de l'avant et développer davantage cette industrie à travers l'introduction de nouveaux produits et de nouvelles combinaisons d'ingrédients.
- Main d'œuvre qualifiée dans les activités régulières et peu onéreuse, ce qui contribue à augmenter la compétitivité de toute l'industrie.
- Disposition des industriels à s'ouvrir sur d'autres marchés à l'exportation et prise de conscience des forces des pays concurrents comme le Chili, le Pérou et la Turquie.

Cependant, les principales faiblesses suivantes contrecarrent les efforts de développement de l'industrie :

- Faiblesses financières empêchant la modernisation de l'outil de production et son adaptation aux nouvelles activités.
- Les compétences et qualifications de la main d'œuvre actuelle sont limitées aux métiers traditionnels de la transformation de poisson et sont d'un niveau technique et scientifique relativement bas.
- L'outil de production actuel est relativement vétuste et n'est pas toujours adaptable pour permettre la fabrication de nouveaux produits. Par exemple, l'outil de production de l'industrie de la conserve de poisson est aménagé autour de la technique de la mise en boîte et du sertissage. La conservation selon d'autres procédés, nécessite la mise en place d'un nouvel outil ou, à tout le moins, de nouveaux procédés de production.
- La quasi-absence de laboratoires en place pour effectuer les contrôles et analyses demandés par les acheteurs étrangers. Cela constitue également une source de coût et d'allongement des délais de production et de livraison et rend presque impossible le lancement dans des activités nécessitant des analyses en continu des produits fabriqués.
- L'absence d'un service de recherche et développement dans toutes les entreprises visitées. Cela est de nature à ne pas favoriser l'innovation et le développement de nouveaux produits.

- La faible observation des conditions d'hygiène dans certaines entreprises visitées. Certaines d'entre elles ont même renoncé à se faire certifier pour ne pas investir dans la mise en place d'un système rigoureux de respect des conditions d'hygiène.
- Faible connaissance des procédés d'emballage autres que ceux actuellement utilisés dans l'entreprise.
- Faible connaissance des procédures d'exportation et de dédouanement des marchandises, d'où les litiges avec la douane dont certains industriels se plaignent.
- Absence dans plusieurs des entreprises visitées d'un service export dotés de véritables compétences en la matière.

Au-delà de ces forces et faiblesses, l'industrie évolue dans un environnement qui recèle de nombreuses opportunités, mais également certaines menaces à prendre en considération dans toute stratégie de développement du secteur et de l'industrie. Parmi les opportunités on peut énumérer les suivantes :

- Les ressources halieutiques marocaines sont abondantes à la faveur d'un littoral s'étendant sur quelque 3500 km. En plus, la qualité du poisson marocain est appréciée dans le monde entier. Cela confère une image très positive des produits marocains à l'exportation, image sur laquelle il faudra capitaliser pour exporter plus et mieux.
- La demande pour le poisson est en hausse presque partout dans le monde à telle enseigne que certains industriels marocains disent que le problème de l'industrie marocaine des produits de la mer est un problème d'offre et non de demande.
- Prise de conscience des autorités de l'importance de développer l'industrie et de renforcer sa vocation exportatrice, de même que de renforcer l'importance de la valeur ajoutée localement.
- Existence de nombreuses possibilités de synergies avec les autres industries marocaines et en particulier avec les industries agroalimentaire, pharmaceutique et biotechnologique, voire chimique et para-chimique pour la production de nombreux nouveaux produits dont l'oméga 3, les plats préparés, les tartinades de poisson, etc.
- Forte demande dans les pays étrangers pour les nouveaux produits à base de poisson à la faveur du « manger santé ».
- Les efforts de développement de nouveaux produits pourront capitaliser sur la richesse de la cuisine marocaine pour développer de nouvelles combinaisons de produits typiquement marocains.
- Plusieurs possibilités d'intégration en aval comme dans l'industrie de la fabrication de la farine et de l'huile de poisson qui peut se diversifier dans la fabrication de fertilisants (à base de pelure de crevettes) ou d'oméga 3 par exemple à condition de garantir l'approvisionnement des unités de transformation en matières premières.

Les menaces qui pèsent sur l'industrie sont également nombreuses. Les suivantes en sont juste quelques-unes parmi les plus importantes :

- La menace la plus sérieuse a trait à l'irrégularité de l'approvisionnement qui rend tout effort de planification de la production et tout engagement sur des délais de livraison aléatoires.
- Les conditions logistiques et de transport sont à améliorer. Elles constituent souvent un frein au développement de l'industrie et certainement une source de coûts qui gruge la compétitivité des produits marocains.
- L'industrie de l'emballage est également un autre frein au développement de l'industrie tant qu'elle ne cherche pas à développer de nouvelles solutions plus à même de répondre aux conditions des marchés étrangers.
- Beaucoup d'efforts et certainement de progrès ont été déployés de la part des autorités et des opérateurs pour améliorer l'environnement des affaires et les relations avec l'administration. Néanmoins, il est nécessaire d'aller encore plus loin dans ces efforts et en particulier dans celui de faciliter davantage les procédures d'agrément, de contrôle et d'exportation. La création d'un guichet unique est souvent avancée par les industriels pour faciliter ces procédures.

- Faiblesse et, parfois même absence, de structures de formation à certains métiers importants pour l'industrie surtout en région. Le développement de nouveaux produits nécessitera certainement de remédier à cette lacune en trouvant des solutions indépendantes du paiement par les entreprises bénéficiaires de la taxe professionnelle.
- Certains industriels parlent d'une « timidité commerciale » à l'exportation. Un effort est à déployer à cet égard pour former et encadrer les industriels sur les marchés étrangers; effort qui doit aller bien au-delà de la participation aux salons spécialisés à l'étranger. Un programme complet et intégré de formation gagnerait à être mis en œuvre pour préparer les industriels et leurs cadres à mieux vendre sur les marchés étrangers.

Le rapport se termine sur la suggestion d'un ensemble de recommandations et d'actions allant dans le sens de permettre le développement de l'industrie. Il s'agit succinctement des principales recommandations suivantes :

- Régularisation des approvisionnements à travers notamment la modernisation de la flotte, le respect du repos biologique pour les espèces concernées, la lutte contre la capture des juvéniles et un plus grand contrôle au débarquement et à la criée.
- Instauration d'une communication régulière et fluide avec les autorités de tutelle.
- Renforcement des infrastructures d'analyses laboratoires.
- Formation d'une main d'œuvre compétente dans les métiers du poisson.
- Renforcement de l'infrastructure portuaire du pays.
- Développement de nouveaux produits et de nouveaux emballages à l'exportation.
- Encouragement de la formation de clusters spécialisés dans les métiers du poisson.
- Encouragement et meilleur encadrement de la transformation des co-produits.
- Étude des tendances des marchés étrangers en quête d'identification des nouveaux goûts et attentes des consommateurs étrangers.
- Organisation de plus de formations à la gestion des exportations
- Encouragement de la formation de consortiums complémentaires entre les industriels du poisson et de produits complémentaires.
- Encouragement de la mise en relation et de partenariats entre les négociants spécialisés et les industriels du poisson.
- Encouragement et appui à l'ouverture d'antennes et de points de vente à l'étranger.

2. PROBLÉMATIQUE DE L'ÉTUDE

Le littoral marocain s'étend sur plus de 3.500 kilomètres et donne sur la mer méditerranée au nord et l'océan atlantique à l'ouest. Ses eaux sont parmi les plus poissonneuses au monde et recèlent d'espèces variées et riches dont certaines, comme la sardine pilchardus sont appréciées dans le monde entier. Un rapport de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) attribue au Royaume la première place dans le monde arabe et en Afrique en matière de pêche de poissons et de fruits de mer. A l'échelle internationale, le Maroc est classé 18e avec 4% de la production mondiale des poissons, selon le rapport de la FAO. La Chine vient en tête des pays producteurs avec 12,2 millions de tonnes, suivie de l'Indonésie, des Etats-Unis, du Pérou, de la Russie et du Japon. La production halieutique du Maroc s'est élevée, selon la FAO, à un million de tonnes. Ce record est dû à une seule espèce, la sardine dont le Maroc est à la fois le premier producteur et exportateur à l'échelle mondiale¹.

L'on doit alors s'attendre, en toute logique, à ce que la consommation de poisson au Maroc soit des plus élevées au monde et que les industries liées à cette richesse halieutique soient parmi les plus

¹ <http://www.maghrebemergent.com/actualite/breves/fil-maghreb/item/38050-le-maroc-premier-producteur-arabe-et-africain-de-poissons-fao.html>. Site consulté le 14 septembre 2014.

prospères au pays. Cependant, les statistiques révèlent que la consommation nationale annuelle de poisson est d'environ 12 kilogrammes par habitant seulement contre une moyenne mondiale de 16 kilogrammes. En même temps, les activités liées à l'industrie du poisson et des autres ressources halieutiques ne représentent qu'environ 2,5% du PIB national et plusieurs des entreprises du secteur vivent des conditions difficiles.

Pire encore, une bonne partie des richesses halieutiques du Maroc est, soit exploitée par les flottes d'autres pays dans le cadre d'accords de pêche, soit exportée sans aucune transformation. Cela représente indubitablement un important manque à gagner tant en termes d'emploi, alors que le taux de chômage parmi les jeunes est assez élevé, qu'en termes de valeur ajoutée nationale qui reste très faible pour de nombreux sous-secteurs.

Comment ce paradoxe s'explique-t-il? En d'autres termes, comment un pays dont la richesse halieutique le prédispose à être parmi les plus prospères en termes de consommation nationale, de valorisation et d'exportation, affiche des résultats aussi modestes en la matière? Quels sont les obstacles qui bloquent le développement de ce secteur? Comment est-il possible de les surmonter? Quels sont les produits que le pays pourrait développer pour mieux se positionner sur l'échiquier international de l'industrie et sur quels marchés gagnerait-il à les promouvoir?

C'est à ces questions et à bien d'autres que s'attèle de répondre ce rapport.

3. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Les objectifs de cette étude sont dérivés des termes de référence régissant la mission du Consultant. Ces derniers indiquent, en effet, que « Cette initiative [d'effectuer cette étude sectorielle] a comme objectif final de contribuer aux efforts du gouvernement marocain à créer des emplois durables et de qualité, notamment au profit des femmes et des jeunes, par la promotion et le développement des exportations dans 3 secteurs identifiés par les autorités marocaines comme porteurs. Il s'agit [ici du secteur] ... des produits de la mer ».

D'une manière plus spécifique, cette étude vise les objectifs suivants :

- Dresser la radioscopie du secteur tout en en faisant ressortir les principales caractéristiques et les enjeux les plus importants ;
- Etudier le potentiel de certains sous-secteurs à l'exportation et à la création de plus d'emplois pour les jeunes et les femmes ;
- Identifier et expliquer les principales forces et faiblesses des sous-secteurs retenus ;
- Proposer pour les sous-secteurs retenus des actions et mesures à entreprendre pour optimiser l'exploitation de leur potentiel et distinguer dans le plan d'action entre les mesures et actions à mettre en œuvre par les entreprises elles-mêmes et celles à implémenter par les associations et les pouvoirs publics compétents ;
- Préparer le terrain pour l'étude des marchés étrangers à fort potentiel qui sera effectuée par les Consultants internationaux de l'ITC.

4. MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

4.1. Considérations préliminaires

Les nombreuses discussions du Consultant avec les responsables de la FENIP au sujet de la sélection des sous-secteurs pressentis à bénéficier de l'appui du Programme EDEC lui ont permis de distinguer deux grandes pistes de développement à l'exportation des produits de la mer à l'aide de la matrice d'Igor Ansoff (Figure 1) : les produits existants sur les marchés nouveaux d'une part et, les produits nouveaux sur les marchés existants d'autre part.

Figure 1. Matrice de sélection des sous-secteurs prioritaires

		Marché	
		Existant	Nouveau
Produit	Existant		<ul style="list-style-type: none"> • Conserves • Semi-conserves • Produits congelés y compris crustacés
	Nouveau	<ul style="list-style-type: none"> • Plats préparés : Pâté de poisson et plats cuisinés • Produits aquacoles • Oméga 3 	

L'exclusion du couple (Produit existant – Marché existant) de la considération initiale par le Consultant s'explique par le fait que ce couple est déjà rôdé et les produits de la mer marocains semblent, de l'avis des responsables de la FENIP, très appréciés sur les marchés traditionnels du Maroc. Au fil du temps, les industriels marocains du secteur ont pu, en effet, se conformer aux normes en vigueur sur ces marchés et surtout aux goûts et attentes de leurs consommateurs. De même, la forte concentration des exportations marocaines sur ces marchés appelle à un effort de diversification vers d'autres marchés ne serait-ce que pour réduire la forte dépendance vis-à-vis des marchés traditionnels sans parler de l'énorme potentiel que présente d'autres marchés comme le montre si bien l'Export Potential Index (EPI) de l'ITC (en Annexe).

Le couple (Produit nouveau – Marché nouveau) n'a pas été pris en considération non plus dans cette étude en raison des risques élevés qu'il présente et qu'il serait sage de chercher à éviter. En effet, le choix de ce couple impliquerait pour les industriels marocains du secteur des produits de la mer d'exporter des produits nouveaux et, par conséquent, non suffisamment maîtrisés quant à leur qualité et leur coût sur des marchés peu ou pas connus quant à leurs pratiques d'affaires, les goûts et attentes de leurs consommateurs, les facteurs clés de succès qui y prévalent, etc. Néanmoins, M. Hassan Sentissi, Président de la FENIP, est convaincu qu'il serait tout à fait faisable de promouvoir certains produits nouveaux sur des marchés nouveaux. C'est le cas par exemple du pâté de poisson qu'il serait possible de promouvoir sur certains marchés où le Maroc n'était pas traditionnellement présent comme l'Afrique sub-saharienne et l'Amérique Latine.

Inversement, le choix des couples (Produit existant – Marché nouveau) et (Produit nouveau – Marché existant) bien qu'il présente des risques, offre l'avantage de la maîtrise de l'une ou l'autre des variables du couple. En effet, l'exportation de produits existants sur des marchés nouveaux permet de

tirer profit de la maîtrise de la qualité et des coûts des produits actuellement exportés sur les marchés traditionnels du Maroc. Cela ne dispensera pas cependant les exportateurs de prendre en considération les spécificités des nouveaux marchés dans l'adaptation de leur offre exportable de produits.

L'exportation de produits nouveaux sur les marchés actuels du Maroc si elle présente l'inconvénient de porter sur de nouvelles préparations de produits qui peuvent ne pas être suffisamment maîtrisés, offre l'avantage de les vendre à des clients actuels dont les goûts et les attentes sont connus.

4.2. Sous-secteurs retenus

Suite à des échanges avec les responsables de la FENIP, il est apparu plus pertinent d'utiliser l'appellation "produits" plutôt que "sous secteurs". En effet, étant une fédération composée de sept associations représentant les sous-secteurs de l'industrie, la FENIP ne peut pas choisir quelques sous-secteurs à inclure dans cette étude et en exclure d'autres de crainte de créer des tensions avec les associations membres. Et puisque le délai imparti à cette étude ne permet pas de couvrir tous les sous-secteurs, il serait plus commode de raisonner en termes de produits ou de priorités plutôt que de sous-secteurs. Néanmoins, dans un souci d'homogénéité, nous continuerons dans le présent rapport à parler de sous-secteurs tout en leur donnant une signification plutôt proche des produits et des priorités.

Dans cette perspective, il a été décidé, d'un commun accord avec les responsables de la FENIP, de travailler sur les sous-secteurs suivants :

- Les plats préparés à base de poissons pélagiques et en particulier le pâté de poisson et les plats cuisinés;
- Les produits aquacoles et surtout en amont au niveau de l'alimentation destinée à ces produits et, en particulier, la farine et l'huile de poisson; et enfin,
- L'oméga 3 en tant que nouvelle filière à développer au Maroc.

En outre, une section sera consacrée dans ce rapport aux autres sous-secteurs présentant un certain potentiel (ou un potentiel certain), mais qu'il n'a pas été possible d'inclure dans cette étude faute de temps ou parce que leur réalisation pourrait s'étendre sur une durée excédant celle du programme EDEC.

4.3. Méthodes de collecte des données

La collecte des données s'est effectuée à partir de cinq principales sources :

- Étude documentaire : il ne fait pas de doute que de nombreuses publications de toutes sortes et sur différentes formes de supports existent sur la place et qui traitent de manière quasi-exhaustive de la plupart des questions abordées dans cette étude par rapport au secteur des produits de la mer. En faire fi équivaldrait à perdre un temps précieux à chercher à produire des informations qui existent déjà au lieu de cibler celles qui ne sont pas actuellement disponibles.
- Consultation de personnes-ressources : de nombreuses compétences parfois très précieuses sont accumulées chez les personnes travaillant ou qui ont travaillé directement ou indirectement dans le secteur des produits de la mer. Certaines de ces compétences sont susceptibles de nous éclairer sur des questions et problématiques autrement difficiles à comprendre. Aussi, il a été décidé dans cette étude de prendre en considération les compétences de certaines personnes-ressources qui ont côtoyé les industriels de la profession, et pour certains d'entre eux, qui continuent de le faire au jour le jour.
- Entretiens semi-directifs en face-à-face : bien que les deux méthodes ci-dessus soient très efficaces et fortement recommandées dans toutes les études, rien ne vaut un entretien en face-à-face avec les industriels du secteur qui connaissent le mieux les problématiques, défis et contraintes auxquels ils sont confrontés tous les jours.

- Entretiens semi-directifs au téléphone : avec certaines entreprises situées dans des endroits qu'il n'a pas été possible de visiter faute de temps, des entretiens téléphoniques ont été organisés avec leurs dirigeants.
- Observation : chaque fois que cela a été possible, le Consultant a visité l'usine de l'entreprise pour observer de visu le processus de production. Cependant, certains dirigeants qui ont cependant accepté de répondre aux questions du Consultant, ne l'ont pas autorisé à visiter l'usine, soit parce que cette dernière n'était pas en fonctionnement au moment de la visite, soit pour d'autres raisons comme la confidentialité (par exemple, ne pas voir les noms des clients étrangers quand l'entreprise fait de la sous-traitance pour des marques étrangères).

Pour recueillir les données auprès de cette population, un questionnaire a été fourni par l'ITC, mais que le Consultant a dû alléger et adapter en fonction des besoins de l'enquête et de la nature des entreprises de l'échantillon et des personnes interviewées. Comme il ne s'agit pas d'une étude quantitative, le Consultant a construit, à partir du questionnaire fourni par l'ITC, une grille d'entretien² qui reprend les questions pertinentes à l'étude permettant de collecter les informations appropriées tout en offrant la possibilité de suivre l'interviewé dans son raisonnement ou dans son éventuel développement d'une question d'intérêt. En plus, certaines entreprises ont été réticentes à répondre à certaines questions comme celle relative au chiffre d'affaires.

L'étude a été menée auprès d'un échantillon de 24 entreprises et de nombreux organismes d'appui au secteur des produits de la mer selon la répartition indiquée à la Table ci-après :

Tableau 1. Répartition des entreprises de l'échantillon

Nom	Ville	Création /Début	Activité principale	Effectif perm.	Dont femmes	Dont jeunes	Chiffre d'affaires	Dont export
Frigorifiques Bouzargtoun	Casa	1980	Congélation	500	95%	20%	NC	NC
HAFSA SAMAC	Casa	1993	Congélation	60	58%	5%	50 MDH	50%
SUPPLY CHAIN	Casa	NC	Distribution	2	0	0	35 MDH	100%
PAPILLON DE MER	Casa	1986	Poisson frais	20	5%	0%	10,7 MDH	100%
MARÉE DU SUD	Boujdour	1993	Négoce de poisson	20	5%	0%	7 MDH	0%
EL ADRAOUI	Casa	1990	Pêche artisanale	2	0	0%	NC	NC
KB Fish	Laâyoune	1992	FHP	56	12,5%	0%	NC	100%
COPELIT	Laâyoune	1986/89	FHP	60	33%	15%	NC	NC
SOTRAGEL	Laâyoune	1998/99	FHP	60	4%	30%	56 MDH	38 MDH
SEPOMER	Laâyoune	1994	FHP	65	3%	10%	NC	100%
SOMATRAPS	Laâyoune	1991	FHP	35	6%	0%	NC	100%
LAÂYOUNE PROTÉINE	Laâyoune	1994	FHP	44	5%	5%	76,5 MDH	48,7MDH
LAÂYOUNE ÉLEVAGE	Laâyoune	1994	FHP	34	6%	15%	NC	40%
DIPROMER	Laâyoune	1984	Congélation pélagique	80	60%	20%	NC	NC
SARMA	Laâyoune	2009/10	Négoce poisson	32	80%	20%	NC	95%
HALIEUT PROCESS			Congélation pélagique					
KACEM			Traitement					

² Voir Annexe.

PÊCHE			poisson					
SOCOPO	Laâyoune	1999/01	Congélation de poulpe	30	+50%	8%	NC	99%
IGLO FISH	Laâyoune	1995/97	Congélation	50	40%	40%	NC	95%
MOUSTAKIM	Laâyoune	2006	Congélation	50	25%	0	NC	98%
DCHIRA	Laâyoune	2003	Congélation	50	25%	0	NC	98%
CONSERVES NAGJIR	Laâyoune	2006	Conserves	500	90%	0	NC	NC
NAGJIR PÉLAGIQUE	Dakhla	2012	Mareyage	100	30%	NC	NC	0%
Parc à huîtres Saidi	Oualidia	1990	Ostréiculture	30	50%	NC	NC	NC

Les principaux critères suivants ont été pris en considération dans le choix des entreprises de l'échantillon :

- Variété : le Consultant a sciemment choisi³ des entreprises variées par rapport à
 - Leur taille : le Consultant a inclus aussi bien des entreprises importantes comme les Frigorifiques Bouzargtoun qui emploient plus de 500 personnes, que des TPE comme Supply Chain qui emploie 2 personnes.
 - Leur localisation géographique : bien que le Consultant soit basé à Casablanca, il a retenu dans l'échantillon des entreprises de Laâyoune et de sa région, et d'autres de Tanger et de ses alentours, ainsi que d'autres régions du pays. La durée de l'étude ne lui a pas permis d'étendre l'enquête à d'autres régions connues par la concentration des unités de transformation des produits de la mer comme Safi, Essaouira, Agadir, Tan-Tan, Tarfaya, Sidi Ifni, Larache, etc.
 - Leur position dans la chaîne de valeur : le Consultant a interviewé aussi bien des entreprises de pêche comme El Adraoui, que des transformateurs comme les Frigorifiques Bouzargtoun et des exportateurs comme Supply Chain.
 - Leur caractère formel ou informel.
- Appartenance au secteur des produits de la mer : une précision sémantique de taille mérite d'être faite ici. Si le Consultant s'était limité au secteur des produits de la mer stricto-sensu, il aurait été contraint d'ignorer toutes les activités relevant de l'aquaculture puisque ses produits sont issus de l'élevage « industriel » et non de la capture d'espèces « sauvages ». Cependant, là également, le Consultant s'est limité, pour des contraintes liées au manque de temps, à l'aquaculture dite « marine » et qui est localisée sur le littoral par opposition à l'aquaculture dite « continentale » qui prend place à l'intérieur du pays.

4.4. Traitement et analyse des données

Les données ainsi collectées ont été compilées, affinées et triangulées par rapport à d'autres sources, avant d'être intégrées dans la présente étude. À titre d'exemple, un responsable institutionnel a exprimé son mécontentement chaque fois qu'il voit partir à l'exportation un container de poissons frais, puisque, selon lui, il s'agit d'un manque à gagner pour l'industrie de valorisation nationale. Il aurait souhaité que ce poisson soit valorisé avant son exportation. Or, certaines variétés de poisson ne peuvent être exportées qu'à l'état frais pour être ainsi vendues au consommateur final dans les mares de poisson des grandes surfaces et des poissonneries. Un autre exemple a trait à la farine et huile de poisson qui constituent d'ailleurs l'une des priorités de cette étude à travers leur volet « alimentation aquacole » et huile de l'oméga 3. De l'avis de plusieurs industriels, le gouvernement doit même interdire cette activité du fait qu'elle contribue à la destruction des « ressources halieutiques ». Or, l'examen approfondi de la question montre que cette image « négative » de l'activité vient du fait que certaines unités de fabrication de la farine utilisent du poisson frais

³ Le Consultant note son hésitation à utiliser le verbe « choisir » s'agissant des entreprises du secteur des produits de la mer, vue la forte réticence de plusieurs entreprises à le recevoir en visite et à répondre à ses questions.

« usinable⁴ » au lieu d'en utiliser les déchets et le poisson « non-usinable ». Il s'ensuit que les réponses collectées doivent être systématiquement mises en contexte et comparées avec d'autres avant de les valider.

4.4.1. Représentativité de l'échantillon

Bien qu'un grand soin ait été accordé au choix des entreprises de l'échantillon, ce dernier est loin d'être représentatif de l'industrie des produits de la mer au Maroc. L'idéal aurait été en effet de prendre un nombre représentatif des entreprises de chacun des sous-secteurs de l'industrie, de chacune des régions de concentration des activités liées à cette industrie, de chacune des étapes de la filière de création de la valeur, ainsi que des tailles des entreprises opérant dans cette industrie. Or, les délais impartis à l'étude conjugués avec la réticence de nombre d'entreprises à recevoir le Consultant et à répondre à ses questions et surtout avec la très grande variété d'activités et donc d'entreprises opérant dans l'industrie, ont forcé le Consultant à se suffire d'un échantillon réduit de seulement 24 entreprises.

Néanmoins et en dépit de cette limite, les données collectées montrent, tout de même, des indices de saturation théorique⁵ suggérant l'existence de problématiques transversales dans les entreprises de l'industrie que le Consultant a essayé de dégager dans le présent rapport.

5. PRÉ-SÉLECTION DES SOUS SECTEURS

Les critères justifiant le choix des priorités précitées à savoir :

- Les plats préparés à base de pélagique et de poulpe
- Les produits d'alimentation à base de farine et d'huile de poisson et servant à l'aquaculture
- Les naissains et alevins pour l'aquaculture, et
- L'huile d'Oméga 3

Ont été définis d'un commun accord avec les responsables de la FENIP tout en prenant en considération les contraintes et objectifs du programme EDEC. Dans le reste du rapport, ces produits seront également appelés les produits de la catégorie 1.

5.1. Justification du choix des plats préparés

Le Maroc recèle de grandes réserves de poissons pélagiques dont la Sardine Pilchardus, la Sardinelle, l'Anchois et le Maquereau dont de grandes quantités sont exportées sans valorisation ou sous forme de conserves ou de semi-conserves. Les auteurs du rapport sur les « Voies de valorisation des produits de la mer – Filière halieutique marocaine » (FENIP, 2008) font remarquer avec raison qu'un effort important doit être fait pour la conception et le design de nouveaux types d'emballage pour la conserve et la semi-conserve pour en augmenter la valeur ajoutée et le potentiel commercial. Un effort encore plus important doit être fait au niveau de la conception de nouveaux produits comme les rillettes de thon, le pâté de sardine, les plats cuisinés, etc. pour mieux répondre aux attentes des consommateurs et permettre à l'industrie de monter dans la chaîne de valeur. Aussi, le choix dans cette catégorie de se focaliser sur le pâté de poisson et les plats cuisinés s'explique par trois principales raisons :

- L'abondance du poisson pélagique que le pays a intérêt à valoriser le plus possible pour en augmenter la valeur ajoutée et, partant, le rendement pour l'industrie nationale;
- La facilité technique et le coût relativement bas de se lancer dans la fabrication de ces nouveaux produits dans les délais les plus brefs; et enfin,

⁴ L'appellation « Poisson usinable » s'applique au poisson frais qui peut être congelé, mis en conserve ou valorisé d'une autre manière. Par opposition, « poisson non-usinable » renvoie au poisson avarié ou endommagé du fait de son transport, stockage et manipulation ou dont le taux d'histamine est trop élevé pour l'alimentation humaine.

⁵ On parle de « saturation théorique » dans les travaux de recherche qualitative pour désigner les situations où l'ajout d'une nouvelle unité d'analyse (une entreprise supplémentaire dans notre cas), n'apporte plus assez de nouvelles informations motivant la poursuite de la recherche. On se rend compte alors que le nombre d'unités (ou d'entreprises) de l'échantillon est suffisamment représentatif de la population totale.

- La disponibilité d'un marché porteur pour ces produits à croire le Président de la FENIP, de même que les auteurs de l'étude précitée (FENIP, 2008).

Force est cependant de remarquer qu'il ne s'agit pas là d'une industrie totalement nouvelle. En effet, les responsables de Maroc Export qui ont l'habitude d'encadrer la participation des industriels marocains aux grandes manifestations commerciales internationales, soutiennent que quatre à cinq entreprises seulement comptent actuellement ce genre de produits dans leurs gammes⁶.

5.2. Justification du choix de l'alimentation des produits aquacoles à base de FHP

Il ne fait de doute pour personne au Maroc que le secteur de l'aquaculture dispose d'un énorme potentiel qu'il n'a pas été possible d'exploiter pour différentes raisons dont l'absence d'une véritable volonté politique. Sans cette dernière, il était impossible en effet de venir à bout des nombreuses difficultés environnementales, techniques, financière, réglementaires, etc. qui entravaient son développement. En conséquence, la production annuelle de ce secteur qui a connu de nombreuses difficultés dont la faillite en 2006 de MAROST qui était l'une des plus grandes fermes aquacoles du pays, ne dépassait guère les 300 tonnes.

L'objectif que s'est assigné le Plan Halieutis de porter cette production à 200.000 tonnes, au-delà de la polémique sur son réalisme ou irréalisme, montre si besoin est, que le secteur dispose d'un énorme potentiel qu'il s'agit dorénavant d'exploiter à bon escient. Néanmoins, les nombreuses études sur le secteur dont celle de la FENIP (2010), révèlent que l'une des contraintes les plus difficiles à surmonter en vue de développer le secteur au Maroc réside dans la pénurie, la qualité et le coût de l'alimentation destinée aux produits aquacoles. En effet, le fait de rendre les aliments disponibles pour les fermes aquacoles avec un coût compétitif et une qualité satisfaisante permettra de garantir le succès de ce secteur qui connaît un dynamisme soutenu dans de nombreux pays comme l'Espagne, le Portugal et tout récemment et encore d'une manière spectaculaire la Turquie⁷.

5.3. Justification du choix des naissains et des alevins pour l'aquaculture

Une étude menée en 2010 pour le compte de la FENIP a démontré que l'une des principales raisons qui ont empêché l'aquaculture de se développer au Maroc a trait à la non-disponibilité ou, à tout le moins, à l'insuffisance des naissains et alevins. Aussi, le développement de ces derniers a été choisi comme une priorité du plan Halieutis pour permettre d'approvisionner les fermes aquacoles nationales de manière régulière en naissains et alevins qui sont actuellement importés de l'étranger.

5.4. Justification du choix de l'oméga 3

Cette priorité a été expressément choisie par le Président de la FENIP eu égard à l'intérêt certain qu'elle présente pour le pays. En effet, ce projet permet d'introduire la recherche scientifique dans l'industrie de valorisation tout en augmentant sa valeur ajoutée et sa compétitivité internationale. Bien qu'il n'existe à l'heure actuelle aucune unité de fabrication de l'huile d'oméga 3 au Maroc, l'abondance de l'huile de poisson exportée à l'état brut et qui constitue l'input de base dans le processus de fabrication de l'oméga 3, incite à se demander s'il ne serait pas possible d'aller encore plus loin dans le processus de sa valorisation.

5.5. Autres produits (Catégorie 2)

Comme cela a été précédemment mentionné, de nombreux autres produits et sous-secteurs présentent un intérêt certain pour le Maroc. Il s'agit notamment d'innover en matière d'emballage des produits halieutiques exportés par le Maroc, ainsi que de l'exploitation des co-produits ou des sous-produits (déchets de l'industrie de valorisation des produits de la mer) dont il est possible de fabriquer une panoplie de nouveaux produits (fertilisants, farine de poisson, produits de pharmacopée, etc.). En effet, « Le Maroc a toujours produit des sardines en boîtes, à l'huile ou aux tomates, avec un même

⁶ Interview avec Mesdames Zahra Maâfiri et Nadia El Ghaoui respectivement directrice générale et responsable sectorielle à Maroc Export.

⁷ L'étude sur le terrain auprès des entreprises de FHP révèle que la Turquie est en train de devenir, pour les besoins de ses fermes aquacoles, la principale destination de la farine de poisson exportée par les unités marocaines.

emballage. Rien n'exclut de passer à autre chose pour aller vers des produits fumés, salés, marinés, ... Mais pour cela, un effort au niveau du conditionnement est à fournir. » (Challenge, 24 au 30 mai 2013 : 42). C'est la raison pour laquelle le Consultant a décidé de réserver une section à ces produits.

Ce chapitre s'est attelé à la tâche de justifier le choix des produits et sous secteurs à développer dans le cadre de cette étude. Ainsi, deux catégories de produits ont été retenues : une catégorie 1 composée de nouveaux produits dont le pâté de poisson et les plats préparés à base de pélagique et de poulpe, de naissains et alevins et de produits d'alimentation pour l'aquaculture et, enfin de l'huile de l'oméga 3; une catégorie 2 renfermant les produits traditionnels disposant d'un potentiel de développement pourvu qu'ils fassent l'objet d'une certaine innovation en termes de design, d'emballage ou tout simplement de promotion.

6. RÉSULTATS DE L'ANALYSE

6.1. Esquisse générale du secteur

Le Maroc dispose de deux côtes maritimes s'étendant sur plus de 3.500 kilomètres et donnant sur la mer Méditerranée au Nord et sur l'Océan Atlantique à l'ouest. Sa flotte de pêche côtière et hauturière s'élève à 2.993⁸ bateaux et ses infrastructures portuaires, de stockage et de distribution sont en constante croissance (Maroc Export, 2014). Ces atouts ont valu au royaume de devenir le principal producteur et exportateur des produits de la mer en Afrique et dans le monde arabe.

Au Maroc, le secteur des produits de la mer représente 2 à 3% du PIB avec un grand potentiel de croissance (Oxford Business Group, 2013). Il représente plus de 55% des exportations alimentaires et 16% des exportations totales et fournit plus de 660.000 emplois directs et indirects. Le tonnage débarqué augmente de 20% en moyenne annuellement (21% en 2012), mais sa valeur demeure relativement stable autour de 4,1 milliards de DH (5,56 milliards en 2012 en augmentation de 2% par rapport à 2011). La majeure partie des captures se fait dans la partie sud de l'Atlantique et en particulier entre Agadir et Dakhla avec 63% de la valeur totale des captures en 2012 (OBG, 2013).

Plus de 70% de la participation du secteur au PIB provient de l'exportation de produits traités et/ou valorisés localement par plus de 440 unités de transformation. L'essentiel des exportations en 2013 consistait en produits congelés (45%), en conserves de poisson (30%) et en semi conserves (11%).

Bien que l'Europe soit le marché prioritaire et prépondérant pour les produits de la mer marocains, l'Afrique commence à devenir une destination privilégiée pour ces produits et en particulier pour les conserves dont elle devient le premier marché en 2011 avec des exportations de 46.673 tonnes soit une valeur de 1,27 milliards de DH (OBG, 2013).

Selon l'ONP, le secteur informel dans les produits de la mer était estimé à plus de 30% du volume d'affaires du secteur en 2009, année du lancement officiel du Plan Halieutis (OBG, 2013).

L'analyse du secteur montre que de nombreux industriels sont associés à des étrangers et, en particulier, à des Européens (notamment Espagnols), mais également à des Russes et à des Lituaniens. Cela semble s'expliquer, dans le cas des Européens, par le fait que « pendant de longues années, Bruxelles poussait les armateurs européens, par souci écologique, à se débarrasser de leurs vieux bateaux en finançant 80% de leur achat neuf. » Zniber (2013 : 40-41). Plusieurs parmi ces armateurs se sont associés aux Marocains en faisant apports de leurs vieux bateaux.

6.1.1. Situation en 2013

En 2013, les poissons pélagiques ont continué à doper l'activité de la pêche côtière et artisanale puisqu'ils ont constitué la catégorie de poisson la plus capturée selon les statistiques de l'ONP. Ainsi, les débarquements des poissons pélagiques se sont élevés à plus d'un million de tonnes en hausse de 5% par rapport à 2012. Cependant, c'est en valeur que la hausse a été la plus importante puisqu'elle était de 23% avec plus de 2,42 milliards de DH, soit près de 45% de la valeur de tous les débarquements en 2013. Les espèces qui ont contribué le plus à cette performance sont la sardine,

⁸ Une autre note de présentation du secteur par Maroc Export parle de 27.000 embarcations de pêche côtière et artisanale. Le Consultant en déduit que le premier chiffre n'inclut pas les embarcations artisanales.

l'espadon, le maquereau, le sabre et le chinchard. En revanche, la valeur du thon et des anchois a reculé respectivement de 10 et de 35% pour des quantités également en baisse respectivement de 7 et de 54%.

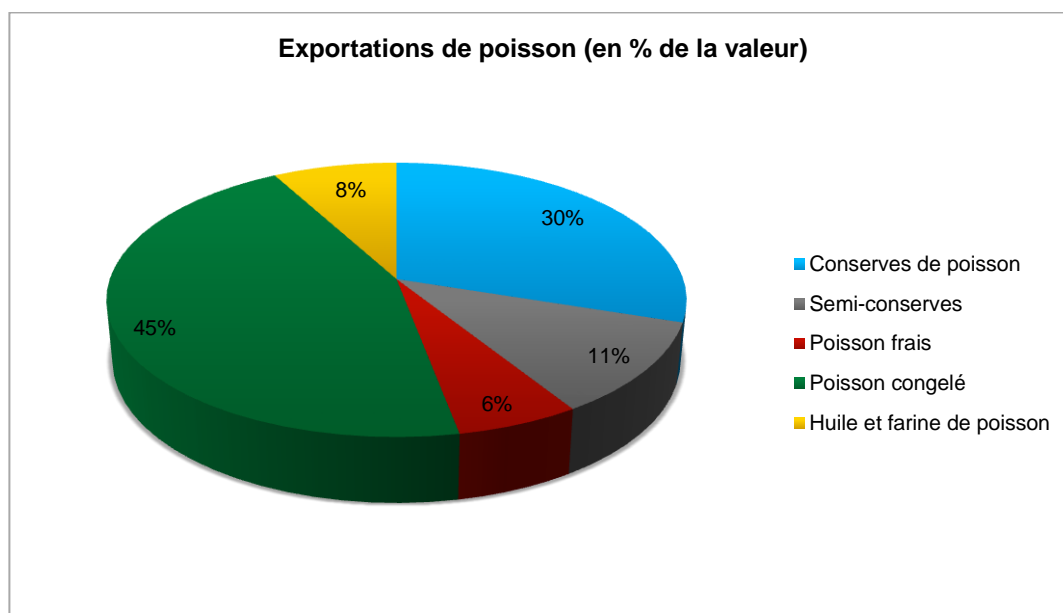
Les céphalopodes, quant à eux, ont connu une évolution contrastée en 2013. Ainsi, si les captures ont enregistré une hausse de 16%, l'espèce a enregistré une baisse en valeur de 12%. En revanche, les crustacés ont baissé de 10% en quantité, mais ont connu une hausse de 8% en valeur (Oudoud, 2014).

Tableau 2. Exportations des produits de la pêche en 2013

Sous-secteurs	Quantité (Tonnes/%)		Valeur (Milliers DH/%)	
	Quantité (Tonnes)	Quantité (%)	Valeur (Milliers DH)	Valeur (%)
Conserves de poisson	125.910	24,00%	4.366.103	30%
Semi-conserves	29.992	5,70%	1.611.133	11%
Poisson frais	14.981	2,89%	841.038	6%
Poisson congelé	265.827	50,59%	6.420.459	45%
Huile et farine de poisson	89.921	17,10%	1.121.784	8%

Source : D'après Maroc Export (2014)

Figure 2. Exportation de poisson en valeur en 2013

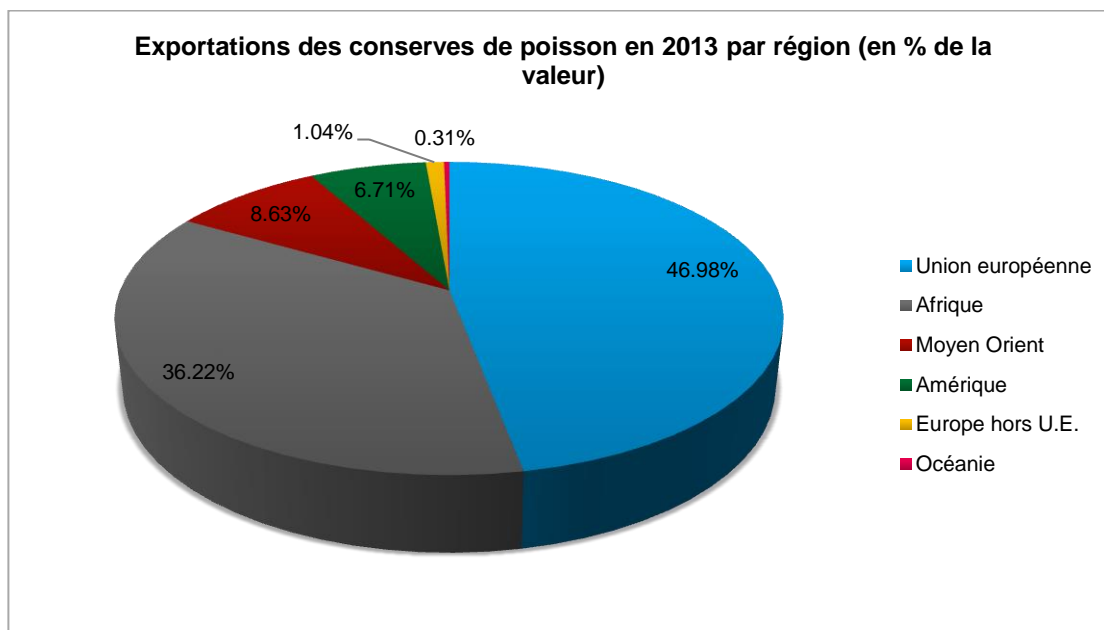


Source : Maroc Export (2014)

6.1.2. Conserves de poisson

Les côtes marocaines recèlent d'une espèce de poisson très appréciée de par le monde pour son goût incomparable. Il s'agit de la « *Sardina Pilchardus Walbaurn* » dont le Maroc est le plus grand producteur-exportateur de la conserve. Le pays dispose de 41 unités de conserve de sardines qui traitent également du maquereau et du thon. La production totale de ces unités s'est élevée à 74.119 tonnes en 2013 (Maroc Export, 2014).

Figure 3. Exportation des conserves de poisson en 2013 par région



Source : Maroc Export (2014)

6.1.3. Semi-conserves de poisson

Le Maroc produit également une espèce de poisson très appréciée et populaire dans le monde entier. Il s'agit de « l'Engraulis Encrasicolus » plus connue sous le nom d'anchois. Cette espèce qui est la plus utilisée dans les unités de semi-conserves au Maroc, est essentiellement traitée par salage, séchage et fumage. Cependant, ces unités, au nombre de 20, traitent également d'autres espèces comme les maquereaux, les poulpes, les seiches et les calamars. Elles disposent d'une capacité de production évaluée à 27.346 T de produits finis en 2012 et emploient quelque 6.000 personnes dont 1.000 à titre de permanents en plus de près de 50.000 emplois indirects⁹.

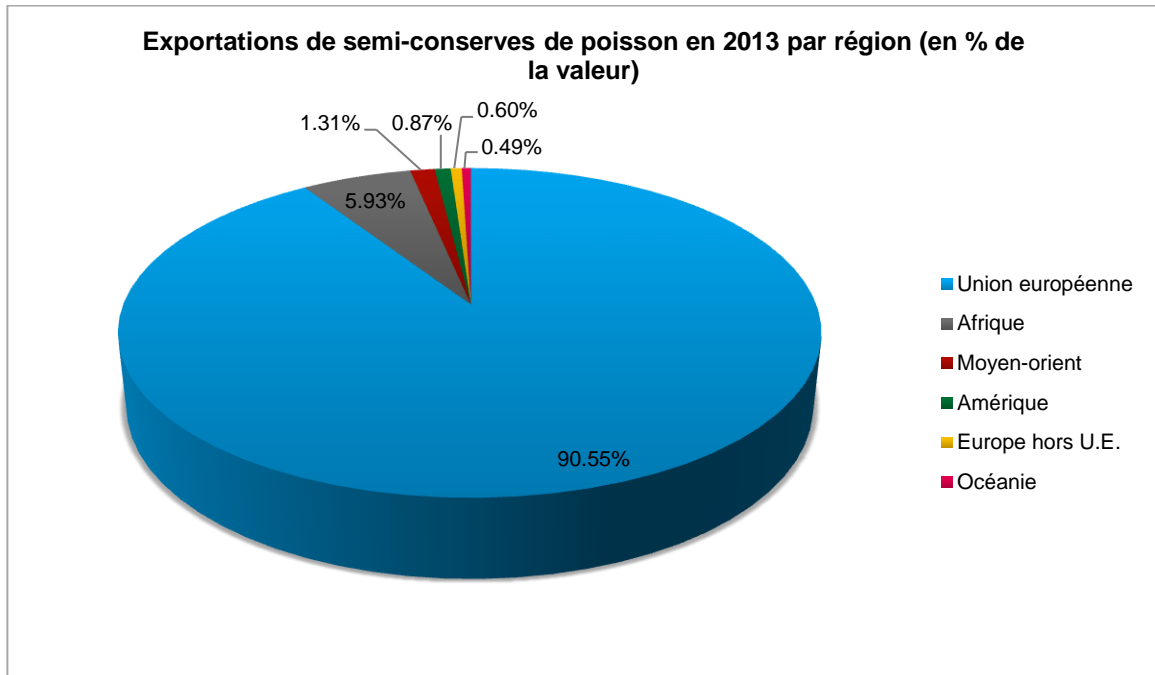
« La technique de l'anchoitage, qui trouve son origine chez les Égyptiens et les Grecs, n'a cessé de se développer au cours du temps et au gré des habitudes culinaires pour atteindre sa perfection dans nos unités.¹⁰»

La gamme des semi-conserves comprend le filet d'anchois avec ou sans peau, la pâte et crème d'anchois et les marinades et salades.

⁹ Site d'AMASCOP consulté le 30 mai 2014.

¹⁰ Idem.

Figure 4. Exportation de semi-conserves de poisson par région en 2013

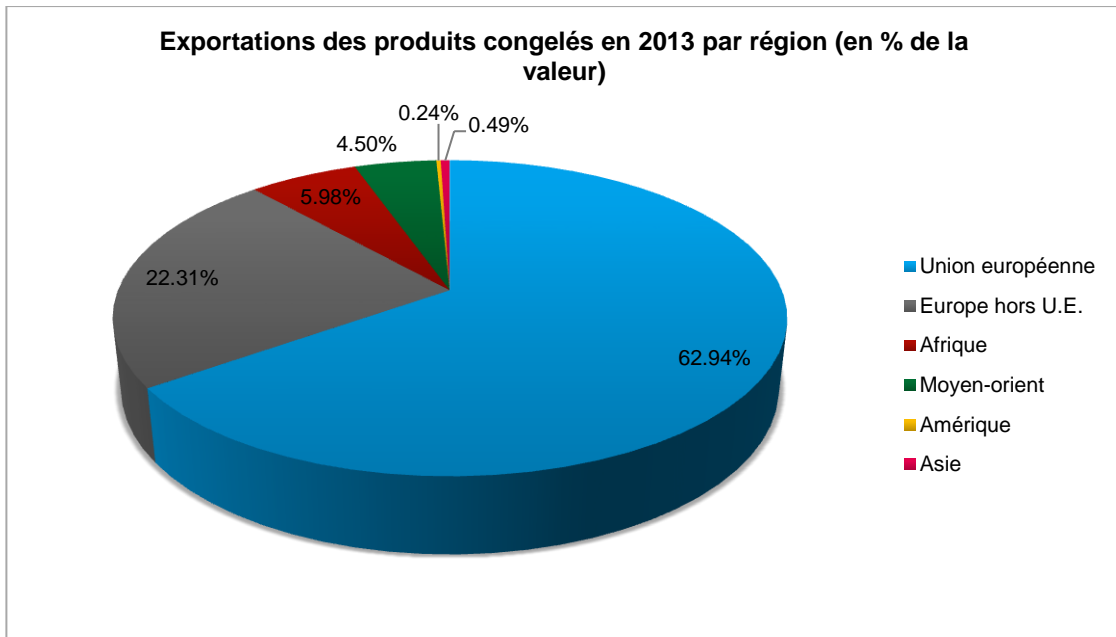


Source : Maroc Export (2014)

6.1.4. Poisson congelé

La congélation des produits de la mer en général et du poisson en particulier occupe une place de choix au sein de l'industrie de valorisation des ressources halieutiques au Maroc. La plupart des unités de congélation sont localisées dans le sud du royaume en raison de l'abondance dans les eaux de la région des poissons pélagiques et des céphalopodes.

Figure 5. Exportation des produits congelés en 2013 par région



Source : Maroc Export (2014)

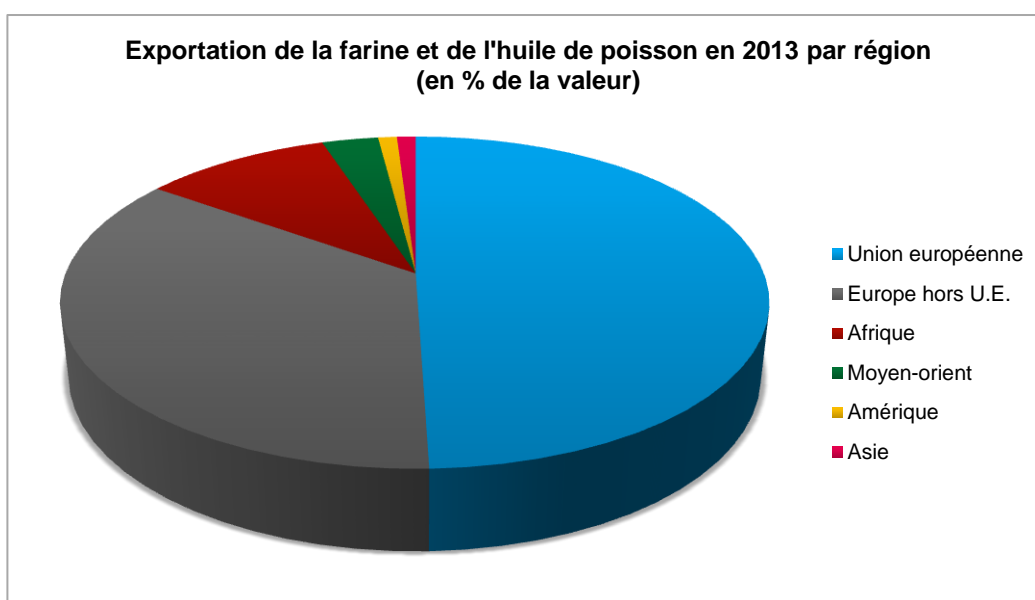
6.1.5. Farine de poisson et huile de poisson

L'activité de fabrication de farine et huile de poisson a commencé au Maroc dans les années 40, mais a pris son essor depuis une vingtaine d'années seulement.

La farine et l'huile de poisson (FHP) sont fabriquées au sein de 24 unités principalement à partir de la sardine, mais aussi du maquereau, du chinchard et de l'anchois. La farine de poisson est surtout utilisée pour l'alimentation animale et aquacole. L'huile quant à elle est utilisée, en plus de l'aquaculture, dans l'alimentation humaine et dans les industries pharmaceutique, diététique et cosmétique. Elle est extraite d'espèces particulièrement riches en acides gras poly insaturés. Les 24 unités de production installées à Safi, Essaouira, Agadir, Tan-Tan et Laâyoune, disposent d'une capacité de traitement de 8.000 tonnes par jour et emploient quelque 600 personnes sur une base permanente, en plus de 400 saisonniers. Les emplois indirects quant à eux sont estimés à 20.000 postes.

Les principaux producteurs à l'échelle mondiale de la farine et de l'huile de poisson sont le Pérou et le Chili et les principaux consommateurs sont la Chine et l'Union Européenne avec une montée spectaculaire de la Turquie dont l'activité aquacole s'est beaucoup développée ces dernières années.

Figure 6. Exportation de la farine et de l'huile de poisson en 2013 par région



Source : Maroc Export (2014)

Pour faciliter la visualisation des principaux indicateurs du secteur des produits de la mer, une cartographie synoptique de ces indicateurs est suggérée ci-après.

Tableau 3. Cartographie synoptique du secteur des produits de la mer

Etapes de la chaîne de valeur		Combien de personnes sont impliquées?					Qu'est-ce qui est échangé?			Comment la chaîne de valeur performe-t-elle?		
		Nombres d'acteurs					Débarquements / Exports / Imports - 2013			Performance de l'industrie - 2013		
		Entreprises (1)	Emploi direct par les entreprises (2)	Emploi saisonnier	Emploi indirect (2)	Emploi informel (3)	Volume (Tonne)	Valeur exports (KDH)	Volume des importations (KUSD)	Capacité de production	Classement de compétitivité	Capacité utilisée
Pêche	Artisanale	13 617	42 758	NC	430 000	13 000	1 172 973	5 448 907	162 527	NC	Faible	NC
	Côtière	1 862	58 833	NC		18 000				103 641 TJB(5)	Faible	NC
	Hauturière	333	11 072	NC		3 300				NC	NC	104 699 TJB
Conditionnement de poisson frais		58	3 000	1 000	20 000	1 000	14 981	841 038		2 000 T/j	Moyenne	80%
T R A N S F O R M A T I O N	Congélation	189	10 000	20 000	NC	3 300	265 827	6 420 459		8 300 T/j	Faible à moyenne	25%
	Conserve	48	35 000	100 000	20 000	11 000	125 910	4 366 103		3 000 T/j	Moyenne	50%
	Semi-conserve	34	8 000	5 000	2 500	2 400	29 992	1 611 133		240 T/j	Moyenne	45%
	FHP	25	1 300	400	20 000	390	89 921	1 121 784		8 000 T/j	Moyenne	35%

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

(1) Direction des Industries de la Pêche - [www.mpm.gov.ma/wps/portal/Portail-MPM/Industrie%20%20de%20la%20pêche/Activites-valorisations!/ut/p/b1/04_SjzQ0MLc0NTI1MTPRj9CPykyssy0xPLMnMz0vMAfGjzOIN3Nx9_I0MzAwwsIsDDzNTQM8PT2dDf0NDPVzoxwVARE4BRE!/?](http://www.mpm.gov.ma/wps/portal/Portail-MPM/Industrie%20%20de%20la%20pêche/Activites-valorisations!/ut/p/b1/04_SjzQ0MLc0NTI1MTPRj9CPykyssy0xPLMnMz0vMAfGjzOIN3Nx9_I0MzAwwsIsDDzNTQM8PT2dDf0NDPVzoxwVARE4BRE!/)

(2) FENIP - Données de 2006. Pour l'emploi dans le secteur de la pêche, Cabinetseddik.com

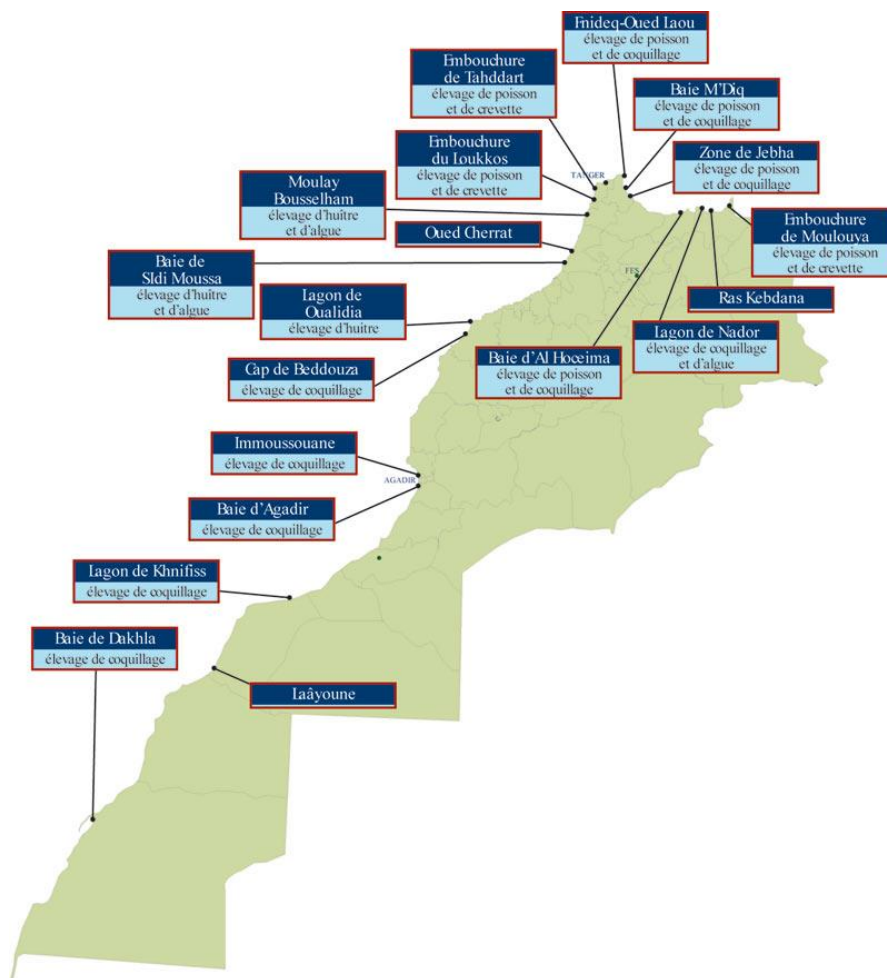
(3) Sur la base d'une estimation de 30%

(4) Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime – Stratégie de développement et de compétitivité du secteur halieutique – 2006.

(5) Tonne de jauge brute = 2,83 m3

6.1.6. Sous-secteur de l'aquaculture

Figure 7. Principales régions aquacoles au Maroc



Comptant parmi les 16 grands projets du Plan Halieutis, l'aquaculture fait partie de l'axe Durabilité en tant que filière prioritaire susceptible de constituer un levier important de croissance et de création d'emplois pour le secteur halieutique.

Au moment de l'entrée en vigueur du Plan Halieutis en septembre 2009, la production aquacole annuelle ne représentait que quelque 300 tonnes. Le Plan Halieutis a assigné à cette filière un objectif à atteindre de l'ordre de 200.000 tonnes par an à l'horizon 2020. C'est dire tout le potentiel dont dispose le Maroc dans le domaine aquacole et qui est jusqu'ici pratiquement inexploité à supposer que l'objectif fixé par les autorités soit réaliste et faisable.

Dix conventions portant sur le développement de projets aquacoles ont été signées le 14 avril 2014 à Tétouan sous la présidence du souverain. « Ces projets concentrés autour de la baie de Dakhla et en méditerranée, vont générer 600 emplois directs et permettront la production de 23.000 tonnes de poissons, 1.540 tonnes de coquillages, 70 millions d'alevins et 60 millions de naissains. Il s'agit de créer quatre fermes de pisciculture, cinq fermes de conchyliculture (élevage de coquillages), des écloséries conchylicoles et piscicoles, le tout pour un investissement de 1,3 milliards de dirhams.

Pour rappel, le Maroc souhaite atteindre une production de 1,66 millions de tonnes et porter le PIB du secteur halieutique à 21,9 milliards de dirhams d'ici 6 ans [soit en 2020].¹¹ »

¹¹ Royal Air Maroc Magazine – Mai-Juin 2014, page 16.

7. CHAÎNE DE VALEUR ET CARTOGRAPHIE DU SECTEUR (PRODUITS DE LA CATÉGORIE 1)

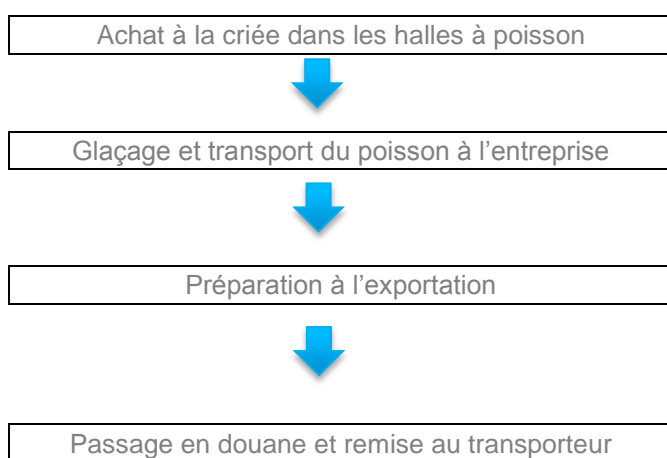
Même si de grands groupes comme Unimer et LGMC maintiennent leur position de leader dans l'industrie, on observe depuis quelques années une tendance à la concentration de certaines entreprises comme, par exemple, Groupe El Jabri, ou encore Mutandis qui « n'hésitent pas à racheter des petites structures en difficulté. Ce qui leur donne plus de poids dans leur activité... 'Nous assistons aussi dans notre secteur à des fusions-absorptions. Ce n'est pas toujours sain, parce que parfois, des opérateurs peuvent se retrouver dans des situations de monopole de fait'. » Anonyme (2013 : 42).

« Les industries de la conserve tournent au ralenti par manque de matière première 'en bon état' en raison des mauvaises performances des unités des chaînes de froid à bord des bateaux (les normes internationales et américaines exigeant que le poisson arrive à l'usine à une température précise.) » Zniber (2013 : 40).

D'une manière générale, l'industrie de valorisation des ressources halieutiques au Maroc semble souffrir de plusieurs maux dont deux principaux : l'irrégularité et la faible qualité des approvisionnements. Les mauvaises performances des chaînes de froid tant à bord des bateaux que dans les infrastructures de débarquement, de stockage et de traitement à sol (Zniber, 2013)

Afin que nous puissions bien comprendre la chaîne de valeur des activités et sous-secteurs choisis, commençons d'abord par esquisser à grands traits celle du poisson frais exporté sans transformation ni congélation.

Figure 8. Chaîne de valeur de base de l'exportation de poisson frais



L'achat est généralement fait par l'intermédiaire des agents de l'ONP. L'acheteur reçoit le certificat sanitaire d'origine de L'ONSSA ainsi qu'une preuve de Traçabilité.

Le poisson est contrôlé et trié dans l'entreprise par taille, qualité et région de capture; ensuite, il est emballé dans des caisses isothermes et pesé.

Pesée, validation du certificat de l'ONSSA, obtention du certificat d'inspection de l'EACCE, contrôle douanier, obtention du bon à embarquer.

Déjà au niveau de l'exportation du poisson frais, les problèmes sont légion. Les professionnels de cette activité se plaignent de nombreuses difficultés et contraintes dont les suivantes :

- Au niveau des approvisionnements : les professionnels se plaignent de certaines pratiques lors de l'achat à la criée qui sont de nature à fausser le libre jeu du marché. De même, une pratique qui semble assez courante dans certaines halles est de ne déclarer qu'une partie des débarquements, d'abord pour des raisons fiscales (réduire le volume d'affaires déclaré pour payer moins d'impôt), mais également et surtout, pour fausser le libre jeu de la loi de l'offre et de la demande. En effet, éviter de mettre en vente « officielle » toute la cargaison rapportée, crée la rareté et pousse les prix à la hausse. Une fois le prix officiel établi à la criée, il est utilisé comme référence pour écouler les quantités non déclarées.
- Mis à part les contrôles et analyses faits par les services de l'ONSSA, le contrôle de la qualité des produits se limite souvent à un contrôle visuel. Il est vrai que les professionnels marocains ont acquis une grande expérience dans ce domaine, mais un contrôle visuel ne saurait se substituer à des analyses poussées en laboratoire pour détecter l'existence d'éventuels

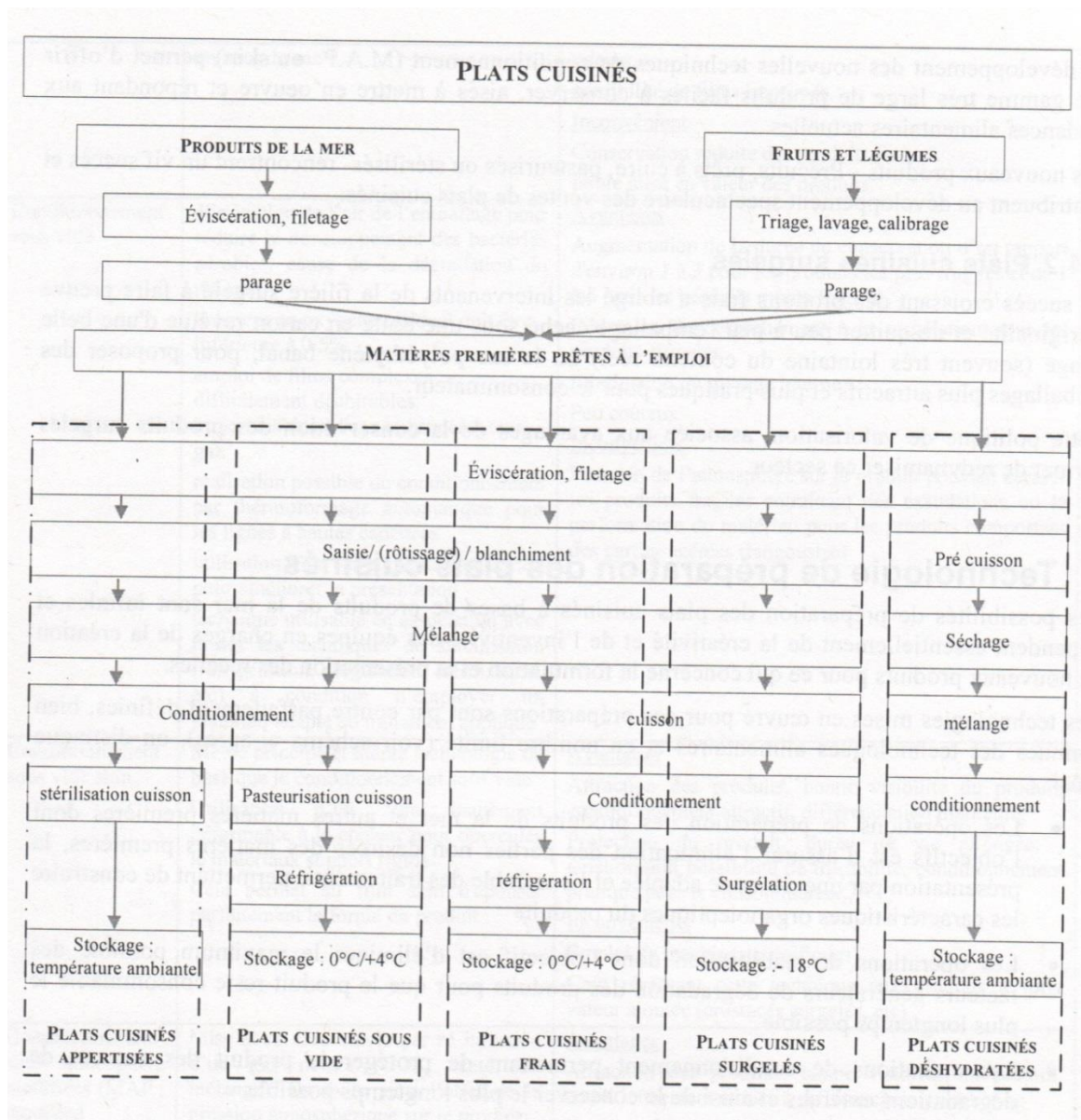
polluants. Nombre d'entreprises que nous avons visitées ne disposent pas de la possibilité d'effectuer un test d'histamine.

- Au niveau de l'expédition : les professionnels réclament la création d'un guichet unique pour éviter d'être ballottés entre les différents départements d'intervention (EACCE, ONSSA, DPM, Douane, MARSA MAROC, etc.), d'autant plus qu'il s'agit de produits hautement périssables. D'ailleurs, si l'une des forces de l'offre marocaine est la fraîcheur de ses produits eu égard à la proximité du principal marché (Union européenne), tout retard dans les livraisons est de nature à neutraliser un tel avantage face à des concurrents redoutables comme le Chili, le Pérou, le Vietnam et certains pays de l'Afrique de l'Ouest¹².

7.1. Chaîne de valeur des plats préparés

7.1.1. Production de plats cuisinés intégrant des légumes

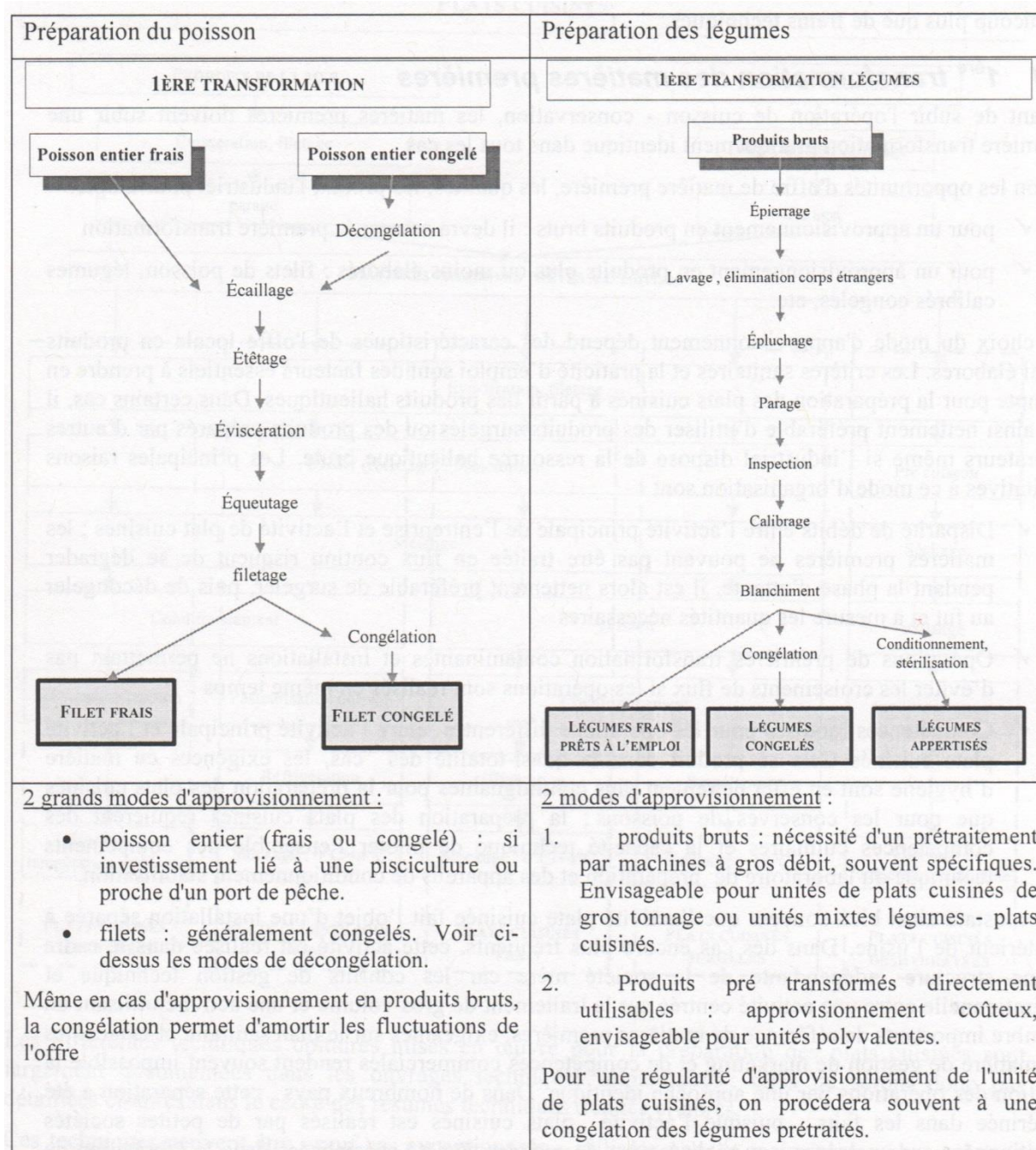
Figure 9. Cycle de préparation des plats cuisinés



Source : Allaume & Mathias Cetia (2008 : 3-40)

¹² Une cargaison à destination du Kazakhstan a été bloquée à l'aéroport sans qu'on explique à l'exportateur les raisons du blocage.

Figure 10. Cycle de première transformation des plats cuisinés



Source : Alloume & Mathias Cetia (3-42)

Parmi les entreprises que le Consultant a visitées, plusieurs s'adonnent à la fabrication de plats préparés à base de poissons pélagiques ou d'autres poissons comme le saumon, la lotte et le pangasius. Certains d'entre eux, comme Hafsa Samac, le font à titre expérimental, souvent parce que leurs clients le leur ont suggéré. D'autres, comme les Frigorifiques Bouzargtoun, sont assez avancés dans cette activité. Pourtant, ces entreprises sont souvent classées comme des entreprises de congélation (simple et pure) de poisson. Une conséquence directe de cela est qu'il n'existe pas de ligne tarifaire dans la nomenclature marocaine pour ce produit. Les exportations de plats préparés à base de poisson sont comprises dans la ligne tarifaire « 1604200090 Autres conserves de poissons autrement présentés ». Les exportations correspondantes en 2013 s'élèvent à 184 mille dollars uniquement concentrés sur quatre marchés qui sont l'Italie (77%), la France (20%), l'Espagne (2%) et la Guinée (1%).

7.2. Chaîne de valeur du pâté de poisson

Une terrine à base de poisson va comporter environ 40 % de filets de poisson ainsi que du blanc d'œuf (gélifiant) pour standardiser le poisson, de l'amidon modifié de maïs qui gonfle à la cuisson et pallie l'exsudat du poisson (cuisson à 72° C environ), ajoutés à une pré-émulsion 1/7/7 (c'est-à-dire une dose d'émulsifiant des protéines essentiellement - sept doses de matières grasses et sept doses d'eau). Les arômes de poisson sont ajoutés en fin de processus ou dans une émulsion.

Pour des rillettes de thon par exemple, une partie de la matière première (filet de poisson) est cuite pour en retirer la fonctionnalité et apporter des fibres au produit fini. La texture n'est pas la même que celle des terrines : l'émulsion est identique en composition mais les proportions de la pré-émulsion sont différentes (une dose de poudre pour dix d'huile et dix d'eau).

Les saucisses cocktail de saumon sont fabriquées avec des chutes de saumon fumé pour le goût ; des filets de saumon qui seront travaillés avec des polyphosphates afin que les protéines salinosolubles absorbent plus d'eau et du sel pour les extraire ; une émulsion à chaud à base de margarine (1/7/7) et de caséinate BV ; du caroube qui gonfle à chaud et pompe les exsudats (épaississant plutôt que gélifiant) ; du blanc d'œuf (gélifiant) toujours pour standardiser le poisson ; et enfin des arômes. Comme le saumon n'est disponible au Maroc qu'à travers l'importation, surtout à partir des pays scandinaves, la Norvège en particulier, cette activité ne présente pas un intérêt direct pour la valorisation de la ressource halieutique nationale. Néanmoins, une activité de perfectionnement actif à l'importation pourrait se développer eu égard à la qualité et au coût de la main d'œuvre marocaine.

Le tarama que l'on trouve dans le commerce est une émulsion d'œufs de cabillaud salés et fumés dans de l'huile végétale. En ce qui concerne les œufs de cabillaud, ils peuvent être de plusieurs qualités et donc de plusieurs couleurs de blanc à gris foncé. Ainsi, les œufs de cabillaud d'origine islandaise sont reconnus par les fabricants comme l'un des principaux critères qui marque la qualité du tarama. En ce qui concerne la tartinabilité, les moyens de maîtrise de la texture dépendent de l'émulsion mais les données, tels le temps de brassage ou la vitesse, restent propres à chaque entreprise. L'ajout de texturant va déterminer la texture du produit¹³.

De toutes les nouvelles activités brièvement décrites ci-dessus, il semble que seules les deux premières, à savoir la terrine de poisson et les rillettes, peuvent s'appliquer judicieusement aux poissons pélagiques. Les deux dernières pourraient éventuellement être développées en sous-traitance. Néanmoins, aussi bien pour les deux premières activités que pour les dernières, les entreprises marocaines du secteur auront besoin d'investir aussi bien dans l'adaptation et la modernisation de leur outil de production que dans la formation de leur main d'œuvre actuelle. Il s'agit en effet d'un métier qui va au-delà du simple travail de poisson puisqu'il s'agit d'intégrer d'autres ingrédients et produits relevant d'autres secteurs alimentaires, voire chimiques et para-chimiques.

Comme cette existe n'existe pas encore au Maroc, du moins formellement, aucune statistique n'est disponible sur la valeur de ses exportations. La ligne tarifaire nationale qui se rapproche le plus de cette activité est « 0304900011 Chair de poissons (sauf filets), même hachée, congelée (libellé détaillé non disponible) » et correspond à 0 exportations en 2013.

7.3. Chaîne de valeur de base de l'huile et farine de poissons¹⁴

Dans le cadre de la présente étude, la partie sur la farine et l'huile de poisson revêt une double importance :

- d'abord, la fabrication de la farine et de l'huile de poisson est déterminante dans l'aquaculture dans la mesure où ces deux produits constituent une principale source d'alimentation aquacole ;
- ensuite, l'extraction de l'huile d'oméga 3, une autre activité prioritaire dans la présente étude, est également conditionnée par la fabrication de l'huile de poisson.

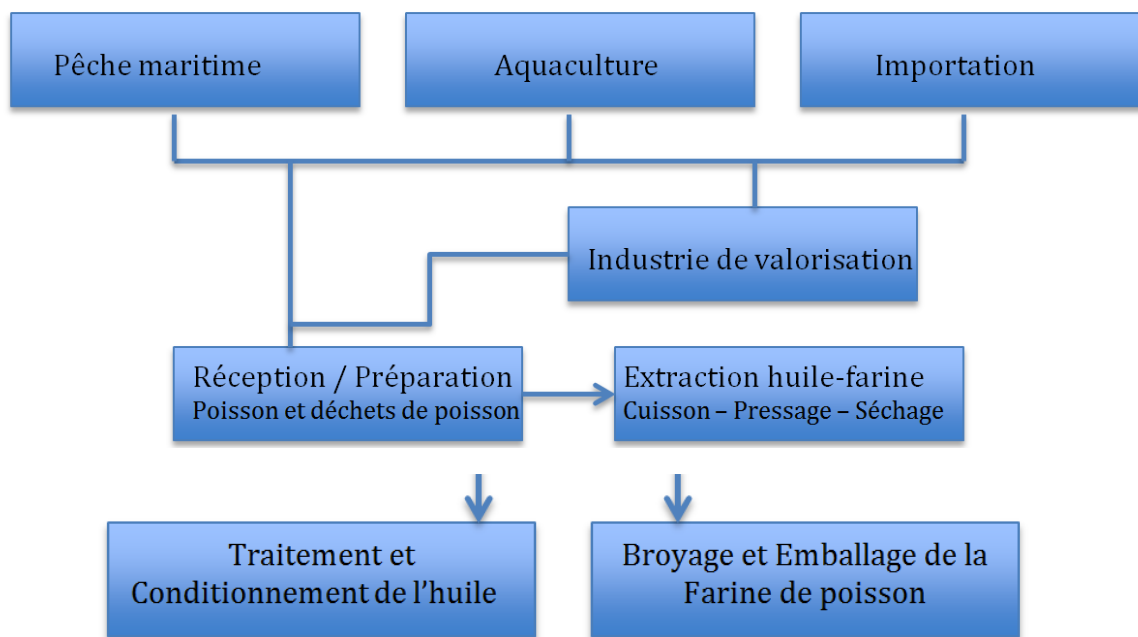
¹³ http://www.veilleproduitsaquatiques.com/info_print.php?id=468&prog=info_print.php

¹⁴ Un diagramme de production indiquant dans les détails toutes les étapes de la chaîne de valeur est reproduit en Annexe.

C'est pour les deux raisons ci-dessus que la chaîne de valeur de cette activité souvent incriminée de contribuer à dilapider une partie des ressources halieutiques du pays¹⁵ est présentée ci-après.

« Les farines de poisson sont un produit solide (poudre) obtenu par un procédé qui vise les fractions solides, huileuses et aqueuses des matières premières et à extraire une grande partie de l'eau et des huiles. La farine de poisson, aliment à forte teneur en protéines, est utilisée comme source de protéines dans les élevages aquacoles mais également pour la provende avicole, etc.¹⁶ » L'huile de poisson, quant à elle, est utilisée, en plus de l'alimentation humaine et aquacole, dans plusieurs industries comme le tannage du cuir, la fabrication de savon, la chamoiserie, etc.

Figure 11. Principales étapes dans le processus de base de fabrication de la farine et de l'huile de poisson



Source : D'après MCI (1998)

« La matière première constituée par le petit pélagique, dont essentiellement la sardine, est préalablement hachée puis chauffée à la vapeur (95-100o C pendant 20 minutes¹⁷). La cuisson entraîne la coagulation des protéines et la libération d'une partie d'eau du produit par la rupture des membranes cellulaires qu'elle occasionne. Après la cuisson, il est procédé à un pressage qui élimine en grande partie l'eau du produit. On obtient ainsi un gâteau et un jus. Les presses à vis simple permettent une économie d'énergie mais en cas d'utilisation abusive, elle entraîne la formation de caoutchouc. Pour des poissons très frais, le pressage s'avère parfois difficile. Dans ce cas, on laisse le poisson s'altérer pendant une journée. Le jus obtenu est acheminé dans une centrifugeuse pour l'extraction de son huile. Par contre, le gâteau est séché soit indirectement à la vapeur, soit directement à l'air chaud¹⁸. Ce gâteau séché passe par un piège électromagnétique pour l'élimination des éléments métalliques avant d'être acheminé dans un moulin à marteaux pour obtenir des

¹⁵ La mauvaise réputation de l'activité vient du fait que certains industriels à court de matières premières (déchets de poisson, poisson non-usinable, pelure de crevettes, etc.) sont suspectés d'utiliser le poisson frais (usinable) comme inputs surtout quand le prix de ce dernier baisse. Lors des visites que le Consultant a effectuées dans les entreprises, il n'a pu constater que l'utilisation du seul poisson non usinable (poisson éventré ou écrasé ou encore celui dans le taux d'histamine est trop élevé pour qu'il soit consommé par l'Homme).

¹⁶ Site de l'ANAFAP consulté le 30 mai 2014.

¹⁷ Dans les entreprises que le Consultant a visitées, la température minimum est de l'ordre de 85 degrés Celsius et non de 95.

¹⁸ Un autre procédé que le Consultant a constaté dans une des entreprises visitées consiste à chauffer directement aux flammes ce qui dégage une forte odeur nauséabonde. Il s'agit en fait d'un procédé légalement interdit.

particules de taille homogène. Le produit ainsi obtenu est emballé dans des sacs de jute de 50 kg et stocké dans une zone sèche et fraîche.¹⁹»

Il est également possible d'obtenir de la farine à partir des pelures de crevettes. Dans ce cas, lesdites pelures sont séchées et broyées dans des machines sophistiquées répondant aux normes les plus exigeantes. Cependant, lors de ses visites, le Consultant n'a trouvé aucune entreprise de FHP qui utilise les pelures de crevettes. Les entreprises qui en produisent comme Les Frigorifiques Bouzargtoun sont contraintes de s'en débarrasser dans les décharges publiques, ce qui constitue un manque à gagner considérable pour l'industrie et le sous-secteur.

La capacité de production actuellement installée dans les 25 unités nationales est d'environ 350.000 T de farine et de 25.000 T d'huile de poisson. La valeur des exportations en 2013 est de 1,1 milliards de DH. L'huile de poisson marocaine contient des quantités importantes d'acides gras essentiels oméga 3 EPA (Acide eicosapentaénoïque) et DHA (Acide docosahexaénoïque), tous les deux très bénéfiques pour la santé. L'équilibre entre ces deux acides dans l'huile de sardine marocaine la place aujourd'hui dans une position de choix sur le marché international.

Comme pour l'ensemble du secteur, le principal influenceur au niveau de cette activité de la farine et de l'huile de poisson est le Ministère de l'Agriculture et des pêches maritimes à travers l'agrément qu'il donne aux unités de transformation; agrément dont l'obtention, semble-t-il, est actuellement impossible (voir les raisons ci-dessous).

Les pêcheurs et les industriels de transformation des produits de la mer constituent la seconde famille d'influenceurs. En effet, c'est des quantités de poisson non usinable rapportées par les premiers et des déchets de l'activité de transformation des seconds que dépend l'existence même de celle de fabrication de farine et d'huile de poisson. Les fabricants de la farine et de l'huile de poisson sont regroupés au sein de l'Association Nationale des Fabricants de Farine et d'Huile de Poisson (ANAFAP) située à Laâyoune et qui compte 24 membres dont les huit entreprises localisées au port de la ville. L'ANAFAP est membre de la FENIP.

L'INRH peut également jouer un rôle de premier plan dans la dynamisation de cette activité et surtout au niveau de la transformation de l'huile de poisson en oméga 3 à forte valeur ajoutée. Cet institut est donc incontournable pour le lancement et le développement d'une industrie nationale de fabrication de l'huile d'oméga 3 à partir de l'huile de poisson.

Le sous-secteur de la Farine de poisson recèle de nombreux obstacles et problèmes qui appellent à être surmontés. Ceux qui suivent sont des exemples des nombreuses difficultés dont souffrent les industriels de ce sous-secteur. Il faut cependant préciser que certaines de ces difficultés sont spécifiques aux industriels des provinces du Sud :

- Pour de nombreux professionnels de ce sous-secteur, la persistance des problèmes s'expliquerait par le fait que « Les responsables du ministère (des pêches maritimes : NDC) craignent que les professionnels [du secteur en général et non seulement du sous-secteur de la farine et de l'huile de poisson : NDC] se concentrent davantage sur la valorisation des déchets au lieu de mieux valoriser la ressource pélagique. » El Mouden (2011). En plus, pour rentabiliser leurs unités de fabrication de farine de poisson, certains industriels seraient tentés de ne pas se contenter des déchets de poisson qui peuvent être parfois rares à trouver, mais de broyer le poisson lui-même qui devait normalement être valorisé autrement. Ce peut être le cas quand le prix du pélagique baisse à un niveau qui rendrait compétitif d'utiliser la ressource pélagique elle-même au lieu de ses déchets de valorisation.
- Les industriels de la FHP sont quasi unanimes à penser que le Ministère de tutelle donne la priorité à l'agriculture aux dépens des activités de la pêche. L'ouverture des voies de communication entre les autorités de tutelle et les industriels sera de nature à surmonter les difficultés et à dissiper les malentendus.
- Aucun texte de loi n'interdit de traiter les déchets de ses propres poissons. Par contre, les unités dédiées au traitement des déchets collectés des industriels de la valorisation doivent être préalablement autorisées par le ministère de tutelle. Or, ce dernier peut paraître réticent à donner son agrément pour l'installation de nouvelles unités surtout dans les régions touristiques

¹⁹ Site de l'ANAFAP consulté le 30 mai 2014.

comme cela est arrivé à Dakhla en 2011. Pour traiter leurs déchets, les industriels doivent parcourir 600 kilomètres jusqu'aux unités de traitement les plus proches à Laâyoune. Or, pour fabriquer une farine de poisson de bonne qualité, il faut que le délai entre la capture et la production soit le plus court possible pour diminuer la teneur en histamine.

- Le coût pour l'installation d'une unité de traitement se situe entre 70 et 80 millions de DH. (El Mouden, 2011).
- Il y a quelques années, le prix d'un kilogramme de déchets était de 35 centimes alors qu'il s'élevait au début de 2011 à 1,40 DH²⁰.

Comme précédemment mentionnée, certaines difficultés sont spécifiques aux industriels de la farine et de l'huile de poisson des provinces des Sud. Un échantillon des difficultés les plus importantes est suggéré ci-après²¹ :

- La principale difficulté réside dans l'absence d'un laboratoire de recherche dans la région. La plupart des analyses sont effectuées à Agadir, à Casablanca, voire même en France avec tout ce que cela occasionne comme coûts supplémentaires, et surtout de délais. Une simple analyse à Agadir prend au moins une quinzaine de jours avant de recevoir les résultats. Ainsi par exemple, les analyses de contaminants chimiques et surtout de plomb, d'arsenic, de cadmium, de mercure, de cuivre, de zinc, de peroxyde, d'aldrine, de cesium 134 et 137 et de DDT sont effectuées à Casablanca à quelque 1200 km de Laâyoune et à 1800 km environ de Dakhla. Les analyses de toxine botulique et de GTSHG sont effectuées à l'étranger. Les analyses de la charge bactérienne totale, de pathogènes dont la salmonelle et de l'enteropathogène d'escherichia sont habituellement effectuées à Agadir.
- Les ports des provinces du Sud ne sont pas équipés pour le transport par conteneurs. En plus, leur tirant d'eau ne permet souvent pas de recevoir des navires pouvant transporter plus de 300.000 tonnes. Selon les dires des industriels de Laâyoune, même quand certains navires équipés pour manutentionner les conteneurs acceptent de desservir le port, Marsa Maroc qui gère le port, applique des tarifs prohibitifs qui rendent tout transport conteneurisé peu ou pas compétitif du tout. Les industriels intéressés par ce mode de transport sont obligés de faire venir les conteneurs d'Agadir où la priorité est donnée aux chargeurs locaux. Le transport d'un conteneur de Laâyoune à Agadir coûte dans les 8.500 DH et se fait dans des conditions d'extrême difficulté eu égard à l'état de la route systématiquement envahie par les dunes de sable.
- Une bonne partie de la matière première usinée par les unités de Laâyoune provient de Dakhla. Son transport jusqu'à Laâyoune cause l'augmentation du taux d'histamine qui dégrade la qualité de la matière première.
- Les industriels du Sud se plaignent également de nombreux problèmes dans l'approvisionnement de leurs unités en électricité. En effet, à Laâyoune par exemple et en plus du renchérissement du coût énergétique, les industriels se plaignent des délestages et des survoltages répétés et inopinés qui occasionnent des pertes de production, voire parfois l'endommagement du matériel de production²².
- Une doléance qui revient souvent dans la bouche des industriels du sud tient à la rareté et à l'irrégularité d'approvisionnement en matières premières. Il est vrai que des facteurs naturels interviennent dans cette difficulté puisque l'approvisionnement dépend du volume des captures qui dépend lui-même de l'état de la biomasse, des conditions climatiques, du repos biologique, etc. Néanmoins, certains industriels suggèrent de réserver un quota à l'activité de fabrication de la farine et de l'huile de poisson. Le Consultant constate que l'obtention du droit à un tel quota

²⁰ Certaines des entreprises casablancaises que le Consultant a visitées et qui vendent leurs déchets de poisson à des unités de fabrication de farine de poisson affirment leur vendre ces déchets à seulement 0,5 DH le kilogramme. En plus, ce sont ces entreprises qui assurent le transport des déchets jusqu'à l'unité de transformation de l'acheteur. L'entreprise dont le nom revient souvent comme celle qui achète ces déchets dans la région de Casablanca est Silver Food. À titre de comparaison, les prix de ces déchets sont d'environ 1,50 à 1,80 DH à Laâyoune.

²¹ Par rapport à la question d'emploi des femmes, les industriels de la farine et de l'huile de poisson disent que les conditions extrêmement difficiles de travail ne conviennent pas aux femmes. Le Consultant a constaté en effet que le taux d'emploi des femmes n'excède guère 5%. De l'ensemble de l'effectif. La totalité de ces femmes travaille dans les services administratifs et d'entretien ménager.

²² Au moment de la visite du Consultant dans la région, les industriels s'apprétaient à rencontrer le Directeur de l'ONE pour trouver une solution à ces problèmes.

sera presque impossible, puisque tout poisson qui va à la fabrication de la farine et de l'huile, est un poisson qui échappe à une valorisation plus rémunératrice puisque destinée à l'alimentation humaine. De son avis, l'affectation d'un tel quota n'irait dans le sens de l'amélioration de la valeur ajoutée de tout le secteur des produits de la mer que si l'on s'attèle à aller au-delà de la fabrication de la farine et de l'huile brutes de poisson. Ce serait possible si les produits de cette activité sont utilisés pour faire des produits nobles comme l'oméga 3.

- Un autre problème dont les industriels du sud souffrent a trait à l'absence de formations spécialisées dans les instituts de la région comme par exemple celles de laborantins, de chauffagistes, de qualitiens, etc.

L'activité de fabrication de la farine et de l'huile de poisson est une activité plutôt masculine. Les seules femmes qui y travaillent évoluent dans des activités administratives ou d'entretien. Cela s'explique notamment par la nature trop éprouvante de cette activité.

7.4. Aquaculture

Dans cette section, nous allons schématiser la chaîne de valeur de la pisciculture marine et lagunaire (élevage de poisson), ainsi que des naissains et alevins.

7.4.1. Pisciculture

Au Maroc, le grossissement des poissons marins qui constitue la phase finale de l'élevage de la pisciculture s'effectue en majorité en mer dans des cages flottantes. Cette technique est beaucoup plus économique que l'implantation à terre avec des bassins alimentés en eau de mer par pompage, puisqu'elle permet un renouvellement naturel de l'eau. Ces cages sont des « filets solidaires d'infrastructures flottantes, d'une surface et d'un volume variables. Les cages sont souvent groupées en unités multiples, avec des systèmes de mouillage fixes pour les ancrer. Elles doivent être accessibles par bateau à partir d'une station côtière, pour la surveillance des poissons, leur alimentation mais aussi pour la maintenance des cages et des filets. » FENIP (2010 : 37).

7.4.2. Naissains et alevins

Le terme naissain « Désigne les larves de mollusques, notamment celles utilisées pour les cultures d'huîtres et de moules²³ » alors que « l'alevin est un terme qui désigne un jeune poisson capable de nager et de se nourrir seul. Pour les poissons ovipares, après l'éclosion de l'œuf, le bébé poisson passe par un stade larvaire (stade au cours duquel le poisson ne peut pas nager et se nourrit des dernières réserves- appelé vitellus - de l'œuf)²⁴ ».

Les larves et alevins peuvent faire l'objet d'une collecte naturelle ou obtenus par ponte dans des écloseries. Chacune de ces deux méthodes présente des avantages et des inconvénients et a ses propres contraintes par rapport au choix des sites, aux périodes propices, aux outils à utiliser, etc.

La production en écloserie comporte un ensemble d'étapes dont les plus importantes sont les suivantes :

- Capture (ou achat) de poissons sauvages à l'état mature et sélection des reproducteurs. Pour les crevettes, choix des espèces grainées.
- Les reproducteurs choisis sont mis en station en prenant en considération leur alimentation, la proportion optimale des sexes et des tailles pour le frai, le milieu pour la maturation des gonades et la réussite de la ponte qui peut être dirigée par manipulation du milieu et traitement hormonal.
- La ponte peut être naturelle ou induite. Elle peut être artificielle et hypophysaire (injection d'hormones). Il s'agit de l'administration d'extrait pituitaire homoplastique et hétéroplastique en utilisant des hormones de poisson, de mammifère ou synthétiques.

²³ <http://www.vetofish.com/definition/naissain>. Site consulté en date du 14 juin 2014.

²⁴ <http://www.vetofish.com/definition/alevin>. Site consulté en date du 14 juin 2014.

- Hybridation et sélection des reproducteurs pour obtenir des souches améliorées. Pour les crustacés, maturation et ponte induite des crevettes et cautérisation (ablation de l'œil) pour provoquer leur maturation. Pour les mollusques, la ponte est induite et est provoquée par la manipulation thermique.
- Transfert dans les étangs d'alevinage²⁵.

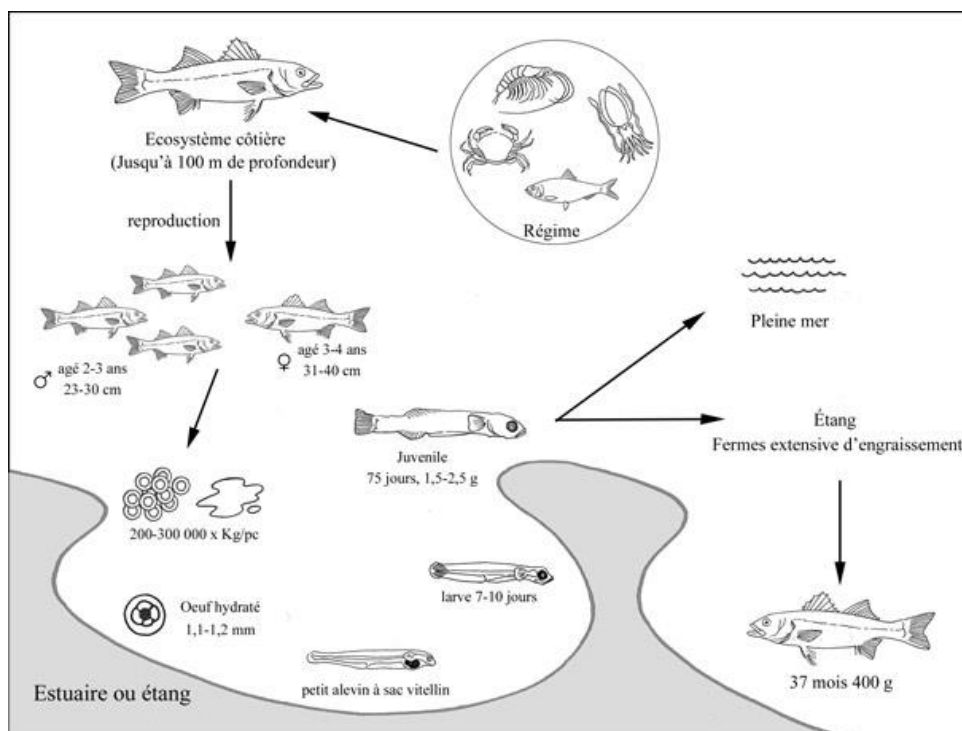
L'incubation et l'éclosion se font dans des écloséries. Ces dernières sont de différents types : bassins, bacs, « hapas », jarres, auges, châssis, etc. le choix du type de l'éclosérie influence le rendement. Ce dernier est également impacté par la qualité de l'eau, sa température, sa salinité et son débit²⁶.

D'une manière plus pratique, il convient de préciser qu'il existe deux grandes méthodes de production piscicole lagunaire : la méthode extensive et la méthode intensive.

Méthode extensive :

« La méthode traditionnelle extensive de la gestion des lagunes consiste à placer des barrières spéciales dans les sites lagunaires appropriés pour capturer les poissons durant leur migration en automne vers la pleine mer. Les barrières sont faites de roseaux, filets, ou ciment, elles restent ouvertes de février à mai pour que la lagune puisse être naturellement approvisionnée en juvéniles.²⁷ »

Figure 12. Cycle de production de *Dicentrarchus labrax* - système extensif



Méthodes intensives :

« Ces techniques impliquent un enrichissement artificiel avec des juvéniles, une fertilisation de lagunes, et une amélioration des projets. Des pêcheurs spécialistes capturent les juvéniles des zones côtières durant mai et juin, ensuite ces derniers sont transportés dans des bacs oxygénés pour les premiers stades de grossissement dans des étangs spéciaux, jusqu'à ce qu'ils atteignent la taille qui leur permettra de survivre dans la lagune. Des projets d'amélioration de la productivité impliquent le développement de suffisamment de canaux, en faisant des passes vers la mer pour améliorer les

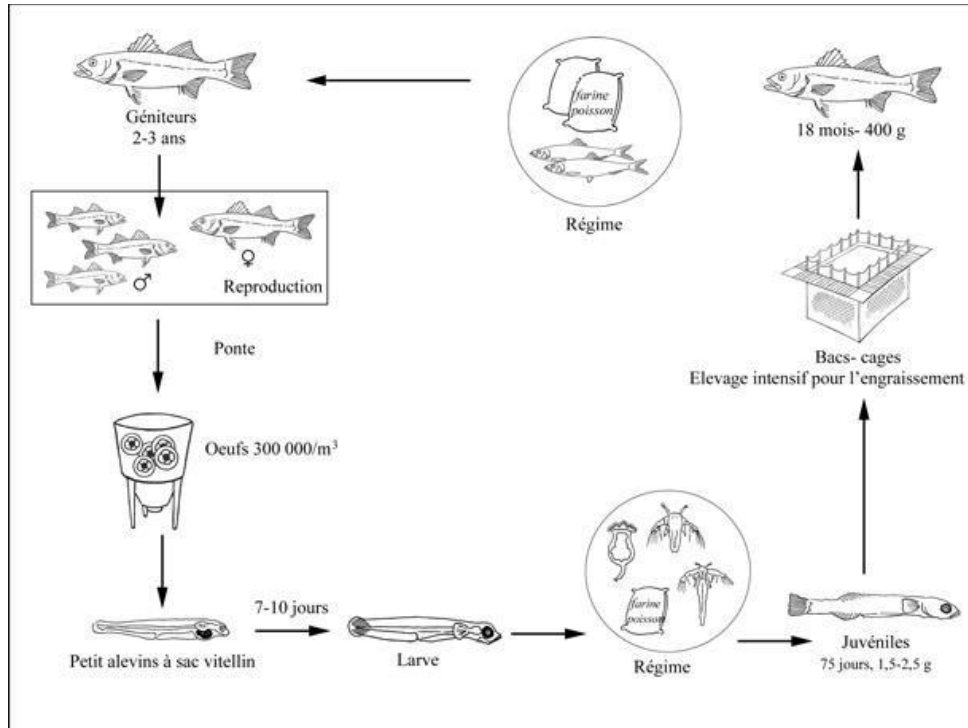
²⁵ Site du FAO

²⁶ Un cours complet sur différentes techniques piscicoles est proposé en ligne par la FAO à l'adresse suivante : <http://www.fao.org/docrep/t8655f/t8655f00.htm#Contents>

²⁷ http://www.fao.org/fishery/culturedspecies/Dicentrarchus_labrax/fr. Site consulté en date du 14 juin 2014.

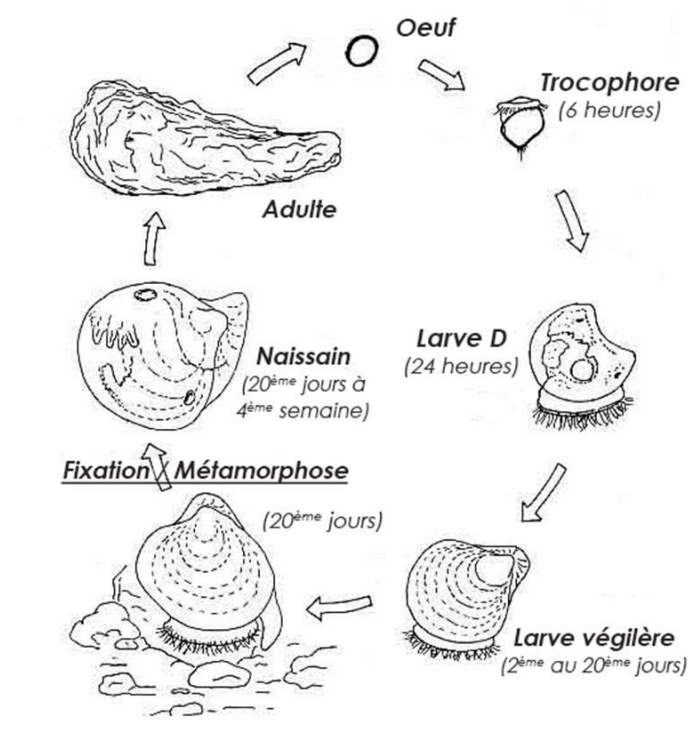
échanges d'eau et l'enrichissement en plancton et petits alevins. Des fossés périphériques (avec eau douce et eau de mer) sont creusés pour le contrôle de la salinité, ainsi que d'autres fossés d'hiver d'au moins 2 m de profondeur dans plusieurs endroits de la lagune. Finalement, le contrôle de la végétation est important pour éviter la suffocation des poissons. Des pertes de production de poissons dans les lagunes sont dues à l'insuffisance d'enrichissement en petits alevins, à la prédation, à la diminution de l'apport d'eau douce (manque de pluie), et au manque de projets d'amélioration. La production n'est élevée que dans les systèmes extensifs et arrive jusqu'à 500-700 kg/ha/an.²⁸ »

Figure 13. Cycle de production de *Dicentrarchus labrax* - système intensif



Concernant le cycle de production conchylicole, un exemple de grossissement des naissains d'huîtres est proposé dans la figure suivante.

²⁸ Idem.

Figure 14. Cycle de développement des coquillages

Source : France Naissain

Il y a lieu de noter qu'il n'existe à l'heure actuelle aucune statistique officielle sur le volume de la production aquacole marocaine. Même le site de l'ANDA indique que, pendant les dix dernières années, la production nationale a été moyenne de 700 tonnes par année sans donner plus de précision. Il paraît cependant que la période indiquée (10 années) se termine en 2005 à en juger par l'année indiquée entre parenthèses sur le graphique d'illustration de la situation « actuelle » de l'aquaculture²⁹. D'autre part, il n'est pas fait de distinction entre les exportations de poisson de capture sauvage et celui d'élevage dans les statistiques du commerce extérieur.

7.5. Chaîne de valeur de l'Oméga 3

Les omégas 3 appartiennent à la grande famille des lipides plus connus sous le nom de matières grasses. Cependant, tous les lipides ne sont pas égaux. Ainsi, les gras saturés doivent être consommés avec modération, voire même évités, alors que les « bons gras » permettent à l'organisme d'effectuer un certain nombre de fonctions biochimiques naturelles sans risque d'accumulations qui entraineraient le blocage des artères menant à des maladies graves.

Les omégas 3 sont des acides gras dits « essentiels », c'est-à-dire qu'ils ne sont pas produits par l'organisme. Ils doivent par conséquent être fournis par l'alimentation ou sous forme de suppléments. L'huile de l'oméga 3 est obtenue soit d'une source végétale (lin, chia, etc.) soit d'une source marine et préférablement de petits poissons comme la sardine et l'anchois. C'est justement ce dernier cas qui nous intéresse ici.

Nous avons précédemment décrit le processus d'obtention de l'huile de poisson brute. À titre de rappel, ce processus peut être décomposé en trois principales étapes :

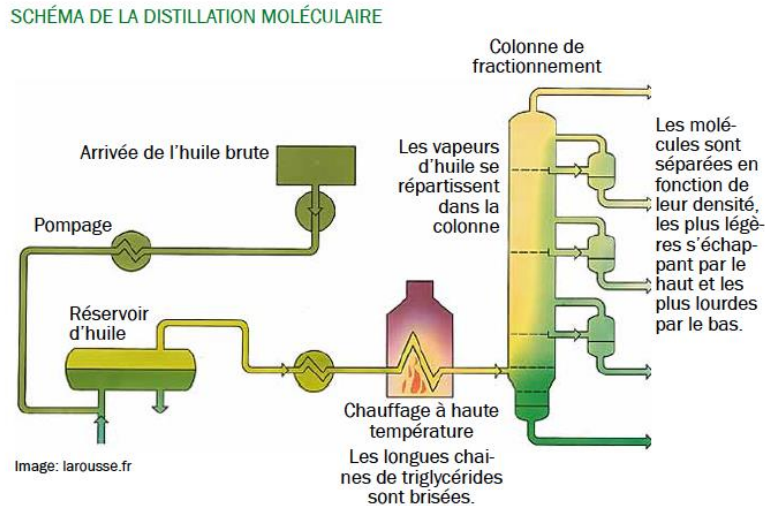
- Cuisson des poissons à basse température (environ 85o C) pour permettre la coagulation des protéines et la libération de l'eau et de l'huile qui lui sont liées;
- Pressage des poissons cuits pour en extraire le liquide. On obtient ainsi un mélange d'eau, d'huile, de protéines dissoutes, de vitamines et de minéraux;

²⁹ <https://www.anda.gov.ma/fr/node/14>. Site consulté le 28 septembre 2014.

- Décantation et centrifugation du liquide pour en retirer l'eau et les éventuelles impuretés grâce à la force de la rotation rapide.

Certains industriels étrangers arrêtent le processus à ce niveau en ajoutant à l'huile brute ainsi obtenue des ingrédients supplémentaires (antioxydants, agents de conservation, arômes, etc.) avant de la mettre en bouteilles ou en gélules. Cependant, pour passer à l'Oméga 3, une distillation moléculaire est nécessaire comme cela est montré dans le schéma de la figure suivante.

Figure 15. Schéma de la distillation moléculaire



Cette huile traitée en distillation moléculaire est très répandue dans le marché des oméga 3. Elle est parfois appelée huile « désodorisée » ou de « qualité pharmaceutique ». Cela signifie qu'elle a été chauffée à haute température (autour de 250°C) et qu'elle a été séparée et parfois même reconstituée. « Ce processus transforme les triglycérides (TG) naturels, la forme moléculaire des gras qu'on trouve habituellement dans la majorité des sources alimentaires, en esters éthyliques (EE). Les TG sont formées de trois acides gras (par ex., AEP et ADH) liés à une molécule de glycérol. Comme les acides gras libres s'oxydent rapidement, le squelette de glycérol aide à stabiliser les molécules de lipides et à prévenir la dégradation et l'oxydation. Les EE, quant à eux, sont une autre forme de gras dérivé de façon synthétique.³⁰ ». La distillation moléculaire permet la concentration des oméga 3 et d'obtenir une huile semi-synthétique. Cette concentration facilite l'obtention d'un dosage adéquat dans un nombre limité de gélules et de modifier les ratios naturels AEP/ADH, qui sont habituellement de 18%/12%. Il est important de noter que, du fait de cette distillation moléculaire, les produits d'oméga 3 ainsi obtenus n'ont pas droit à l'appellation « huile de poisson ». De tous les organismes susceptibles d'aider l'émergence d'une industrie de fabrication de l'huile d'oméga 3, l'INRH et l'industrie pharmaceutique marocaine et étrangère peuvent jouer un rôle de premier choix.

Actuellement, aucune unité de fabrication d'oméga 3 n'existe au Maroc. Une seule entreprise portant le nom de MAROMEGA a été créée en 2011 à Tan-Tan au sein du Groupe SOVAPEC appartenant à la famille Kabbage, mais, contrairement à ce que son nom suggère, elle ne fabrique pas de l'oméga 3. Elle se contente de procéder au semi raffinage de l'huile de poisson brute et agit en tant que « laboratoire de microbiologie et de chimie qui a charge de finaliser le produit³¹ » pour le rendre exploitable dans l'alimentation humaine. Cependant, c'est le cas de WINTERISATION ATLANTIC implantée à Aït Melloul à 20 km d'Agadir qui est le plus cité par les industriels concernant la transformation de l'huile de poisson. En effet, cette unité créée en 2004 par le Groupe français SIRH (Société d'Importation et de Raffinage d'Huiles) et employant une vingtaine de personnes, procède au raffinage de l'huile de poisson fabriquée par des unités de fabrication des villes du sud qu'elle exporte par bateaux entiers aux multinationales pharmaceutiques et alimentaires en Europe et en Amérique du Nord. L'entreprise, fruit d'un investissement de 7 millions d'euros, a enregistré en 2004 un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros. Un exemple à méditer.

³⁰ <http://landart.qc.ca/pdf/omega3.pdf>

³¹ <http://energiemines.ma/?p=1162>

Comme cette activité n'existe pas encore au Maroc, aucune statistique la concernant n'est actuellement disponible.

8. CHÂÎNES DE PRODUCTION ET CARTOGRAPHIE DES PRODUITS DE LA CATÉGORIE 2³²

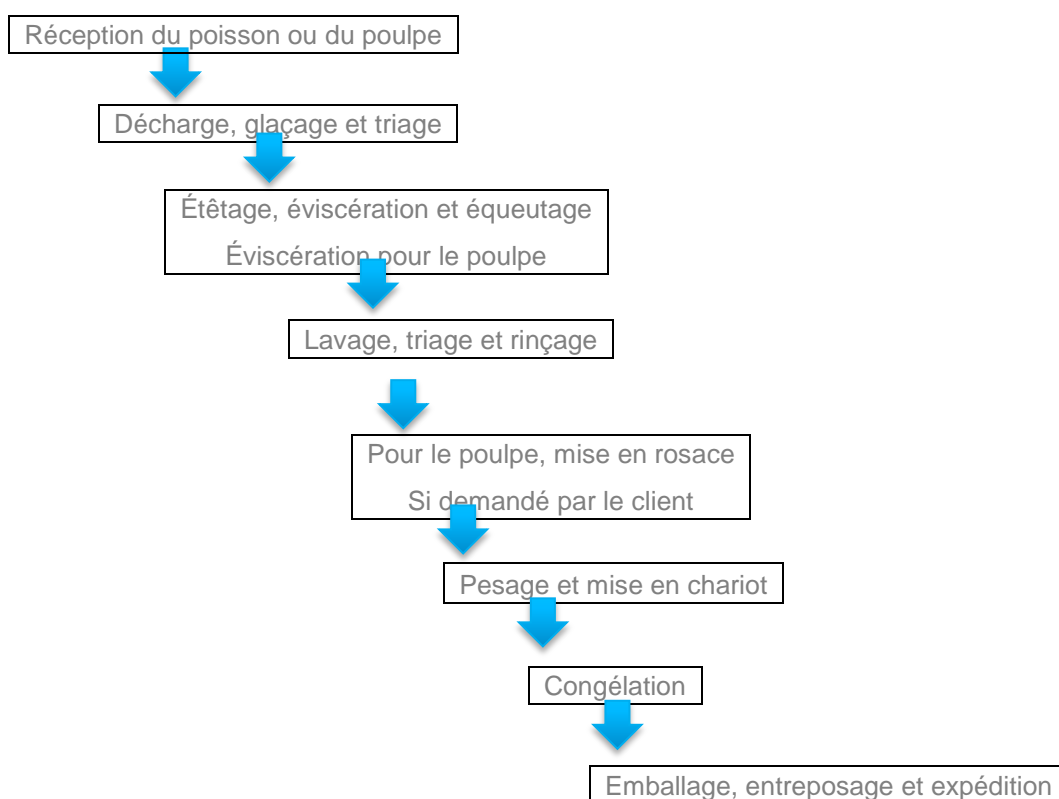
Dans cette section, il sera traité en particulier de deux activités : celle de la congélation d'une part, et celle de la conservation d'autre part. Les diagrammes de production détaillés de ces deux activités sont repris en annexe.

8.1. Chaîne de valeur de l'activité de congélation

A priori, tous les produits de la pêche peuvent faire l'objet de congélation. Néanmoins, il sera traité ici uniquement de la congélation du poisson pélagique et du poulpe, soit les deux espèces les plus fréquentes dans cette industrie au Maroc.

L'activité de congélation du poisson, bien que très présente dans le tissu de valorisation, n'apporte pas beaucoup de valeur ajoutée au produit. D'ailleurs, les marges actuelles de profit qui sont généralement très modestes, expliquent toutes les difficultés de cette activité qui est l'une des toutes premières à pâtir des problèmes d'approvisionnement. D'ailleurs, par rapport à l'activité de fabrication de farine et d'huile de poisson qui peut récupérer dans le cycle de production des matières premières dont le taux d'histamine est élevé, celle de la congélation est soumise à des règles sanitaires et de qualité beaucoup plus strictes. Ainsi, il n'est pas rare de voir les clients de la congélation exiger un taux d'histamine inférieur à 25 ou à 30 ppm, alors que les industriels de la farine et de l'huile de poisson peuvent accepter du poisson dont ce taux avoisine parfois le millier de ppm. Les principales étapes de la chaîne de valeur de l'activité de congélation sont résumées dans la figure ci-après.

Figure 16. Cycle de production de l'activité congélation



³² Voir les diagrammes de production détaillés en annexe.

Certaines entreprises comme DIPROMER à Laâyoune, procèdent parfois à la congélation du poisson en utilisant une méthode d'origine chilienne appelée « Congélation par immersion de saumure (une solution de sel et d'eau) » à une température de -25 à -32 degrés. C'est une méthode demandée parfois par les aquaculteurs des pays importateurs. Elle est également utilisée pour la préparation d'appâts.

Les industriels de la congélation sont regroupés dans leur majorité sous la bannière de l'Association Nationale des Industries de la Congélation des produits de la Mer (ANICOM) située à Laâyoune et qui fait partie de la FENIP.

L'activité de congélation de poisson exercée par quelque 189 entreprises employant plus de 30.000 personnes, est responsable en 2013 de 6,4 milliards de DH des exportations totales des pays. Elle partage de nombreuses difficultés avec celle de la production de la farine et de l'huile de poisson et surtout dans les provinces du Sud du Maroc. Certaines de ces difficultés sont même exacerbées par la nature hautement périssable du poisson destiné à l'alimentation humaine ce qui nécessite le renforcement des précautions sanitaires, hygiéniques et sécuritaires et génère une augmentation des coûts :

- Les analyses chimiques et microbiologiques ne peuvent pas être effectuées sur place. La plupart d'entre ces dernières doivent se faire à Casablanca, voire même à l'étranger, ce qui occasionne des délais et des coûts qui affaiblissent la compétitivité des industriels du sous-secteur et neutralisent même l'avantage de fraîcheur qui constitue le pilier de la compétitivité de l'offre marocaine. Ainsi, les analyses de plomb, d'arsenic, de cadmium, de mercure, de DDT, de nitrosamines, d'hexachlorocyclohexane, de césium 137, de vibrio parahaemolyticus, doivent s'effectuer dans les laboratoires de Casablanca. Celles d'aérobies mésophiles et anaérobies bacilles intestinaux, de même que celles de staphylocoques auréus et de pathogènes dont listeria monocytogènes et salmonelles sont faites à Agadir. Certaines analyses sont même envoyées à l'étranger comme le PCB, le strotium 90 et la dioxine. En outre, les services vétérinaires provinciaux exigent que toutes les exportations vers les pays de l'UD (Union douanière entre la Russie, la Biélorussie et la Kazakhstan) soient impérativement accompagnées (ou suivi dans un délai de 15 à 30 jours suivant les tests demandés) des résultats des analyses ci-dessus. Les exportateurs doivent en plus signer un engagement dans lequel ils déclarent accepter de rapatrier à leurs frais toute marchandise dont la « non-conformité analytique » est constatée au moment de la quarantaine mobile.
- Il est vrai que la plupart des entreprises visitées disposent d'un laboratoire interne, mais son rôle se limite souvent au contrôle de la fraîcheur du poisson.
- L'éloignement du port d'Agadir, le plus proche qui permet de manutentionner et de charger des marchandises conteneurisées, pose un problème encore plus épineux pour les industriels de la congélation que pour ceux de la farine. En effet, contrairement à la farine et à l'huile qui peuvent être transportées à partir du port de Laâyoune puisqu'elles ne nécessitent pas la conteneurisation, le poisson congelé requiert un transport frigorifique qui contribue à l'augmentation des coûts. Ainsi, le coût de transport d'un container de Laâyoune jusqu'à Agadir est évalué à 9.300 à 12.500 DH, voire plus.
- Malgré les analyses auxquelles l'activité de congélation est astreinte, la contamination du poisson peut se faire à cause de facteurs exogènes. Ainsi, la pêche côtière pratiquée à Laâyoune, se fait parfois dans des conditions qui ne garantissent pas la fraîcheur des poissons à l'arrivée à cause de l'insuffisance de la glace utilisée à bord ou encore de l'état des cales des embarcations où le poisson est entassé après sa capture. La contamination peut également être causée par la glace elle-même fabriquée à partir de l'eau de robinet et qui n'est pas toujours assujettie lors de sa congélation à des analyses rigoureuses quant à sa qualité.
- À cause de la concurrence acharnée dans le secteur, les marges bénéficiaires de cette activités sont souvent très basses. Un industriel dit acheter la caisse de poisson (environ 15 kg glace comprise) à environ 75 DH. Il estime son coût de valorisation à environ 8 DH, soit un prix de revient d'environ 83 DH. Son prix de vente départ-usine ne dépasse guère 90 DH.
- Les femmes employées dans cette activité de congélation représentent entre 50 et 80% suivant les entreprises. Elles représentent même 95% dans une entreprise de Casablanca. Environ le

quart des entreprises visitées sont dirigées par des femmes. Les jeunes de moins de 25 ans représentent, quant à eux, entre 5 et 20%, mais la moyenne se situerait plus du côté de 8% à 10%.

- Tous les industriels de l'activité de congélation disent préférer employer des femmes, mais ceux des entreprises du sud se plaignent du nombre très limité de femmes sur le marché du travail de la région et surtout pour les emplois saisonniers. La pénurie des femmes sur le marché du travail est encore plus grande dans les entreprises de Dakhla.

8.2. Chaîne de valeur de l'activité de conserve de poisson

Comme on peut le voir en détail en annexe, la chaîne de valeur de l'activité Conserve de poisson comporte plus d'étapes que la plupart des chaînes des autres activités. Sans entrer dans le détail de ces étapes, nous en énumérons les plus importantes ci-après :

- Réception, contrôle et triage
- Entreposage à froid
- Étêtage, éviscération et équeutage manuel ou automatique
- Lavage et saumurage
- Mise en boîte et en grille
- Cuisson
- Séchage et contrôle du poids
- Salage, dosage et jutage
- Marquage et estampage
- Sertissage
- Lavage et mise en paniers
- Stérilisation
- Refroidissement
- Emballage
- Stockage et/ou expédition

Il est important de noter que le processus décrit ci-dessus est typique de la plupart des 48 entreprises nationales de conserve de poisson qui ont exporté en 2013 pour 4,4 milliards de DH. L'activité n'a pas connu beaucoup de changement depuis son introduction dans les années 40 sauf en ce qui concerne l'automatisation de certaines tâches comme l'étêtage, éviscération, équeutage ainsi que le sertissage.

Comme nous le répèterons plus loin dans ce rapport, cette activité, bien qu'actuellement assez rentable et jouissant d'une image de marque assez solide, présente un potentiel certain d'innovation. En effet, la tendance du marché mondial actuellement est vers la généralisation de nouveaux types d'emballage des produits conservés donnant un meilleur attrait au produit en étalage et permettant de le visualiser avant son achat par le consommateur.

En plus de la plupart des difficultés dont se plaignent les industriels des autres sous-secteurs, ceux de la conserve se plaignent également de l'absence d'une industrie de design d'emballages innovants pour mieux mettre leurs produits en valeur. Les industriels des provinces du sud du Maroc se plaignent en plus de l'éloignement des fabricants de boîtes en fer blanc dont la plupart sont localisés dans la région de Casablanca.

8.3. Conclusion

Dans cette section, les chaînes de valeur des principales activités retenues dans cette étude ont été présentées à grands traits et leurs principales étapes identifiées. De même, les difficultés majeures auxquelles les industriels de ces sous-secteurs disent être confrontés ont été rapportées et expliquées quant à leur nature et, chaque fois que cela a été possible, quant à leur portée également.

En amont des chaînes de valeur et au-delà de leur grande diversité, de nombreuses fois soulignée dans ce rapport, il semble que pour la plupart des sous-secteurs, la principale difficulté réside dans l'irrégularité et la qualité des approvisionnements dues à divers facteurs dont notamment, mais pas exclusivement, des facteurs climatiques. L'absence d'un système fluide d'achat et de transport des matières achetées contribue également à exacerber la situation.

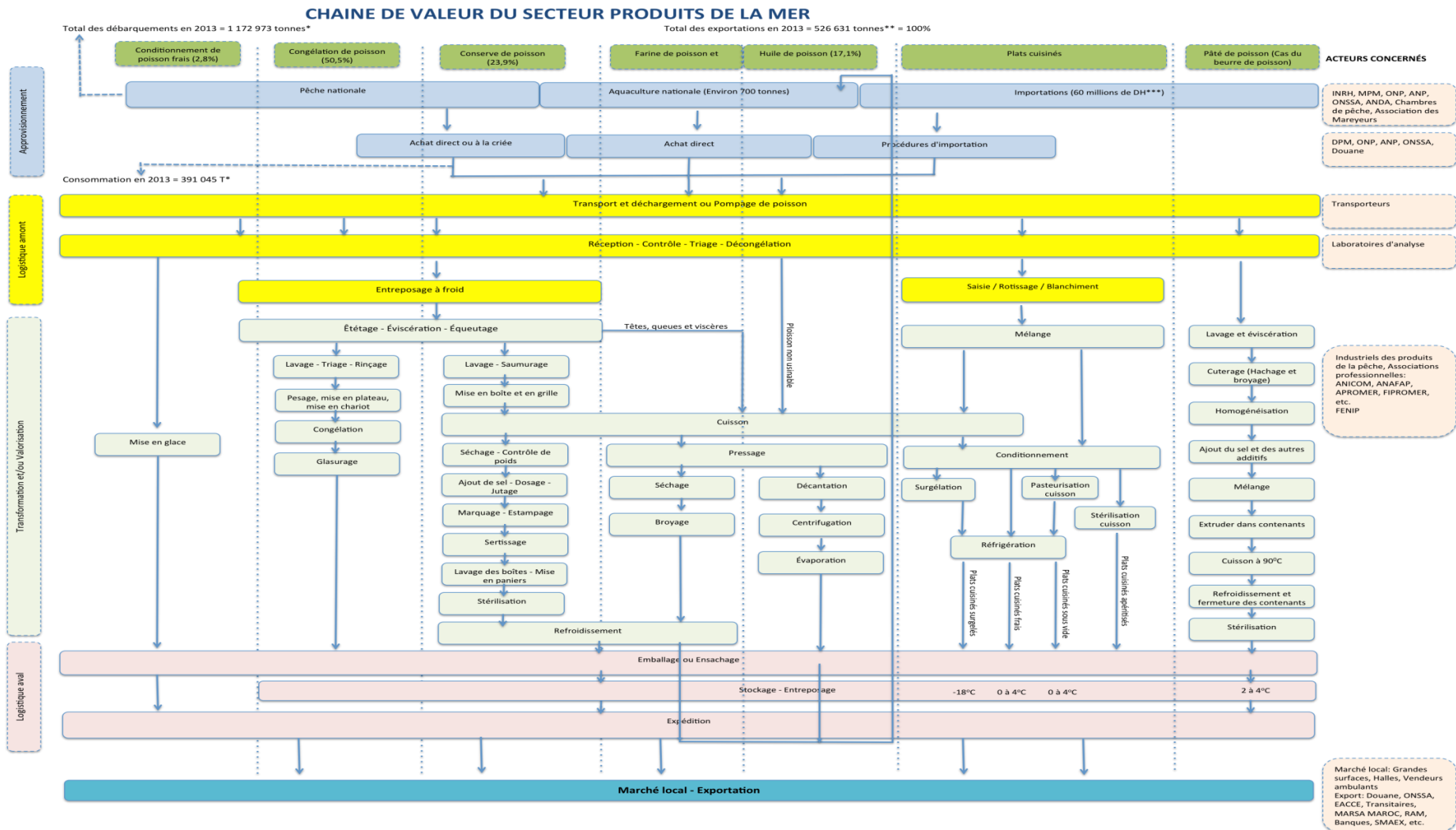
Par rapport à la chaîne de valeur elle-même, il convient de noter la rigidité du processus de production qui, si elle contribue à augmenter la productivité des sous-secteurs par l'effet de l'expérience, va souvent à l'encontre de tout effort d'innovation. En plus, la vétusté de l'outil de production de plusieurs entreprises du secteur, annihile souvent, voire contrebalance, le gain de productivité par l'expérience.

S'agissant d'activités fortement liées à l'alimentation humaine, et également animale pour ce qui est de la FHP, la nécessité de procéder à des contrôles et analyses stricts à tous les niveaux de la chaîne de valeur et même au-delà, va en se renforçant. Or, à part quelques contrôles de base, la plupart des entreprises du secteur ne disposent pas de moyens pour ce faire. Au-delà des coûts et délais que la sous-traitance de ces contrôles et analyses occasionne et qui grugent la compétitivité de l'industrie nationale, une telle absence rend difficile le développement de nouvelles activités nécessitant une analyse continue et en temps réels de la qualité des produits fabriqués.

Enfin, en aval de la chaîne de valeur, l'industrie dans son ensemble souffre des conditions logistiques et de transport qui, quand elles ne sont pas insuffisantes ou de mauvaise qualité, sont trop onéreuses et grugent la compétitivité de l'industrie. Cette faiblesse se trouve exacerbée dans le cas des unités de transformation situées en régions éloignées des principaux ports et aéroports convenablement équipés. Ces conditions empêchent souvent les industriels marocains de profiter de l'effet de proximité avec les marchés traditionnels et de pénétrer de nouveaux marchés. Les coûts sont en effet élevés pour le transport des marchandises sur les premiers et les lignes de transport souvent absentes sur les seconds.

La figure suivante schématise les chaînes de valeur des principales activités relevant du secteur des produits de la mer. À l'extrême droite du schéma, sont indiqués les principaux acteurs concernés par l'étape correspondante de la chaîne de valeur.

Figure 17. Chaîne de valeur du secteur des produits de la mer



* Statistiques de l'ONP; ** Statistiques de l'EACCE; *** Statistiques de l'Office des Changes

9. ENVIRONNEMENT NATIONAL DES AFFAIRES³³

Sous l'effet de conditions climatiques très favorables, la valeur ajoutée agricole a marqué en 2013 une hausse de 19%, portant la croissance globale à 4,4% après 2,7% en 2012. En revanche, les activités non agricoles ont connu un ralentissement notable de 4,4% à 2,3%, avec une décélération des secteurs secondaire et tertiaire. En particulier, la branche des mines a enregistré une contraction, tandis que le BTP et les industries manufacturières continuent de croître à des taux faibles, en dépit du dynamisme récent de certaines filières à forte valeur ajoutée. Au niveau des services, la reprise du tourisme s'est consolidée en 2013, alors que la progression des Postes et Télécommunications a fortement décéléré, revenant de 25,6% à 2,8%.

Du côté de la demande, sa composante intérieure a progressé de 2,6% après 3% en 2012, en raison de la diminution du rythme d'accroissement des dépenses publiques, du maintien de celui de la consommation des ménages au même niveau qu'en 2012 et du léger recul de l'investissement pour la deuxième année consécutive. S'agissant de la composante extérieure, la baisse des importations de biens et services conjuguée à l'amélioration des exportations, en termes réels, a porté sa contribution à la croissance à 1,6 point de pourcentage.

A prix courants, le PIB s'est établi à 872,8 milliards de dirhams, en progression de 5,5%, de même, les transferts et revenus courants nets en provenance de l'extérieur se sont inscrits en hausse de 27,7% à 49,2 milliards. Le revenu national brut disponible a marqué ainsi un accroissement de 6,5% après 2,7%.

En termes réels, la valeur ajoutée du secteur des pêches a consolidé son évolution positive entamée en 2012. Ainsi, et après une baisse de 9,5% en 2010 et de 1,5% en 2012, la valeur ajoutée s'est appréciée de 13,7% et de 15,7% respectivement en 2012 et en 2013 (Bank Al Maghrib).

Ainsi, « la production s'est accrue de 4,6% en volume, à 1,2 million de tonnes, et de 6% en valeur, à 5,5 milliards de dirhams. Une part de 33,3% de cette production a été affectée³⁴ à la consommation en frais, 37,3% aux unités de congélation, 15,5% aux usines de fabrication de « farine et huile de poisson » et 13,0% aux unités industrielles de conserve. » (Bank Al Maghrib : 43).

9.1. Perspectives de développement de l'environnement national du secteur – Plan Halieutis

Afin de promouvoir le secteur des produits de la pêche, les autorités marocaines ont officiellement lancé le Plan Halieutis en 2009 avec pour principal objectif d'augmenter le PIB du secteur à 21,9% pour une valeur de 21 milliards de DH à l'horizon 2020. La réalisation de cette vision passera par la concrétisation de 16 projets dans les principales zones de pêches de Tanger, Agadir et Laâyoune.

Ce Plan repose sur trois axes stratégiques, à savoir:

- La durabilité : assurer la pérennité du secteur pour les générations futures
- La performance : gérer de manière efficiente les équipements et les infrastructures de débarquement, et mettre en place un mécanisme de contrôle de la qualité afin de garantir aux consommateurs l'accès à des produits avec un haut niveau de sécurité sur les plans de l'hygiène et de la santé.
- La compétitivité : proposer des produits bien valorisés et compétitifs, en facilitant l'accès des industriels aux matières premières et en misant sur les marchés les plus porteurs.

Le Plan Halieutis se fixe également pour objectifs de :

³³ Cette section s'inspire largement du rapport de Bank Al Maghrib 2013. Voir également la section intitulée « Esquisse générale du secteur » ainsi que la Table 3 intitulée « Cartographie synoptique des produits de la mer ».

³⁴ Il convient de noter que ces statistiques sont fondées sur les intentions déclarées au moment du débarquement des poissons et non sur les affectations réelles qui peuvent (et sont en règle générale), différentes des intentions initiales.

- réduire la part de l'informel dans le volume d'affaires du secteur des produits de la mer de plus de 30% en 2009 à moins de 15% en 2020;
- d'augmenter le nombre d'emplois directs (à 115.000 personnes) et indirects dans le secteur (à 510.200);
- de multiplier le chiffre d'affaires du secteur à l'exportation (pour représenter 3,1 milliards de dollars contre 1,2 en 2007); et
- de booster la consommation nationale de poisson (à 16 kg par an et par habitant contre 10 à 12 kg en 2007)³⁵.

9.2. Principaux projets de coopération dans le secteur des produits de la mer

Par rapport aux projets achevés ou en cours dans le secteur des produits de la mer, il y a lieu de citer les projets de coopération suivants. Le lecteur pourra avoir accès à plus de détails en annexe.

- Agence Française de Développement (AFD) : 350 millions d'euros visant à soutenir la pêche artisanale sur la période allant de 2010 à 2014.
- Common Fund for Commodities (CFC) : Plus de 1,8 millions de dollars pour la mise à niveau des petites unités du secteur de la pêche et leur intégration au commerce international. Ce projet a commencé en 2007.
- Food and Agriculture Organization (FAO) : 800 mille dollars pour la protection des écosystèmes marins en méditerranée. Ce projet a commencé en 2007 et se poursuivra jusqu'en 2015. Un autre projet d'un coût total de 2,36 millions de dollars a pour but la modernisation du secteur en méditerranée occidentale. Cependant, on ne sait pas quelle est la part qui profitera au Maroc de ces deux financements régionaux.
- Millenium Challenge a permis de financer des projets de la pêche artisanale au profit de 22.369 bénéficiaires totalisant quelque 122,6 millions de dollars américains pour la mise à niveau du secteur (El Abbassi, 2013).
- Banque Mondiale : 25,18 millions de dollars pour la mise en place d'un système intégré de gestion maritime.

9.3. Structures et procédures de suivi et de contrôle de l'industrie

Eu égard à leurs enjeux en matière de sécurité alimentaire, les industries liées au poisson, en général, font l'objet d'un contrôle rigoureux à différents niveaux de la filière de valeur. Ces contrôles sont assurés par de nombreux organismes dont trois qui jouent un rôle prépondérant. Il s'agit des organes relevant du Ministère des pêches maritimes, de l'ONSSA et de l'EACCE qui relèvent tous les deux du Ministère de l'Agriculture. En outre, les industriels du secteur doivent se soumettre aux exigences des différents pays importateurs en mettant à leur disposition des certificats d'analyse en laboratoire.

9.3.1. Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires (ONSSA)

Les missions de l'ONSSA sont multiples et très variées, mais versent toutes dans l'objectif de s'assurer pour le compte du gouvernement de la salubrité des produits alimentaires locaux, importés et/ou destinés à l'exportation. Ces attributions sont définies explicitement par l'Article 2 de la loi n° 25-08 portant sa création, qui dispose ce qui suit³⁶:

- Appliquer la politique du gouvernement en matière de sécurité sanitaire des végétaux, des animaux et des produits alimentaires depuis les matières premières jusqu'au consommateur final, y compris les denrées destinées à l'alimentation des animaux;

³⁵ <http://www.maroc.ma/fr/content/halieutis>. Site consulté le 13 septembre 2014. Les chiffres entre parenthèses proviennent du site suivant : <http://www.salonhalieutis.com/content/plan-halieutis/index.html>

³⁶ http://www.onssa.gov.ma/fr/index.php?option=com_content&view=article&id=167&Itemid=521. Site consulté le 13 septembre 2014.

- Assurer la protection sanitaire du patrimoine végétal et animal national et contrôler les produits végétaux et animaux ou d'origine végétale ou animale, y compris les produits de la pêche, à l'importation, sur le marché intérieur et à l'exportation;
- Assurer la surveillance sanitaire des animaux et contrôler leur identification et leurs mouvements;
- Appliquer la réglementation en vigueur en matière de police sanitaire vétérinaire et phytosanitaire;
- Procéder à l'analyse des risques sanitaires que peuvent engendrer les produits alimentaires et les denrées destinées à l'alimentation des animaux sur la santé des consommateurs ainsi que les agents pathogènes pour la santé des végétaux et des animaux;
- Contrôler les maladies des végétaux et des animaux, les produits issus des végétaux et des animaux, les denrées destinées à l'alimentation des animaux, les médicaments vétérinaires ou tout autre produit destiné à l'usage de la médecine et de la chirurgie vétérinaires;
- Délivrer les autorisations ou les agréments sanitaires, selon le cas, des établissements dans lesquels les produits alimentaires et les denrées destinées à l'alimentation des animaux sont produits, fabriqués, traités, manipulés, transportés, entreposés, conservés ou mis en vente, à l'exception des halles aux poissons, des navires de pêche, des barges flottantes et des unités de traitement, de production, de transformation, de conditionnement et de conservation des produits et sous-produits de pêche maritime;
- Emettre son avis en ce qui concerne la conformité sanitaire des établissements de pêche maritime visés au paragraphe précédent avant leur agrément;
- Contrôler et procéder à l'enregistrement des médicaments vétérinaires et des établissements pharmaceutiques vétérinaires;
- Contrôler les additifs alimentaires, le matériel de conditionnement, les produits et matériaux susceptibles d'entrer en contact avec les produits alimentaires ainsi que les engrais et les eaux d'irrigation;
- Autoriser et/ou enregistrer les exploitations d'élevage;
- Contrôler et procéder à l'homologation des pesticides et à l'agrément des établissements qui les produisent, les importent ou les exportent;
- Contrôler et procéder à la certification des semences et des plants et à l'agrément des établissements qui les produisent, les importent ou les exportent.

9.3.2. Établissement de Contrôle et de Coordination des Exportations (EACCE)³⁷

De son côté, l'EACCE remplit pour le compte de l'État, toute une panoplie de missions qu'on peut lire sur son site³⁸. Ainsi, l'établissement est notamment chargé de :

- Exercer le contrôle technique des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains destinés à l'exportation conformément à la législation et la réglementation en vigueur ;
- Contribuer et participer à l'élaboration, l'actualisation et la mise en œuvre de la réglementation applicable aux produits alimentaires agricoles et maritimes marocains à l'exportation ;
- Animer les comités sectoriels spécialisés de coordination des exportations des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains à l'exportation ;
- Faciliter l'application des accords commerciaux relatifs aux exportations des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains conclus entre le Maroc et ses partenaires étrangers ;

³⁷ Pour ne pas alourdir le texte, le lecteur désireux d'en savoir plus sur le processus de contrôle de l'EACCE peut se référer au Guide de l'exportateur à l'adresse suivante : <http://web2.eacce.org.ma/Portals/0/GuideExportmaroc.pdf>

³⁸ <http://web2.eacce.org.ma>. Site consulté le 13 septembre 2014.

- Permettre la concertation pour la coordination de la mise en marché des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains destinés à l'exportation ;
- Veiller au respect des conditions techniques prévues par les différents accords relatifs aux exportations des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains ;
- S'assurer que les produits alimentaires agricoles et maritimes marocains destinés à l'exportation respectent les exigences législatives et réglementaires qui leur sont applicables sur les marchés extérieurs de destination ;
- Contribuer à la promotion de l'image et de la qualité des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains sur les marchés extérieurs de destination ;
- Contribuer à l'accompagnement des exportateurs pour la consolidation de la position des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains sur les marchés extérieurs de destination ;
- Organiser, réaliser et participer, au Maroc et à l'étranger, à des manifestations ou actions ayant pour objet la promotion et le développement des exportations des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains ;
- Assurer une veille stratégique opérationnelle sur les marchés d'exportations des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains notamment à travers :
 - La production et la mise à jour des données statistiques, économiques et commerciales concernant l'exportation des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains ;
 - La veille technologique, concurrentielle, réglementaire et commerciale notamment par la collecte, le traitement, l'analyse et le suivi des informations et des données à même de favoriser la compétitivité et le développement des exportations des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains ;
 - La mise en place des moyens d'échange d'informations et d'expériences avec les organismes et instances à caractère public ou privés des pays destinataires ou potentiellement destinataires des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains
 - L'accompagnement des exportations des petites entreprises pour la qualification et la valorisation des produits destinés à l'exportation ;
- Emettre des recommandations au profit des exportateurs sur les mesures à prendre en se basant sur les informations recueillies dans le cadre de la veille stratégique ;
- Servir d'interface entre les opérateurs et les institutions nationales et étrangères publiques et privées dans le domaine des exportations des produits alimentaires agricoles et maritimes marocains.

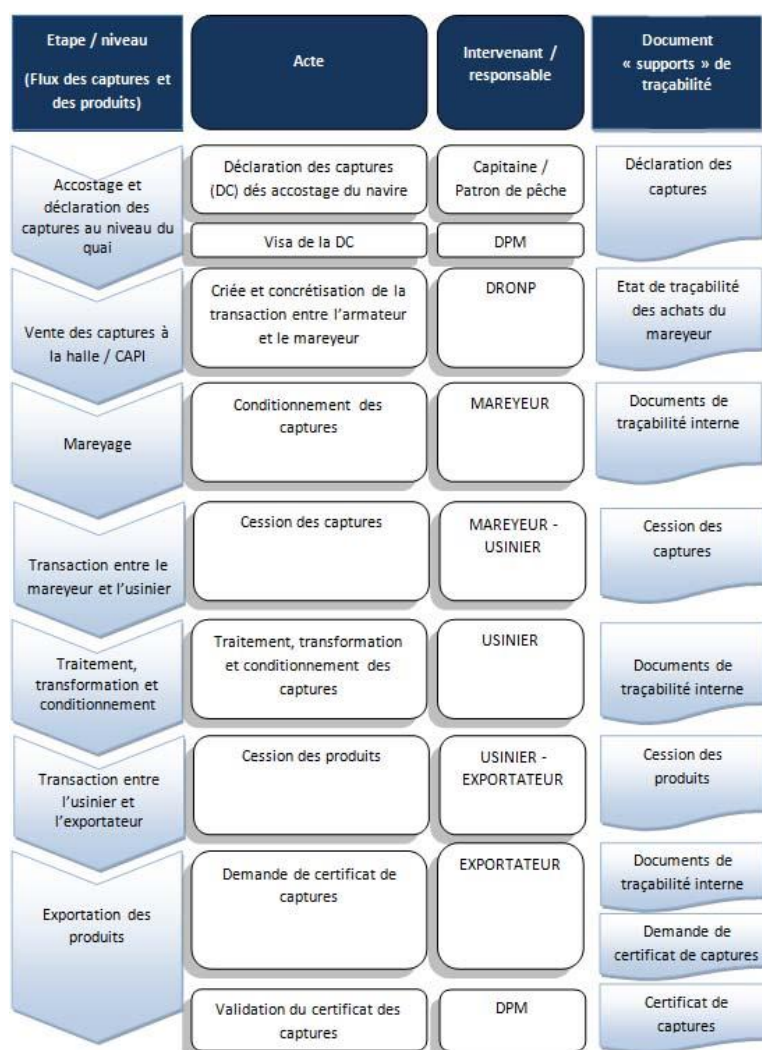
9.3.3. Ministère des Pêches Maritimes

« Afin de permettre la détermination et la vérification de l'origine des captures et répondre notamment aux exigences relatives à la certification des captures exigée par certains marchés notamment le marché de l'Union Européenne (règlement CE 1005/2008 de l'Union Européenne), le Département de la Pêche Maritime a élaboré une procédure visant à certifier la conformité, aux lois et règlements en vigueur en matière de pêche maritime, de tous les produits de la pêche, y compris ceux transformés, issus des captures débarquées par les navires de pêche battant pavillon marocain. ³⁹ »

La procédure de déclaration et de certification des captures est schématisée ci-après :

³⁹ http://www.mpm.gov.ma/wps/portal/Portail-MPM/Contrôle%20et%20surveillance%20des%20pêcheries/Procedures%20-outils!/ut/p/b1/04_Sj7QwNTEzMDI3tNSP0l_KSyzLTE8syczPS8wB8aPM4g3c3H38jQzMDCzCwiwMPM1NAzw9PZ0NTcwM9HOjHBUBx6amlw!!/ Site consulté le 13 septembre 2014.

Figure 18. Schéma simplifié du processus de certification des captures



9.4. Structures de recherche halieutique : Institut National de Recherche Halieutique (INRH)

Créée en novembre 1996 par Dahir no. 1-96-98 du 29 juillet 1996, l'INRH est un établissement public à caractère scientifique et technique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Il « a pour mission d'entreprendre toutes activités de recherche, études, actions, expérimentations, et travaux ayant pour objectif la préservation, l'aménagement et la rationalisation de la gestion des ressources halieutiques et aquacole et leur valorisation. » INRH (A)

Les domaines de recherche de l'INRH portent sur :

- l'évaluation et le suivi continu des ressources. À cet égard, l'Institut évalue et suit en continu les potentialités des ressources halieutiques au moyen des prospections en mer et à travers les activités de la pêche. Il détermine également les niveaux d'exploitation des ressources et évalue l'influence et l'évolution des facteurs régissant leur développement.
- La dynamique, la qualité et la salubrité du milieu marin. À ce sujet, l'INRH promeut les recherches dans le domaine de l'environnement du milieu marin, assure la surveillance et le suivi de l'état de salubrité dudit milieu à travers des analyses scientifiques régulières et identifie, localise et évalue toutes les sources de pollution affectant ou susceptibles d'affecter le milieu.
- L'océanographie et les technologies marines. L'INRH réalise les études océanographiques nécessaires à la compréhension du fonctionnement des écosystèmes marins, procède aux essais in-situ pour mettre au point les techniques d'élevage et les modes d'exploitation, étudie

les équipements de pêche dans le but d'en améliorer la productivité et, enfin, réalise des études et expérimentations de nouvelles techniques en vue de leur introduction. Il élabore également les cartes de fond de pêche pour une meilleure rentabilisation des activités.

- L'économie de la pêche et la valorisation des produits. L'INRH mène des études économiques pour une meilleure connaissance du secteur en vue de permettre à l'Administration d'élaborer des programmes de développement et de gestion des pêcheries et de l'aquaculture. Des recherches sur la valorisation des produits de la mer y sont également effectuées pour obtenir des produits de plus grande valeur ajoutée et créer de nouvelles molécules à usage industriel à partir de la ressource.

9.5. Cas particulier du Sous-secteur de l'aquaculture

L'environnement national de l'aquaculture est dominé par la création de l'Agence Nationale pour le Développement de l'Aquaculture (ANDA) en 2011 (Loi no. 52-09, promulguée par le Dahir no. 1-10-201 (18 février 2011). Il s'agit d'un établissement public doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière.

L'ANDA a pour mission de promouvoir le développement de l'aquaculture marine notamment par :

- la participation à la mise en œuvre de la politique du gouvernement en matière d'aquaculture.
- La proposition de plans d'actions spécifiques dans le cadre du Plan Halieutis.
- La promotion des activités d'aquaculture aussi bien à l'exportation que sur le plan national.

Elle a également pour mission de suivre la mise en œuvre de la stratégie nationale en matière de développement de l'aquaculture et de mesurer son efficacité (ANDA, 2012a).

De l'aveu même des autorités compétentes, « l'arsenal juridique régissant l'activité [aquacole] reste disparate et incomplet et implique l'intervention de plusieurs acteurs. Cette situation n'est pas sans effet sur les investissements dans le secteur de l'aquaculture au Maroc et freine le développement de la production aquacole. » ANDA (2012b : 9).

Pour pallier cette situation, l'ANDA s'est attelée récemment à la tâche d'élaborer un nouveau cadre juridique spécifique à l'aquaculture marine. C'est dans ce cadre qu'une consultation internationale a été lancée en 2012 afin de mettre en place un « Code de l'Aquaculture ».

L'aquaculture est une composante clé du Plan Halieutis. En effet, les fermes aquacoles demeurent marginales avec moins de 1000 tonnes produites en 2011 (OBG, 2013) en raison de plusieurs obstacles et contraintes comme la disponibilité des terrains, les coûts d'investissement, les contraintes environnementales et réglementaires en plus d'une grande dépendance vis-à-vis des marchés d'exportation. À cet égard, le Plan Halieutis s'est assigné pour but d'augmenter la production aquacole à quelque 200.000 tonnes annuellement à l'horizon 2020, soit un pourcentage de 11% de la production halieutique totale du Maroc, pour une valeur avoisinant les 5 milliards de DH. L'effectif employé par le secteur doit passer d'environ 62.000 à 115.000 en 2020. Quatre grandes zones de production ont été pré-identifiées dans le cadre du Plan, à savoir M'diq, lagune de Oualidia, baie d'Agadir et baie de Dakhla (FENIP, 2010)

Afin de concrétiser cette vision, la nouvellement créée Agence Nationale pour le Développement de l'Aquaculture (ANDA) a lancé en octobre 2012 un appel d'offres pour l'installation de neuf fermes aquacoles sur la côte méditerranéenne d'une superficie variant entre 20 et 40 hectares. Les neuf fermes doivent nécessiter un investissement d'environ 295 millions de DH (OBG, 2013).

9.6. Accords de pêche conclus par le Maroc

Au fil des années, le Maroc a conclu de nombreux accords de pêche permettant à des flottes étrangères de pêcher dans les eaux territoriales du royaume. C'est ce qu'il est convenu d'appeler « les accords de coopération avec possibilité d'accès à la ressource ». Trois accords de ce type sont actuellement en vigueur avec l'UE, la Russie et le Japon.

9.6.1. Accords de pêche conclus avec l'Union européenne

Le premier accord de pêche conclu entre l'UE et le Maroc date de 1995. Au moment de sa signature, cet accord était, de loin, le plus important jamais signé entre l'UE et un pays hors UE. Les parties ne se sont toutefois pas accordées sur le renouvellement du protocole, en 1999. Il n'y a donc eu aucun accord jusqu'à l'entrée en vigueur de l'actuel partenariat sur la pêche, le 28 février 2007.

L'actuel accord a été signé pour une période de quatre ans. Il a été tacitement reconduit du 28 février 2011 au 27 février 2015. Le premier protocole annexé à l'accord a expiré le 27 février 2011. Il a apporté une contribution financière de 36,1 millions d'euros, dont 13,5 millions destinés à soutenir la politique de la pêche du Maroc. Grâce à cet accord et au protocole, le Maroc a délivré des autorisations de pêche à des navires provenant de onze États membres de l'UE.

Un second protocole, qui reprend quasiment les mêmes conditions que son prédécesseur, prolonge celui-ci d'un an. Il a été négocié en février 2011 et appliqué à titre provisoire jusqu'en décembre 2011, date à laquelle le Parlement européen a décidé de ne pas en approuver la conclusion.

Les négociations en vue de la conclusion d'un nouveau protocole ont démarré en novembre 2012. Au terme de six cycles de discussions, un nouveau protocole a été paraphé par les deux parties, le 24 juillet 2013⁴⁰. Cependant, son entrée en vigueur a été reportée de nombreuses fois⁴¹. Au total, 126 navires battant les pavillons de 11 pays européens sont concernés par cet accord.

9.6.2. Accords de pêche conclus avec la Russie

En 2013, le Maroc a signé un nouvel accord de pêche, le sixième dans l'histoire des relations de la coopération halieutique maroco-russes. Ce nouvel accord vient remplacer celui signé entre les deux pays en 2010 à Moscou.

S'étalant sur quatre ans, ledit accord permet à une flotte de 10 navires russes de reprendre leurs activités de pêche de petits pélagiques dans les eaux marocaines de l'Atlantique-sud. Désormais, les armateurs russes s'acquitteront d'une contrepartie financière représentant le droit d'accès à la ressource. Soulignons que cette contrepartie financière annuelle a été augmentée à hauteur de 100% en ce qui concerne l'accès à la ressource et de 40% en ce qui concerne les captures.

L'accord envisage également la réduction du quota de pêche annuel autorisé d'environ 50% et l'augmentation des recettes financières, qui seront obtenues à travers la révision du prix référentiel d'environ 45%. Pour rappel, cette compensation financière a été instaurée pour la première fois en 2011. Dans le même cadre, les navires russes sont tenus d'embarquer en permanence un effectif de 16 marins marocains contre 14 dans l'ancien accord. Par ailleurs, et afin de s'assurer, en permanence, le suivi et le contrôle des activités de ces navires en mer, un observateur scientifique est également embarqué avec l'équipage des navires en question. Les navires russes sont également tenus, avant leur entrée en zones de pêche, d'effectuer des visites techniques dans un port marocain afin de contrôler leur conformité aux dispositions techniques de l'accord. De même, une vérification du système d'installation et de fonctionnement de la balise est effectuée. Ce qui permet la surveillance par satellite de chaque navire, ainsi que l'embarquement des marins et de l'observateur scientifique.

Notons que les relations de coopération entre le Maroc et la Russie sont historiques dans le secteur de la pêche. En effet, le premier accord de pêche a été signé en 1992. Ceci étant, un programme de

⁴⁰ http://ec.europa.eu/fisheries/cfp/international/agreements/morocco/index_fr.htm. Site consulté le 14 septembre 2014.

⁴¹ Le Matin du 14 septembre 2014 annonce que 49 navires espagnols retourneront pêcher dans les eaux marocaines dès le samedi 20 septembre après une absence de trois ans. <http://www.lematin.ma/express/2014/accord-de-peche-maroc-ue-madrid-se-rejouit-de-son-retour-dans-les-eaux-marocaines/208958.html>

recherche conjoint a été mis en place dès lors, et plusieurs lauréats marocains ont été formés dans les établissements maritimes russes⁴².

9.6.3. Accords de pêche avec le Japon

Le Japon a financé une multitude de projets relatifs à la pêche, comme la formation maritime, la recherche scientifique, la formation maritime, le soutien à la pêche artisanale, la coopération aquacole, la coopération en matière de chantier naval, ainsi que la mise à disposition d'experts pour l'accompagnement de la réalisation des projets.

Les deux pays sont liés par un accord de pêche conclu en septembre 1985 qui accorde des possibilités de pêche des thonidés aux navires japonais en contrepartie du versement de frais de licences et d'observateurs scientifiques.

9.7. Conclusion

L'environnement national du secteur des produits de la mer présente de nombreux avantages pour les industries du secteur, mais n'en recèle pas moins d'inconvénients qui appellent à être corrigés. Ainsi, au registre des avantages, les performances du secteur ne cessent de s'améliorer et le marché aussi bien national qu'international reste très demandeur des produits marocains. En outre, les autorités marocaines manifestent une volonté ferme d'améliorer davantage l'industrie des produits de la mer en mettant en place un programme fort ambitieux, Halieutis, qui doit faire de cette industrie une véritable locomotive de développement économique du pays. En plus des entités d'appui et de contrôle déjà en place et dont le rôle a été renforcé, d'autres organismes comme l'ANDA ont été nouvellement créés pour pallier les insuffisances constatées en matière d'encadrement et de soutien.

Outre ces programmes et organismes, des accords de partenariats et de coopération bilatérale et multilatérale sont mis en branle pour aider davantage l'industrie à se moderniser et à se doter des moyens nécessaires à son développement. Les accords de pêche avec accès à la ressource signés avec l'Union européenne, la Russie et le Japon, renferment tous des dispositions permettant à l'industrie nationale de profiter de l'assistance technique et souvent également financière de ces partenaires.

Dans le répertoire des inconvénients, il y a lieu de citer, encore une fois, les problèmes liés à l'approvisionnement en ressources halieutiques. Ainsi, les accords de pêche, malgré leurs avantages indéniables, sont souvent accusés de dilapider la ressource nationale. Plusieurs pêcheurs disent être incapables de concurrencer les bateaux étrangers qui sont beaucoup plus performants et qui ont une capacité de capture plus élevée que celle des nationaux.

Les organes de contrôle et d'appui de l'industrie sont également perçus parfois comme des freins au développement de l'industrie. Le côté coercitif de leur mission les met parfois en porte-à-faux par rapport à leur rôle de soutien des entreprises. Ces dernières appellent à cet égard les organismes en question à plus de communication, mais également à plus de souplesse et surtout de coordination entre eux-mêmes. L'idée de créer un guichet unique à l'exportation est souvent citée pour éviter une perte de temps et d'argent.

⁴² <http://www.aujourd'hui.ma/une/Halieutis/maroc-russie-un-sixieme-accord-de-peche-101289#.VBX-WV7uR5Q>. Site consulté le 14 septembre 2014.

10. MARCHÉ MONDIAL DES PRODUITS AQUATIQUES

En 2012, le Japon et les Etats-Unis sont les plus grands marchés des produits de la mer avec respectivement 15% et 14% des importations mondiales estimées à 117 milliards de dollars. L'Espagne, la France et la Chine suivent de loin avec 5% chacune de ces importations.

À l'exportation, la Chine caracole seule en tête avec un pourcentage de 16% des exportations mondiales évaluées à 112,12 milliards de dollars, suivie de loin par la Norvège (8%), la Thaïlande (7%) et les Etats-Unis (5%).

En 2013, le marché mondial des produits aquatiques, bien qu'il continue d'être sur une tendance haussière, est toujours influencé par le contexte économique incertain sur les marchés traditionnels. La demande dans les pays émergents continue de progresser, stimulant la production intérieure et favorisant les importations. Selon la FAO, la production mondiale poursuit sa croissance, pour atteindre 160 millions de tonnes en 2013, soit une hausse de 2 % par rapport à 2012. Les captures sont stables autour de 90 millions de tonnes, tandis que la production aquacole mondiale est toujours en hausse (+ 5,4 %) et s'élèverait à 70 millions de tonnes.

Les échanges de produits aquatiques auraient progressé de 2,2 % en valeur (132 milliards de dollars américains), mais seraient restés quasiment stables en volume équivalent poids vif en 2013 (57,8 millions de tonnes). Sur les marchés, plusieurs faits marquants sont à signaler pour 2013 :

- un niveau record pour les exportations norvégiennes de cabillaud : les volumes ont progressé de 56 % par rapport à 2012, et la valeur de 19 % ;
- la flambée du cours du saumon depuis janvier, résultant d'un déséquilibre entre une offre en croissance limitée et une demande en progression sur les marchés traditionnels et surtout dans les pays émergents, situation qui ne devrait pas s'améliorer en 2014, notamment en raison des prévisions de production à la baisse dans les fermes chiliennes ;
- la réduction des importations de crevettes tropicales d'élevage de l'Union européenne suite à la hausse des cours sur le marché mondial engendrée par la baisse des disponibilités (syndrome de mortalité précoce).
- La consommation mondiale de produits aquatiques pour l'alimentation humaine s'élèverait en 2013 à plus de 140 millions de tonnes, soit 19,7 kg par habitant et par an (+ 2,8 % par rapport à 2012), dont quasiment la moitié provient de l'aquaculture.⁴³

10.1. Les prévisions de l'OCDE et de la FAO pour la période 2011 - 2020⁴⁴

Le document «Perspectives Agricoles de l'OCDE et de la FAO 2011-2020», préparé courant 2011 par des experts de ces deux institutions internationales, contient tout un chapitre dédié aux produits de la pêche et de l'aquaculture, un exercice particulièrement difficile en ces temps d'incertitudes économiques. Ce chapitre présente une étude statistique des tendances des principales variables du secteur, vérifiées au cours des dernières décennies, ainsi que leurs projections vers l'avenir.

D'une manière générale, l'OCDE et la FAO prévoient pour 2020 une production totale de 164 millions de tonnes, soit 13% de plus que la production de 2009 ou juste 7,9% de plus que la production estimée de 2011. Cette projection s'appuie sur une augmentation minimale des captures et sur une croissance limitée de l'aquaculture, estimée à 2,8% par an pendant la décennie 2010-2020, soit la moitié du taux de croissance observé la décennie précédente.

Les prix des divers produits devraient augmenter, surtout en ce qui concerne les produits de l'aquaculture, suite à la hausse des prix des principaux intrants de l'alimentation animale (farine de poisson, céréales). Le commerce international des produits de la pêche et de l'aquaculture continuera d'être important, concernant 38% de la production mondiale. C'est un peu moins que les 38,6% vérifiés en 2009 et que les 41% vérifiés en 2005.

⁴³ <http://www.franceagrimer.fr/content/download/29736/264003/file/BIL-MER-VIA-LAI-Bilan2013-Perspectives2014.pdf>. Document consulté le 14 septembre 2014.

⁴⁴ Source : infopesca

La consommation par habitant et par an devra atteindre 17,9 kg, soit légèrement plus que les 17,3 kg vérifiés en 2009. Les projections de l'OCDE et de la FAO sont naturellement assez « conservatrices ». Nous pouvons peut-être y voir un écho de l'actuel moment de crise économique dans la plupart des pays de l'OCDE où l'optimisme n'est pas d'actualité et où les objectifs de croissance sont plutôt modestes.

Les pays émergents, où l'optimisme est de règle et les objectifs de croissance beaucoup plus ambitieux, misent sur des projections autrement plus dynamiques. Dans beaucoup de pays, tels l'Inde, le Brésil ou le Mexique, la production totale ainsi que la consommation par habitant présentent de très forts potentiels de croissance. Par ailleurs, les techniques de production aquacole sont également en plein développement, y compris pour les espèces marines, élevées en pleine mer. En particulier, les progrès de la production d'aliments pour poissons permettent de s'affranchir chaque fois plus de la dépendance de la farine de poisson pour garantir leurs contenus en protéines.

Il est donc fort probable que les projections de l'OCDE et de la FAO pour 2020 soient atteintes et dépassées avec quelques années d'avance⁴⁵.

Concernant le secteur de l'aquaculture, les auteurs de l'étude précédemment citée soutiennent que : «À l'exportation les marchés européens constituent une priorité ce qui n'est pas exclusif des autres marchés tels que l'Afrique [et] le Moyen Orient par exemple. En effet il est connu que l'Europe importera de plus en plus de produits de la mer et que son déficit sur ces produits est structurel. (...) Les espèces sélectionnées sont les principales qui pourraient être développées par aquaculture au Maroc à savoir : moule, huître, maigre, turbot, sole, bar [et] dorade. » FENIP (2010 : 99).

En bref, les grandes tendances du secteur des produits aquatiques à l'échelle mondiale sont :

- Développement de l'aquaculture mondiale et accroissement de sa part dans les apports halieutiques : de 2005 à 2012, elle est passée, selon la FAO, de 32 à 40 %, (46 % si l'on ne considère que les produits aquatiques destinés à la consommation humaine directe). L'Asie est à l'origine de 89 % de la production.
- Poursuite de l'augmentation des échanges commerciaux de produits de la mer, dans un contexte de raréfaction des ressources, de libéralisation du commerce international, et de délocalisation en Asie, Amérique du Sud, Europe centrale et orientale ou encore au Maghreb de certaines activités de transformation.
- Accroissement de la consommation mondiale estimée par la FAO à 19,2 kg/personne/an pour l'année 2012, et apparition de nouveaux consommateurs de produits de haut de gamme dans certains pays émergents.
- Forte hausse des coûts de production, l'approvisionnement en matières premières étant un problème crucial.
- Prolifération de labels et certifications écologiques, et nombreuses initiatives prises par les opérateurs (producteurs, grande distribution) en faveur de pratiques de pêche et d'aquaculture durable. L'offre de produits « bio », bien qu'encore restreinte, tend à se développer.
- Efforts d'innovation de la filière, européenne notamment, en faveur des produits de service, présentés dans des packaging attractifs, pour élargir les occasions de consommation, avec pour mots clefs santé, fraîcheur et saveur⁴⁶.

⁴⁵ <http://www.infopesca.org/sites/default/files/complemento/actividadesrecientes/adjuntos/818/Les%20Produits%20de%20la%20Mer%202012.pdf>. Document consulté le 14 septembre 2014.

⁴⁶ Ubifrance – Fiche secteur.

11. ANALYSE SWOT DE LA CHAÎNE DE VALEUR

11.1. Analyse SWOT des produits

Tableau 4. Analyse SWOT de l'activité « Plats préparés »

Forces	Faiblesses
<p>La plupart des entreprises visitées disposent des moyens techniques et du savoir-faire pour se lancer dans cette activité</p> <p>Forte motivation des industriels pour se lancer dans cette nouvelle activité</p> <p>Possibilités de synergies avec les activités actuelles de valorisation des produits de la mer</p>	<p>Faible fonds de roulement pour permettre le lancement d'une nouvelle activité</p> <p>Méconnaissance des procédés d'emballage et de présentation des plats préparés</p> <p>Faible qualification de la main d'œuvre employée</p>
Opportunités	Menaces
<p>Possibilité de synergies avec la filière agricole à travers l'utilisation des légumes</p> <p>Plats préparés en croissance sur le marché mondial (FENIP, 2008)</p> <p>Possibilité de collaboration avec l'industrie de la bouche au Maroc qui jouit d'une très bonne notoriété et variété de la cuisine marocaine</p>	<p>Concurrence acharnée de producteurs déjà établis sur les marchés étrangers</p> <p>Problèmes d'approvisionnement en matières premières</p> <p>Méconnaissance des tendances et goûts des consommateurs sur les marchés étrangers</p>

Tableau 5. Analyse SWOT de l'activité de fabrication de la farine et de l'huile de poisson

Forces	Faiblesses
<p>Activité bien établie et techniquement bien maîtrisée</p> <p>Qualité appréciée des produits</p> <p>Utilisation d'une qualité de matière première à haut rendement protéinique : le poisson pélagique</p> <p>Produit peu périssable</p>	<p>Absence ou faiblesse des outils d'analyse en laboratoire et nécessité d'externaliser presque la totalité des analyses demandées</p> <p>Outil de production ancien, voire vétuste dans la plupart des unités visitées</p>
Opportunités	Menaces
<p>Développement de l'activité aquacole très demanderesse en FHP au Maroc et à l'étranger</p> <p>Développement des activités utilisatrices de l'huile de poisson : pharmaceutiques, etc.</p> <p>FHP marocaines très appréciées dans le monde</p> <p>Proximité des marchés étrangers les plus en croissance</p>	<p>Approvisionnement irrégulier et incertain en matières premières</p> <p>Faiblesse en équipement de la plupart des ports les plus proches</p> <p>Coût élevé de transport</p> <p>Nombre très limité de laboratoires d'analyse équipés</p> <p>La farine est hautement auto-inflammable</p> <p>Image assez répandue présentant cette activité comme destructrice de la ressource halieutique nationale</p>

Tableau 6. Analyse SWOT de la filière aquacole marocaine⁴⁷

Forces	Faiblesses
<p>Proximité du marché de l'Europe</p> <p>Marché intérieur demandeur</p> <p>Forte production de farine et d'huile de poisson utiles pour la production d'aliments</p> <p>Expérience importante dans la recherche</p> <p>Existence d'un réseau de surveillance de la salubrité</p>	<p>Secteur actuellement non compétitif par rapport à l'Europe : concurrence très puissante et déloyale du fait des aides publiques européennes</p> <p>Déphasage complet entre la recherche et le développement (en cours de correction)</p> <p>Peu de sites abrités</p> <p>Complexité d'accès au foncier et au Domaine Public</p>

⁴⁷ Étude de l'aquaculture par la FENIP (2010 : 64). Il est à noter que certaines des forces et certaines des faiblesses de cette matrice sont en fait des opportunités et des menaces. Cependant, la grille est reprise ici presque telle qu'elle.

Existence d'un réseau zoo sanitaire Eaux très riches en production primaire Zones côtières encore inexploitées	Maritime Très faible niveau d'intégration des entreprises existantes de la filière (Quasi) Absence d'écloseries d'alevins et de naissains qui provoque une dépendance avec l'Europe Unités de production d'aliments trop limitées Absence d'une politique de soutien et d'accompagnement aux projets aquacoles (Corrigée avec la création de l'ANDA) Absence de financements adaptés et de possibilités d'assurance Entreprises actuelles trop petites Multiplicité des intervenants administratifs (En cours de correction) Absence totale de communication et de promotion sur les produits halieutiques et de l'aquaculture (En cours de correction) Méconnaissance du marché intérieur et des perceptions des consommateurs
Opportunités	Menaces
Politique volontariste exprimée dans le Plan Halieutis de 2009 Création de l'Agence Nationale pour le Développement de l'Aquaculture avec ses mesures incitatives et d'accompagnement des projets Accroissement de la consommation Programme Rawaj pour le développement du commerce Secteur de la distribution en croissance rapide Diminution des captures en poisson blanc provenant de la pêche; l'aquaculture est l'un des moyens pour répondre à la faiblesse de l'offre Possibilités en Offshore à moyen ou long terme	Non prise en considération de l'aquaculture dans les schémas d'aménagement et les plans sectoriels de développement intégré : tourisme, développement portuaire. (En cours de correction) Projets d'infrastructures qui risquent de nuire aux atouts de sites favorables à l'aquaculture Contraintes environnementales majeures Risques sanitaires Importation de produits concurrents à très bas prix (pangasius par exemple) Crises de marché Risques de non compétitivité économique

Tableau 7. Analyse SWOT de l'activité « Oméga 3 »

Forces	Faiblesses
Les entreprises de fabrication de la FHP sont capables de s'intégrer en aval pour faire de l'oméga 3 Forte motivation des industriels pour se lancer dans cette activité	Les industriels de la valorisation n'ont pas le savoir-faire et la technicité nécessaires pour ce nouveau métier. Faiblesse des ressources financières des entreprises pour investir Faiblesse des qualifications de la main d'œuvre employée Nécessité de renouveler l'outil de production. Absence de laboratoires d'analyse sur place
Opportunités	Menaces
Disponibilité de l'un des inputs importants et de qualité pour faire l'oméga 3 : l'huile de poisson Forte volonté « politique » pour se lancer dans cette nouvelle activité Forte demande mondiale pour l'oméga 3 Possibilité de fortes synergies avec les industries pharmaceutiques et alimentaires marocaines	Réaction négative possible des clients actuels de l'huile de poisson marocaine Absence dans le pays de structures de formation de techniciens et de compétences dans ce nouveau métier Absence de maîtrise des techniques de production et de contrôle de l'huile de l'oméga 3

11.2. Conclusion

Comme on peut le voir dans les matrices SWOT ci-dessus, l'industrie marocaine des produits de la mer présente de nombreuses potentialités, mais est également confrontée à d'innombrables difficultés qui empêchent son développement. Parmi les forces les plus notables de cette industrie, on peut énumérer les suivantes :

- Savoir-faire des industriels et maîtrise des techniques de production.
- Forte motivation pour aller de l'avant et développer davantage cette industrie à travers l'introduction de nouveaux produits et de nouvelles combinaisons d'ingrédients.
- Main d'œuvre qualifiée et peu onéreuse, ce qui contribue à augmenter la compétitivité de toute l'industrie.
- Disposition des industriels à s'ouvrir sur d'autres marchés à l'exportation et prise de conscience des forces des pays concurrents comme le Chili, le Pérou et la Turquie.

Cependant, les principales faiblesses suivantes contrecarrent les efforts de développement de l'industrie :

- Faiblesses financières empêchant la modernisation de l'outil de production et son adaptation aux nouvelles activités.
- Les compétences et qualifications de la main d'œuvre actuelle sont limitées aux métiers traditionnels de la transformation de poisson et sont d'un niveau technique et scientifique relativement bas.
- L'outil de production actuel est relativement vétuste et n'est pas toujours adaptable pour permettre la fabrication de nouveaux produits. Par exemple, l'outil de production de l'industrie de la conserve de poisson est aménagé autour de la technique de la mise en boîte et du sertissage. La conservation selon d'autres procédés, nécessite la mise en place d'un nouvel outil de production.
- La quasi-absence de laboratoires en place pour effectuer les contrôles et analyses demandés par les acheteurs étrangers. Cela constitue également une source de coût et d'allongement des délais de production et de livraison et rend presque impossible le lancement dans des activités nécessitant des analyses en continu des produits fabriqués.
- L'absence d'un service de recherche et développement dans toutes les entreprises visitées. Cela est de nature à ne pas favoriser l'innovation et le développement de nouveaux produits.
- Faible connaissance des procédés d'emballage autres que ceux actuellement utilisés dans l'entreprise.
- Faible connaissance des procédures d'exportation et de dédouanement des marchandises, d'où les litiges avec la douane dont certains industriels se plaignent.
- Absence dans la plupart des entreprises visitées d'un service export dotés de véritables compétences en la matière.

Au-delà de ces forces et faiblesses, l'industrie évolue dans un environnement qui recèle de nombreuses opportunités, mais également certaines menaces à prendre en considération dans toute stratégie de développement du secteur et de l'industrie. Parmi les opportunités on peut énumérer les suivantes :

- Les ressources halieutiques marocaines sont abondantes à la faveur d'un littoral s'étendant sur plus de 3500 km. En plus, la qualité du poisson marocain est appréciée dans le monde entier. Cela confère une image très positive des produits marocains à l'exportation, image sur laquelle il faudra capitaliser pour exporter plus et mieux.
- La demande pour le poisson est en hausse presque partout dans le monde à telle enseigne que certains industriels marocains disent que le problème de l'industrie marocaine des produits de la mer est un problème d'offre et non de demande.
- Prise de conscience des autorités de l'importance de développer l'industrie et de renforcer sa vocation exportatrice, de même que de renforcer l'importance de la valeur ajoutée localement.

- Existence de nombreuses possibilités de synergies avec les autres industries marocaines et en particulier avec les industries agroalimentaire, pharmaceutique et biotechnologique, voire chimique et para-chimique pour la production de nombreux nouveaux produits dont l'oméga 3, les plats préparés, les tartinades de poisson, etc.
- Forte demande dans les pays étrangers pour les nouveaux produits à base de poisson à la faveur du « manger santé ».
- Les efforts de développement de nouveaux produits pourront capitaliser sur la richesse de la cuisine marocaine pour développer de nouvelles combinaisons de produits typiquement marocains.
- Plusieurs possibilités d'intégration en aval comme dans l'industrie de la fabrication de la farine et de l'huile de poisson qui peut se diversifier dans la fabrication de fertilisants ou d'oméga 3 par exemple.

Les menaces qui pèsent sur l'industrie sont également nombreuses. Les suivantes en sont juste quelques-unes parmi les plus importantes :

- La menace la plus sérieuse a trait à l'irrégularité de l'approvisionnement qui rend tout effort de planification de la production et tout engagement sur des délais de livraison aléatoires.
- Les conditions logistiques et de transport sont à améliorer. Elles constituent souvent un frein au développement de l'industrie et certainement une source de coûts qui gruge la compétitivité des produits marocains.
- L'industrie de l'emballage est également un autre frein au développement de l'industrie tant qu'elle ne cherche pas à développer de nouvelles solutions plus à même de répondre aux conditions des marchés étrangers.
- Beaucoup d'efforts et certainement de progrès ont été déployés de la part des autorités pour améliorer l'environnement des affaires et les relations avec l'administration. Néanmoins, il est nécessaire d'aller encore plus loin dans ces efforts et en particulier dans celui de faciliter davantage les procédures d'agrément, de contrôle et d'exportation. La création d'un guichet unique est souvent avancée par les industriels pour faciliter ces procédures.
- Faiblesse et, parfois même absence, de structures de formation à certains métiers importants pour l'industrie surtout en région. Le développement de nouveaux produits nécessitera certainement de remédier à cette lacune.
- Certains industriels parlent d'une « timidité commerciale » à l'exportation. Un effort est à déployer à cet égard pour former et encadrer les industriels sur les marchés étrangers; effort qui doit aller bien au-delà de la participation aux salons spécialisés à l'étranger. Un programme complet et intégré de formation gagnerait à être mis en œuvre pour préparer les industriels et leurs cadres à mieux vendre sur les marchés étrangers.

12. CONCLUSION GÉNÉRALE ET RECOMMANDATIONS

À la lumière de cette étude à la fois documentaire et sur le terrain, le Consultant conclut globalement que le secteur des produits de la mer recèle d'énormes possibilités qui sont actuellement largement sous-exploitées pour de nombreuses raisons dont certaines sont expliquées dans le présent rapport. Pour améliorer le secteur et permettre à ses industriels de surmonter les plus épineux des problèmes auxquels ils sont confrontés, le Consultant propose un ensemble de recommandations en plus de celles suggérées à la fin de la section précédente. Ces recommandations sont inspirées des difficultés auxquelles les industriels marocains du secteur de la pêche font face ainsi que de leurs suggestions pour les surmonter. Elles sont complétées de celles faites par le Consultant lui-même. Ces recommandations ont pour but de constituer un terrain de discussion entre toutes les parties prenantes du secteur et de l'industrie pour moderniser les activités de valorisation des produits de la mer et en augmenter la valeur ajoutée à l'exportation. Néanmoins, certaines des recommandations vont également dans le sens d'encourager la consommation nationale des produits de la pêche qui reste l'une des plus faibles au monde avec quelque 12 kilogrammes environ par habitant et par an alors que la moyenne mondiale oscille autour de 16 kilogrammes.

1. Il ne fait pas de doute que la problématique de la matière première est l'une des plus épineuses s'agissant des produits de la mer. Ainsi, de nombreux industriels répètent que le problème de ce secteur est plus un problème d'offre que de demande. De nombreux facteurs peuvent en effet causer l'arrêt d'approvisionnement des industriels de la valorisation : repos biologique, mauvais temps, grève des marins ou des ouvriers, migration des bancs de poisson, etc. Pour atténuer certains de ces problèmes, les industriels proposent la modernisation de la flotte pour éviter de dégrader la qualité du poisson à bord surtout quand la glace n'est pas utilisée dans des conditions satisfaisantes ou quand la cale est de mauvaise qualité. L'une des solutions pour ce faire serait de permettre aux pêcheurs de bénéficier d'aides pour moderniser leurs embarcations. Ils proposent également plus de contrôles pour éviter la capture de juvéniles ou la pêche durant le repos biologique pour éviter l'appauvrissement de la biomasse. Un contrôle plus strict au moment du débarquement et de la vente à la criée doit également être instauré.
2. Les industriels appellent également à plus de communication avec les instances de tutelle comme le Ministère de l'agriculture et des pêches maritimes pour éviter tous les quiproquos possibles. Les industriels rencontrés notent toutefois leur entière satisfaction de leurs relations avec l'EACCE et l'ONSSA bien qu'ils ne soient pas du tout contents de la récente décision de rendre payante la délivrance du certificat sanitaire par ce dernier. Un industriel de Laâyoune a confié au Consultant qu'il peut appeler le vétérinaire de l'ONSSA à 3 heures du matin pour lui délivrer le certificat.
3. La nécessité de faire faire les analyses nécessaires à Agadir, à Casablanca et en France est un problème qui revient souvent dans la bouche des industriels surtout ceux qui sont établis loin des grandes villes portuaires. L'implantation de centres de recherche et de laboratoires d'analyse près des ports des régions poissonneuses serait très fortement recommandée. Néanmoins, pour qu'une telle implantation soit possible et pérenne dans le temps, il faut la faire accompagner d'un certain nombre de mesures. Ainsi, un laborantin qui accepterait d'aller travailler dans un endroit dépourvu d'écoles pour ses enfants, de moyens de communication et de divertissement, voire d'eau potable et d'électricité, ne pourrait pas y rester assez longtemps. D'où l'importance de concrétiser cette mesure en collaboration avec les communautés locales pour assurer l'accompagnement et le suivi.
4. La formation constitue un autre problème qui empêche tout le secteur de se développer. Il s'agit aussi bien de la formation technique dans les centres de l'OFPPT et d'autres instituts (techniciens des métiers de la pêche, techniciens de laboratoire, chauffagistes et chaudiéristes, techniciens de chaufferette, designers d'emballage, mécaniciens de machines, techniciens en froid, mécaniciens de bateaux, qualitatifs, etc.), que de formation continue pour le personnel employé. Toutefois, les industriels des villes autres que Casablanca ont exprimé leur fort souhait de voir ces formations organisées au niveau régional pour qu'ils puissent en profiter pleinement.
5. L'aménagement des ports commerciaux est une autre problématique pointée du doigt par les industriels. Ainsi, le tirant d'eau dans de nombreux ports ne permet pas à ces derniers de recevoir des bateaux d'un assez fort tonnage. En plus, plusieurs de ces ports dont tous les ports du sud ne disposent pas de terminaux à conteneurs ce qui oblige les chargeurs à envoyer

leurs cargaisons jusqu'au port d'Agadir. Bien entendu, cela se traduit par une augmentation des coûts, un allongement des délais et une baisse de fraîcheur des produits. Un industriel de Laâyoune qui a envoyé une cargaison de cinq conteneurs couverts par la même déclaration douanière dans le cadre d'un crédit documentaire, n'a pu charger la marchandise du fait de la panne d'un des cinq camions de transport affrétés pour l'occasion. Il a dû rapatrier à ses frais la marchandise non chargée.

6. Si la consommation nationale du poisson par tête d'habitant est très faible, c'est surtout à cause de la non-disponibilité d'une chaîne de froid appropriée pour permettre le transport et le stockage du poisson frais dans différentes régions du Maroc. Il est vrai que le Plan Halieutis permet en partie de remédier à ce problème en planifiant la création de halles à poisson dans les principales villes du pays, mais cela est loin de suffire pour permettre de rendre accessible le poisson partout dans le pays.
7. Le développement de nouveaux produits comme les plats cuisinés, le raffinage et la désodorisation de l'huile de poisson et surtout la fabrication de l'huile de l'oméga 3, nécessite des moyens techniques et financiers, de même qu'un savoir-faire qui vont au-delà des capacités des industriels du secteur. Ainsi, une étroite collaboration avec d'autres industries doit impérativement être encouragée. C'est le cas notamment avec l'industrie pharmaceutique nationale, de même qu'avec les industries de tannage, de chamoiserie, de peinture, de restauration rapide, etc. Il est également temps d'associer les centres et laboratoires de recherche universitaires à l'effort de mieux valoriser les produits, de trouver de nouvelles combinaisons chimiques et organoleptiques, etc.
8. En relation avec la recommandation précédente, il serait très fortement souhaitable d'encourager la création de clusters autour des principales spécialités marines. Ainsi, la création d'un cluster des produits pélagiques à Laâyoune par exemple permettrait la valorisation intégrée de toute l'activité du début à la fin. Il n'est pas normal par exemple qu'une conserverie de la région doive tout faire venir de Casablanca (boîtes en fer blanc, cartons, huile végétale, fuel, ...) pour usiner ses poissons avant de les réexpédier à Agadir, Casablanca ou Tanger suivant les destinations et le mode de transport choisi. Ainsi, dans un cluster, on trouve, en plus des entreprises de transformation, celles de pêche et de manutention, celles d'emballage et de distribution, celles d'expédition, celles de contrôle et d'analyse, etc. Une telle intégration régionale aura un impact très positif aussi bien sur les coûts, que sur les délais et la productivité en plus des effets de synergie et d'émulation permis par la concurrence régionale.
9. L'autosuffisance régionale devra passer également par l'amélioration des infrastructures locales et régionales. Comment développer l'industrie de transformation au port de Laâyoune par exemple, s'il n'y a même pas une ligne de bus permettant de couvrir les 25 kilomètres qui séparent le port de la ville de Laâyoune? Le problème de l'approvisionnement régulier et sûr en électricité doit également être solutionné. D'abord, ce ne sont pas toutes les unités de transformation qui peuvent s'équiper en groupes électrogènes, et en plus, quand bien même elles consentent à investir dans un tel matériel, les nombreux délestages d'électricité espacés d'à peine quelques minutes, mettraient même ces groupes au risque d'être irréversiblement endommagés.
10. Si l'industrie de fabrication de la FHP permet de récupérer les co-produits des autres industries du poisson comme les déchets de la congélation et la conserve de poissons pélagiques, les déchets de la valorisation des céphalopodes ne sont pas valorisés. En effet, lors du traitement de la seiche et du poulpe en particulier, les viscères sont tout simplement jetés à la décharge dans la mesure où ils renferment une substance ressemblant à l'encre noire. Un effort de recherche mérite d'être déployé pour trouver le moyen de récupérer cette encre pour les besoins de l'industrie. Le Consultant a appris que des solutions techniques existent pour ce faire, mais elles sont soit méconnues de certains industriels, soit trop onéreuses à mettre en place.
11. De grands efforts sont à faire dans le domaine du design de nouveaux emballages pour le poisson. Les emballages actuels sont dépassés sur le marché international où les consommateurs cherchent des produits qu'ils peuvent directement visualiser ainsi que ceux qui permettent un complément de cuisson dans leur emballage d'origine avec le moins de manipulation possible avec les mains. C'est le cas par exemple du « heat and eat » très en vogue dans plusieurs marchés occidentaux. La création d'un institut dédié à la recherche sur l'emballage alimentaire, de même que l'appui à l'investissement dans des entreprises de

fabrication de ce genre d'emballage serait la bienvenue et aurait certainement des effets d'entraînement sur tout le secteur.

12. La recherche doit être encouragée également à aller dans le sens de trouver des solutions désodorisantes pour le poisson et les produits à base de poisson comme la FHP. En effet, l'odeur du poisson joue souvent le rôle de répulsif de certains consommateurs qu'il serait possible de récupérer si l'on débarrasse le poisson de son odeur.

Au niveau de la promotion sur les marchés étrangers, le Consultant propose les recommandations suivantes :

1. Procéder à l'étude des nouvelles tendances du marché international en matière de nouveaux produits à base de poisson et étudier la possibilité de les intégrer dans l'offre nationale. À cet égard, la participation de nos industriels aux salons spécialisés ne doit pas se limiter à chercher de nouveaux contrats, mais également à étudier les tendances du marché et les nouvelles attentes des consommateurs.
2. Des formations aux techniques d'exportations doivent être organisées au profit des dirigeants et cadres des entreprises de l'industrie à l'échelle régionale pour les initier aux marchés étrangers et aux pratiques d'affaires qui y prévalent. Une initiation aux procédures d'exportation et de dédouanement pourrait également avoir un impact positif. Toujours par rapport à la formation, il serait possible de répliquer l'expérience faite il y a quelques années avec les artisans et qui a commencé à donner d'excellents fruits : celle de conditionner leur prise en charge lors de la participation aux foires et salons à leur participation à une courte formation de préparation. Cette dernière leur fera prendre conscience de l'importance de s'assigner des objectifs clairs d'étude des tendances et de potentialisation de la clientèle et non seulement de vente directe ou immédiate durant la foire ou le salon.
3. Les autorités en charge du commerce extérieur pourraient favoriser et encourager la création de consortiums composés, outre les entreprises de valorisation des produits de la mer, d'autres entreprises relevant d'autres industries pouvant avoir des complémentarités avec les premières. Ainsi par exemple, mettre ensemble une entreprise agroalimentaire avec une autre de valorisation de poisson, pourrait favoriser le développement de plats cuisinés, etc.
4. L'expérience de pays à succès en matière de promotion des exportations comme le Japon et la Corée du Sud, révèle que l'une des raisons directes de leur succès réside dans la collaboration directe entre les entreprises manufacturières et les entreprises commerciales (Trading Companies). Ces dernières, disposant de compétences plus importantes en matière de gestion à l'exportation, sont plus performantes à vendre les produits à l'étranger que les premières. « À chacun son métier et on ne peut pas attendre de SONY de fabriquer d'excellents postes de télévision et de les vendre à l'étranger avec le même niveau d'excellence. » disait un ancien responsable de SONY. Favoriser donc la mise en relation des entreprises manufacturières avec celles de négoce international, serait une bonne solution pour promouvoir les exportations du secteur.
5. Durant ses visites aux entreprises du secteur, le Consultant a remarqué que celles qui sont les plus agressives à l'exportation disposent toutes de bureaux de représentation ou de points de vente dans les pays cibles. Il serait possible d'aider les entreprises d'une certaine taille à adopter cette pratique. La FENIP pourrait également jouer un rôle à cet égard en ouvrant des antennes dans les marchés les plus prometteurs.

Tableau 8. Tableau de présentation et de mise en œuvre des recommandations

Recommandation	Type d'activité	Acteurs concernés du secteur privé	Activité préconisée de mise en œuvre	Organisme d'appui pouvant faciliter la mise en œuvre
Régulariser l'approvisionnement	Approvisionnement /Amont	- Transformateurs - Exportateurs de frais - Consommation nationale	- Modernisation de la flotte - Respect du repos biologique - Lutte contre capture de juvéniles - Contrôle au débarquement et à la criée	- MPM - MPM, Marine et gendarmerie royales, ONP - Marine et gendarmerie royales, ONP - DPM, ONP
Instaurer une communication régulière et fluide avec les autorités de tutelle	Approvisionnement Production Commercialisation	Toutes les entreprises du secteur	Réunions régulières entre les associations / fédérations et autorités de tutelle et d'appui	FENIP, MPM, MCE, ANDA, ONP, ONSSA, EACCE, Maroc Export
Renforcer les infra-structures d'analyses laborantines	Approvisionnement Production Commercialisation	Toutes les entreprises du secteur	Renforcer les moyens des structures existantes Créer de nouvelles structures en région Former plus de laborantins	INRH, ONSSA, Laboratoires privés OFPPT
Former une main d'œuvre compétente dans les métiers des produits de la mer et les métiers d'appui	Transformation	Entreprises de transformation et de valorisation des produits de la mer	Introduire de nouvelles disciplines dans les centres de formation existants Créer de nouveaux centres de formation dans les principaux pôles	INRH, OFPPT, Centres privés
Renforcer l'infrastructure portuaire du pays	Commercialisation - Distribution	Entreprises exportatrices des produits de la mer	Mettre à niveau les ports commerciaux des régions productrices des produits de la mer	Ministère de l'équipement et de la logistique
Développer de nouveaux produits à l'exportation	Production Commercialisation	Entreprises exportatrices des produits de la mer	Encourager l'innovation Encourager le design de nouveaux emballages Étudier les besoins et goûts de nouveaux marchés étrangers	MPM, INRH, ANDA, Designers, Maroc Export, Industrie pharmaceutique, Centres de recherche
Encourager la formation de clusters	Approvisionnement Production	Toutes les entreprises du	Initier la création de clusters	Ministère de l'Équipement et de

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

spécialisés	Commercialisation	secteur FENIP et associations	spécialisés dans les régions à travers la création des premières structures	la logistique Ministère des pêches maritimes Ministère du commerce et de l'industrie Ministère du commerce extérieur FENIP
Encourager et mieux encadrer la transformation des co- produits□	Approvisionnement Production	Entreprises de fabrication de la FHP Entreprises de transformation des produits de la mer	Assurer un quota pour les entreprises de la FHP Encourager et systématiser la récupération des co-produits	ONP, FENIP. ANAFAP, MPM
Étudier les tendances des marchés étrangers	Promotion - prospection	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	Créer un observatoire du marché international du poisson Systématiser l'étude des tendances dans les missions de Maroc export	MCE Maroc Export FENIP ASMEX
Formation à l'international	Activités de support Promotion	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	Mettre en place un programme intégré de formation adapté aux besoins de l'industrie	MCE Maroc Export FENIP ASMEX
Consortiums complémentaires	Production R-D Commercialisation	Entreprises productrices	Intégrer et encourager la formation de tels consortiums dans SYNERGIA	MCE
Encourager les relations avec les Tradings	Commercialisation	Toutes les entreprises	Mettre en relation les entreprises du secteur avec les Tradings	FENIP ASMEX Maroc Export
Ouverture d'antennes à l'étranger	Commercialisation	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	Encourager l'ouverture de points de vente à l'étranger	Entreprises MCE FENIP

Chapitre 2. Rapport des profils d'entreprises

13. INTRODUCTION

Le secteur des produits de la mer est très hétérogène aussi bien en termes des activités qu'il recouvre, que de leurs chaînes de valeur respectives, que des problématiques auxquelles ses entreprises sont confrontées. Aussi, étudier ce secteur revient en fait à étudier un ensemble d'entreprises situées à différents niveaux de la filière des produits aquatiques : capture, commercialisation et distribution en amont, valorisation sous différentes formes et à des degrés variés, emballage, expédition, etc.

Certaines de ces entreprises sont d'autant plus différentes les unes des autres qu'elles n'ont de commun que l'appartenance au secteur des produits de la mer. S'agissant même des produits de la mer, il ne s'agit pas uniquement du poisson. Ces produits sont tellement variés et diversifiés que l'on préfère parler ici de produits aquatiques ou de produits de la mer pour essayer d'y inclure le plus possible de produits objet de l'activité des entreprises du secteur. Et comme si ce n'était pas déjà compliqué, y ajouter les produits de l'aquaculture au sens large du terme ne fait que rendre la complexité encore plus grande.

Dans ce rapport, nous nous attelons à la tâche de présenter les entreprises visitées dans le cadre de l'étude sur les produits de la mer, d'en présenter les principales caractéristiques par rapport à certaines dimensions, puis d'en déduire quelques conclusions que nous essayerons par la suite de discuter.

14. OBJECTIFS DES PROFILS DES ENTREPRISES

Dans le contexte décrit ci-dessus, il convient de connaître les entreprises faisant partie de l'échantillon de tout étude portant sur le secteur de manière à pouvoir relativiser les conclusions tirées et les recommandations avancées. Omettre de le faire, risquerait de nous amener à généraliser lesdites conclusions et recommandations à des entreprises, activités et sous-secteurs n'ayant que peu de choses, voire rien du tout, à voir avec celles de l'échantillon.

Un deuxième objectif derrière l'identification des entreprises de l'échantillon réside dans l'évaluation de la représentativité de l'échantillon par rapport à la population totale des entreprises du secteur. Néanmoins, nous soulignons d'ores et déjà qu'il s'agit d'un objectif que nous ne nous assignons pas dans le cadre de la présente étude eu égard à la très grande hétérogénéité précédemment mentionnée et à la faible taille de notre échantillon.

Un troisième objectif consiste à essayer de lier certaines des conclusions de l'étude à certains types d'entreprises en fonction de leur taille, de leur activité principale, de leur politique en matière de genre, etc. Cela permet de donner un éclairage plus ciblé des résultats de l'étude par rapport aux problématiques étudiées.

15. MÉTHODOLOGIE – COLLECTE DES DONNÉES

La collecte des données concernant les vingt entreprises dont les profils sont présentés dans ce rapport, s'est effectuée à partir de quatre principales sources :

- Étude documentaire : il ne fait pas de doute que de nombreuses publications de toutes sortes et sur différentes formes de supports existent sur la place et qui traitent de manière quasi-exhaustive de la plupart des questions abordées dans l'étude par rapport au secteur des produits de la mer et des activités des entreprises de l'échantillon. En faire fi équivaldrait à perdre un temps précieux à chercher à produire des informations qui existent déjà au lieu de cibler celles qui ne sont pas actuellement disponibles.
- Consultation de personnes-ressources : de nombreuses compétences parfois très précieuses sont accumulées chez les personnes travaillant ou qui ont travaillé directement ou indirectement dans le secteur des produits de la mer. Certaines de ces compétences sont susceptibles de nous éclairer sur des questions et problématiques autrement difficiles à

comprendre. Aussi, il a été décidé de prendre en considération les compétences de certaines personnes-ressources qui connaissent les entreprises visitées et/ou leurs activités et marchés.

- Entretiens semi-directifs en face-à-face : bien que les deux méthodes ci-dessus soient très efficaces et fortement recommandées dans toutes les études, rien ne vaut un entretien en face-à-face avec les industriels du secteur qui connaissent le mieux les problématiques, défis et contraintes auxquels ils sont confrontés tous les jours. Aussi, dans toutes les entreprises de l'échantillon, des rencontres en face-à-face ont été organisées.
- Observation : chaque fois que cela a été possible, le Consultant a visité l'usine de l'entreprise pour observer de visu le processus de production. Cependant, certains dirigeants qui ont cependant accepté de répondre aux questions du Consultant, ne l'ont pas autorisé à visiter l'usine, soit parce que cette dernière n'était pas en fonctionnement au moment de la visite, soit pour d'autres raisons comme la confidentialité (par exemple, ne pas voir les noms des clients étrangers quand l'entreprise fait de la sous-traitance pour des marques étrangères).

16. MÉTHODOLOGIE – ADMINISTRATION DES QUESTIONNAIRES

Pour recueillir les données auprès de cette population, un questionnaire a été fourni par l'ITC. Cependant, il n'a pas été possible de le compléter entièrement pour l'ensemble des entreprises de l'échantillon présenté ici et ce, pour les trois principales raisons suivantes :

- Certaines entreprises se situent en dehors de la chaîne de valeur de l'activité. C'est le cas par exemple de l'entreprise ADRAOUI qui s'adonne à la pêche artisanale, activité tout à fait en amont de l'industrie des produits aquatiques. Par conséquent, on ne peut pas parler dans ce cas ni du potentiel à l'exportation, ni de la politique genre, ni de la disponibilité ou non de laboratoires de contrôle, etc. La très petite taille de l'entreprise, son positionnement en dehors de la chaîne de valeur de l'industrie et sa situation dans le secteur informel, rendent toute tentative de collecte de données selon la structure du questionnaire, une entreprise totalement vaine. Néanmoins, il a été décidé de garder cette entreprise quand même dans l'échantillon car elle permet de mieux comprendre un certain nombre de problématiques que vit l'industrie et qui trouvent leur origine en amont de la filière.
- La presque totalité des entreprises a refusé d'aborder les aspects financiers de leur activité que ce soit au niveau du chiffre d'affaires à l'exportation ou au niveau des investissements consentis ou à celui de leur destination.
- Certaines questions sont tautologiques comme celle visant à savoir si l'entreprise est disposée à collaborer. En fait, toutes les entreprises qui ne sont pas disposées à collaborer ont tout simplement refusé de recevoir le Consultant.

En outre et comme il ne s'agit pas d'une étude quantitative, le Consultant a posé certaines questions qui ne sont pas dans le questionnaire tout en permettant à l'interviewé de développer des questions d'intérêt pour l'étude. Il s'agit donc plus d'une étude inductive que d'une étude hypothético-déductive.

17. SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

Tableau 9. Tableau synoptique des résultats

Nom de l'entreprise	Taille	Activité/Produit /Sous-secteur	Assurance qualité	Management	Genre	Connexion aux marchés	Potentiel export	Technologie/ Innovation	Communic./ Promotion	Optimisation logistique
ADRAOUI	TPE	Pêche artisanale	NA	2	1	1	1	1	1	1
CONGÉLATION MOUSTAKIM	PME	Congélation de produits de la mer	4	4	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	4
LAÏYOUNE CONSERVE NAGJIR	GE	Conserverie de poisson	4,5	4	4,5	4	4	2,5	3,5	3
COPELIT	PME	Farine et huile de poisson	4	4,5	3	4	4,5	4,5	4	4
DIPROMER	PME	Congélation de produits de la mer	3,5	4,5	2,5	4	4	4	3,5	4
DFRIGORIFIQUES BOUZARGTOUN	GE	Congélation de produits de la mer	4	4,5	3,5	4	4,5	4	4	4,5
HAFSA SAMAC	PME	Congélation de produits de la mer	3	4	2	4	3,5	2	3,5	3
HALIEUT PROCESS	PME	Congélation de produits de la mer	4	4	3	4	4	4	4	4
IGLO FISH	PME à GE	Congélation de produits de la mer	4	4	2	4	4	NA	3	4,5
KB FISH	PME	Farine et huile de poisson	4	4	2	4,5	3,5	3	2,5	4
LAÏYOUNE ÉLEVAGE	PME	Farine et huile de poisson	3,5	4	2	3	3,5	2	2	3,5
LAÏYOUNE PROTÉINES	PME	Farine et huile de poisson	4	4	2	2,5	3,5	3	2	3,5
MARÉE DU SUD	TPE	Achat et traitement de produits mer	2	4,5	2	NA	NA	3,5	1	4,5

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

PAPILLON DE LA MER	TPE	Exportation produits de mer	1	3	1	4	3	4	2,5	4
PARC OSTRÉICOLE SAIDI	TPE	Parc conchylicole	4	4	2	3	4	2	2,5	4
SARMA FISH	PME	Congélation + Farine et huile de poisson	4	4,5	3,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
SEPOMER	PME	Farine et huile de poisson	4	4,5	3	4	3,5	3	3	4
SOCOPO	PME	Congélation de produits de la mer	4	4	3	4	4,5	4	4	3,5
SOMAPTRAPS	PME	Farine et huile de poisson	3,5	3	3	1	2	2	1,5	3,5
SOTRAGEL	PME	Farine et huile de poisson	3,5	4	3	3,5	4	2,5	3	3
MOYENNE			3,4	4	2,5	3,3	3,45	2,95	3,3	3,7

18. ANALYSE ET COMMENTAIRE DES ÉVALUATIONS

Nous devons d'abord rappeler que notre échantillon est loin d'être représentatif du secteur et de ses sous-secteurs. Aussi, les résultats présentés ci-après doivent être traités avec précaution et ne doivent pas être considérés comme automatiquement généralisables à l'ensemble de la profession.

Trois dimensions ressortent de cette analyse comme étant les principales faiblesses des entreprises visitées. Il s'agit des dimensions Politique du Genre, Capacité de communication et de promotion et, enfin Technologie et innovation.

Une dizaine d'entreprises sur les 20 de l'échantillon, soit 50% des entreprises visitées ont reçu des scores inférieurs à 3 sur 5. Cela montre la faiblesse, voire l'absence des dispositions existantes au sein des entreprises visitées pour promouvoir le travail des femmes et des jeunes. Ce constat semble concerner tous les sous-secteurs ainsi que toutes les tailles des entreprises, mais est plus prévalent dans le cas des TPE-PME. Le constat est encore plus marqué quand il s'agit du taux d'encadrement féminin puisque quatre entreprises seulement sur les 20 visitées ont des femmes cadres.

La deuxième faiblesse porte sur la capacité de Communication-Promotion sur les marchés étrangers. Sept entreprises ont reçu des scores inférieurs à 3. Il s'agit en particulier de TPE-PME du secteur de la farine de poisson et de l'huile de poisson. Les entreprises de congélation semblent mieux s'en sortir par rapport à cette dimension. Cela est peut-être dû au fait que les entreprises de la farine et de l'huile de poisson vendent à des clients traditionnels et certaines d'entre elles vendent même à un seul client local qui assure la distribution à l'étranger.

La troisième faiblesse a trait à la dimension Technologie-Innovation pour laquelle cinq entreprises, toutes des TPE-PME, ont reçu des scores inférieurs à 3. Ce n'est guère bien meilleur dans les autres entreprises où l'on constate une absence quasi-totale de R-D.

Les entreprises qui semblent mieux s'en sortir par rapport à la plupart des dimensions du questionnaire appartiennent à deux catégories :

- Celles qui ont des associés étrangers ou des partenaires étrangers qui semblent les aider à mieux pénétrer les marchés et à s'adapter plus facilement aux goûts et attentes des marchés étrangers;
- Celles qui font partie de groupes, familiaux ou non, intégrés verticalement ce qui leur permet de mieux contrôler leur chaîne de valeur et de faire jouer la synergie entre leurs activités et celles des autres structures du groupe au niveau de quatre principales variables : Qualité du management, Potentiel à l'exportation, Optimisation logistique et Connexion aux marchés.

19. PRINCIPALES PROBLÉMATIQUES DÉBATTUES

Certaines problématiques sont revenues de nombreuses fois dans les discussions avec les répondants des entreprises visitées. Il s'agit notamment des problématiques suivantes que nous exposons ici. Il convient de se référer au rapport final de l'étude pour plus de détails sur ces problématiques.

- Irrégularité des approvisionnements qui semblent affecter l'ensemble de la profession en rendant hypothétique la gestion de toute la chaîne de valeur.
- Éloignement des laboratoires de contrôle et d'analyse à l'exception de ceux de l'ONSSA. Cet éloignement se traduit par l'allongement des délais de livraison ainsi que par l'augmentation des coûts de production.
- Faiblesse des infrastructures portuaires dans certaines régions de production et en particulier dans les provinces du sud.
- Faiblesse, voire absence de formation dans certains métiers liés à la valorisation des ressources halieutiques. Il s'ensuit des problèmes de recrutement dans certains métiers comme ceux de laboratoire, etc.

- Absence d'un guichet unique à l'exportation pour faciliter les procédures et l'obtention des documents nécessaires.

20. RÉSUMÉ CONCLUSIF

Dans ce rapport, nous avons essayé de présenter les entreprises visitées dans le cadre de l'étude sur le secteur des produits de la mer et d'exposer certaines de leurs caractéristiques par rapport aux dimensions du questionnaire. Nous nous devons de rappeler qu'il s'agit d'un échantillon non représentatif de la profession dans la mesure où le nombre des entreprises retenues est limité.

Néanmoins et malgré cette limite, un certain nombre de constats a pu être dégagé et en particulier :

- L'absence d'une politique Genre dans les entreprises de la profession et surtout dans les TPE-PME
- La faible innovation dans les entreprises et l'absence de R-D
- La faible connexion aux marchés étrangers malgré l'existence d'un fort potentiel à l'exportation
- Le fait que l'appartenance à un groupe intégré et/ou le partenariat avec des étrangers joue un rôle très positif dans la performance globale des entreprises par rapport aux dimensions considérées

En plus, certaines problématiques sont souvent revenues dans la discussion avec les dirigeants des entreprises de l'échantillon. Il s'agit notamment de l'irrégularité des approvisionnements, de l'éloignement des structures d'analyse et de contrôle, de la faiblesse des formations dans certains métiers spécifiques, de la faiblesse des infrastructures portuaires, etc. À toutes ces faiblesses et d'autres, nous proposons des recommandations générales et spécifiques que nous résumons dans le tableau ci-après.

Tableau 10. Recommandations pour le secteur des produits de la mer

Recommandation	Type d'activité	Acteurs concernés du secteur privé	Activité préconisée de mise en œuvre	Organisme d'appui pouvant faciliter la mise en œuvre
Régulariser l'approvisionnement	Approvisionnement /Amont	- Transformateurs - Exportateurs de frais - Consommation nationale	- Modernisation de la flotte - Respect du repos biologique - Lutte contre capture de juvéniles - Contrôle au débarquement et à la criée	- MPM - MPM, Marine et gendarmerie royales, ONP - Marine et gendarmerie royales, ONP - DPM, ONP
Instaurer une communication régulière et fluide avec les autorités de tutelle	Approvisionnement Production Commercialisation	Toutes les entreprises du secteur	Réunions régulières entre les associations / fédérations et autorités de tutelle et d'appui	FENIP, MPM, MCE, ANDA, ONP, ONSSA, EACCE, Maroc Export
Renforcer les infrastructures d'analyses laborantines	Approvisionnement Production Commercialisation	Toutes les entreprises du secteur	Renforcer les moyens des structures existantes Créer de nouvelles structures en région Former plus de laborantins	INRH, ONSSA, Laboratoires privés OFPPT
Former une main d'œuvre compétente dans les métiers des produits de la mer et les métiers d'appui	Transformation	Entreprises de transformation et de valorisation des produits de la mer	Introduire de nouvelles disciplines dans les centres de formation existants Créer de nouveaux centres de formation dans les principaux pôles	INRH, OFPPT, Centres privés
Renforcer l'infrastructure portuaire du pays	Commercialisation - Distribution	Entreprises exportatrices des produits de la mer	Mettre à niveau les ports commerciaux des régions productrices des produits de la mer	Ministère de l'équipement et de la logistique
Développer de nouveaux produits à l'exportation	Production Commercialisation	Entreprises exportatrices des produits de la mer	Encourager l'innovation Encourager le design de nouveaux emballages Étudier les besoins et goûts de nouveaux marchés étrangers	MPM, INRH, ANDA, Designers, Maroc Export, Industrie pharmaceutique, Centres de recherche

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Encourager la formation de clusters spécialisés	Approvisionnement Production Commercialisation	Toutes les entreprises du secteur FENIP et associations	Initier la création de clusters spécialisés dans les régions à travers la création des premières structures	Ministère de l'Équipement et de la logistique Ministère des pêches maritimes Ministère du commerce et de l'industrie Ministère du commerce extérieur FENIP
Encourager et mieux encadrer la transformation des co-produits□	Approvisionnement Production	Entreprises de fabrication de la FHP Entreprises de transformation des produits de la mer	Assurer un quota pour les entreprises de la FHP Encourager et systématiser la récupération des co-produits	ONP, FENIP. ANAFAP, MPM
Étudier les tendances des marchés étrangers	Promotion - prospection	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	Créer un observatoire du marché international du poisson Systématiser l'étude des tendances dans les missions de Maroc export	MCE Maroc Export FENIP ASMEX
Formation à l'international	Activités de support Promotion	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	Mettre en place un programme intégré de formation adapté aux besoins de l'industrie	MCE Maroc Export FENIP ASMEX
Consortiums complémentaires	Production R-D Commercialisation	Entreprises productrices	Intégrer et encourager la formation de tels consortiums dans SYNERGIA	MCE
Encourager les relations avec les Tradings	Commercialisation	Toutes les entreprises	Mettre en relation les entreprises du secteur avec les Tradings	FENIP ASMEX Maroc Export
Ouverture d'antennes à l'étranger	Commercialisation	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	Encourager l'ouverture de points de vente à l'étranger	Entreprises MCE FENIP

Chapitre 3. Rapport sur les aspects environnementaux

21. PRÉAMBULE

De nos jours, la consommation de produits manufacturés ou agricoles est influencée par l'information que procurent les associations des consommateurs sur les dits produits. Ceci influence directement les décisions des pays importateurs qui se mettent à établir des normes douanières et sanitaires. Ces normes, parfois trop exigeantes deviennent une barrière devant les exportateurs, notamment lorsqu'il s'agit de PME et de PMI.

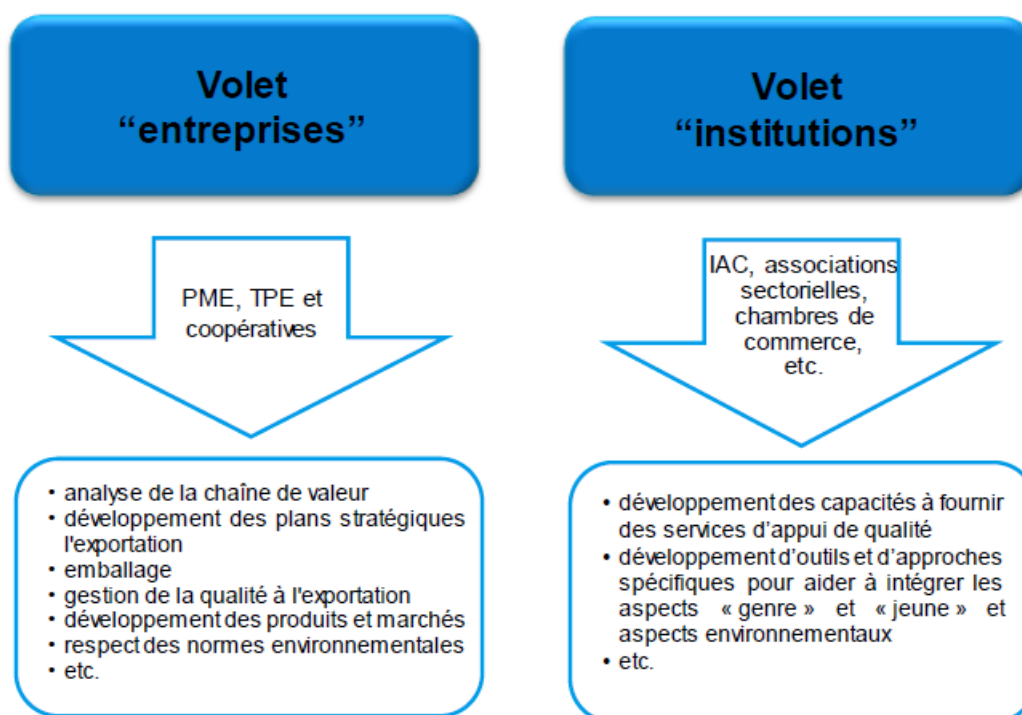
Le Programme EDEC, mis en place pour trois secteurs industriels au Maroc, à savoir le cuir, les produits de la pêche et l'agroalimentaire cherche à doter ces PME/PMI des outils nécessaires pour surmonter les handicaps des conditions mises en place par les pays destinataires de l'export. Parmi les aspects de mise à niveau des PME/PMI, figurent le respect des normes environnementales et les procédures de qualité. Les secteurs concernés sont en effet, désignés du doigt pour être générateurs de nuisances environnementales qui nuisent à leur image de marque et de ce fait à leur capacité d'exporter leurs produits.

L'objet du présent document est de dresser un état des lieux sur les deux secteurs d'activités (taille des entreprises, production, etc.), leurs impacts environnementaux et les mesures à prendre pour les mettre à niveau afin de d'accroître leur capacité à exporter les produits fabriqués.

22. RAPPEL DES VOLETS DU PROGRAMME EDEC ET SON CADRE LOGIQUE

Le programme EDEC contribuera aux efforts des pouvoirs publics du Maroc pour créer des emplois durables notamment pour les femmes et les jeunes, par la promotion et le développement des exportations dans 3 secteurs identifiés comme étant porteurs : à savoir les produits agroalimentaires, les produits de la mer et le cuir. Le renforcement des capacités, dans le cadre du programme porte aussi bien sur les PME/PMI et coopératives comme outil de production, que sur les institutions elles-mêmes (schéma suivant).

Figure 19. Volet entreprises et institutions



Sur le plan environnemental et social, le cadre logique du programme EDEC cite expressément:

Ce schéma global du programme comprend le volet environnemental aussi bien au niveau des entreprises et que des institutions.

23. PROPOSITION D'UN CONTENU DU PRÉSENT LIVRABLE

Afin de répondre aux attentes du maître d'ouvrage, nous proposons le contenu décliné ci-après :

- Présentation du cadre institutionnel et associatif relatif à l'environnement au Maroc
- Présentation du secteur de la pêche en tant qu'intrant de l'industrie agro-alimentaire
- Présentation du secteur de transformation: produits de la mer.
- Impacts environnementaux (déchets, rejets, pollution de l'air) du secteur des produits de la mer et stratégie d'action pour la mise à niveau environnementale tout en favorisant l'export

Le contenu de chaque partie est détaillé dans la suite de ce document. Par ailleurs, les activités en lien avec les produits de la pêche, sont répertoriés dans l'industrie marocaine comme un sous ensemble du grand secteur de l'agroalimentaire. C'est en concertation avec les experts des trois secteurs, que les dits secteurs ont été délimités.

24. CADRE INSTITUTIONNEL ET ASSOCIATIF RELATIFS À L'ENVIRONNEMENT

24.1. Législation nationale sur la protection de l'environnement

24.1.1. Loi cadre portant charte nationale de l'environnement et du développement durable

Le projet de loi-cadre 99-12 portant charte de l'environnement et du développement durable avait été déposé auprès du Secrétariat général du gouvernement (SGG). Le texte a fait l'objet d'une vaste concertation des acteurs de la société civile et des chefs d'entreprises, pendant plusieurs semaines. La loi-cadre 99-12 précise «les droits et devoirs inhérents à l'environnement et au développement durable reconnus aux personnes physiques et morales et proclame les principes qui devront être respectés par l'État, les collectivités territoriales et les établissements et entreprises publics». En matière de lutte contre la pollution, les ressources environnementales se verront protégées par les actions que l'État est amené à réaliser pour sauvegarder l'écosystème. De plus, les responsabilités et les engagements des parties concernées par le développement environnemental, à savoir les collectivités, les entreprises publiques, la société civile et l'État, sont délimités. Enfin, le projet de loi «prévoit les mesures d'ordre institutionnel, économique et financier», afin de mettre en place un système de gouvernance environnementale efficace et cohérent.

24.1.2. Loi 11-03 relative à la protection et à la mise en valeur de l'environnement datée du 12 mai 2003

Cette loi a pour objet d'édicter les règles de base et les principes généraux de la politique nationale dans le domaine de la protection et de la mise en valeur de l'environnement. Ces règles et principes visent à:

- Protéger l'environnement contre toutes formes de pollution et de dégradation quelle qu'en soit l'origine
- Améliorer le cadre et les conditions de vie de l'homme
- Définir les orientations de base du cadre législatif, technique et financier concernant la protection et la gestion de l'environnement
- Mettre en place un régime spécifique de responsabilité garantissant la réparation des dommages causés à l'environnement et l'indemnisation des victimes.

24.1.3. Loi 12-03 relative aux études d'impact sur l'environnement datée du 12 mai 2003

L'article 6 de cette loi explicite les éléments d'une étude d'impact sur l'environnement :

- Une description globale de l'état initial du site susceptible d'être affecté par le projet, notamment ses composantes biologique, physique et humaine
- Une description des principales composantes, caractéristiques et étapes de réalisation du projet y compris les procédés de fabrication, la nature et les quantités de matières premières et les ressources d'énergie utilisées, les rejets liquides, gazeux et solides ainsi que les déchets engendrés par la réalisation ou l'exploitation du projet
- Une évaluation des impacts positifs et négatifs du projet sur les milieux biologique, physique et humain pouvant être affectés durant ses phases de réalisation, d'exploitation ou de développement sur la base des termes de référence et des directives prévues à cet effet
- Les mesures envisagées par le pétitionnaire pour supprimer, réduire ou compenser les conséquences dommageables du projet sur l'environnement ainsi que celles visant à mettre en valeur et à améliorer les impacts positifs du projet
- Un programme de surveillance et de suivi du projet ainsi que les mesures envisagées en matière de formation, de communication et de gestion en vue d'assurer l'exécution, l'exploitation et le développement conformément aux prescriptions techniques et aux exigences environnementales adoptées par l'étude
- Une présentation concise portant sur le cadre juridique et institutionnel afférent au projet et au site dans lequel il sera exécutée et exploité ainsi que les coûts prévisionnels correspondants
- Une note de synthèse récapitulant le contenu et les conclusions de l'étude
- Un résumé simplifié des informations et des principales données contenues dans l'étude destinée au public.

24.1.4. Décret n° 2-04-564 du 5 kaada 1429 (4 novembre 2008)

Ce décret définit les modalités d'organisation et de déroulement de l'enquête publique prévue à l'article 9 de la loi n° 12-03 relative aux EIE susvisée et à laquelle les projets énumérés dans la liste annexée à ladite loi sont soumis :

- L'article 2 : la demande d'ouverture de l'enquête publique est déposée par le pétitionnaire auprès du secrétariat permanent du comité régional des études d'impact sur l'environnement qui assure également le secrétariat des commissions d'enquêtes publiques des études d'impact ordonnées dans sa circonscription.
- L'article 3 : l'ouverture de l'enquête publique est ordonnée par arrêté du gouverneur de la préfecture ou de la province concernée.

24.1.5. Décret n° 2-04-563 du 5 kaada 1429 (4 novembre 2008) relatif aux attributions et au fonctionnement du comité national et des comités régionaux des études d'impact sur l'environnement

Dans son article 3, ce décret, rappelle que le comité national des études d'impact sur l'environnement des projets d'activités, de travaux, d'aménagements et d'ouvrages relève des comités régionaux ou du comité national selon la taille des projets :

- Projets dont le seuil d'investissement est supérieur à deux cent millions de dirhams (200.000.000 DH);
- Projets dont la réalisation concerne plus d'une région du Royaume, quel que soit le montant de l'investissement ;
- Projets transfrontaliers, quel que soit le montant de l'investissement.

24.1.6. Loi n° 28-00 relative à la gestion des déchets solides et à leur élimination

Cette loi s'applique aux déchets ménagers ou assimilés, industriels, médicaux, dangereux, aux épaves maritimes et aux cadavres d'animaux. Il est précisé par l'article 4 de cette loi:

- Les normes et les spécifications techniques pour les méthodes de valorisation
- Les prescriptions techniques pour le tri, le conditionnement, la collecte, le transport, l'évacuation, le stockage, le traitement et l'élimination.
- Les mesures d'autocontrôle
- Les prescriptions techniques destinées aux générateurs de déchets afin de réduire la quantité et la nocivité des déchets.
- Les conditions particulières, pour certains produits et certaines branches d'activité, afin de prévenir la génération des déchets, notamment par le développement, la fabrication et la mise sur le marché de produits utilisables à plusieurs reprises, de longue durée de vie ou biodégradables
- Les mesures d'accompagnement financières

En application des articles 29 et 83 de la loi 28-00, les déchets sont inventoriés et classés, en fonction de leur nature et de leur provenance, dans un catalogue dénommé « Catalogue Marocain des Déchets ». Les déchets issus des stations d'épuration des eaux usées hors site font partie de la classe 19 de ce catalogue.

24.1.7. Loi 10-95 sur l'eau

La loi sur l'eau a été promulguée le 16 Août 1995. Son objectif est la mise en place d'une politique nationale de l'eau basée sur une vision prospective et qui tient compte d'une part de l'évolution des ressources, et d'autre part des besoins nationaux en eau. Elle prévoit des dispositions légales visant à la rationalisation de l'utilisation de l'eau, la généralisation de l'accès à l'eau, la solidarité interrégionale, la réduction des disparités entre les villes et les campagnes en vue d'assurer la sécurité hydraulique de l'ensemble du territoire du Royaume.

Parmi les apports de cette loi, figure également la contribution à l'amélioration de la situation environnementale des ressources en eau, dans la mesure où elle instaure des périmètres de sauvegarde et d'interdiction et elle assujettit les déversements des rejets à des déclarations, des autorisations préalables et des redevances. Cependant, la réalisation de cet objectif est tributaire de l'adoption de normes fixant les limites de pollution des rejets liquides.

Depuis la publication de la loi sur l'eau en septembre 1995, vingt cinq décrets d'application ont été publiés. Ils portent sur la création des agences de bassins Hydrauliques, la composition et le fonctionnement du Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat (CSEC), les Plans Directeurs d'Aménagement Intégrés des Ressources en Eau, le Plan National de l'Eau, les redevances pour utilisation de l'eau, etc.

Les décrets ci-après permettent de renforcer la loi sur l'eau :

- Décret n° 2-97-414 du 6 chaoual 1418 (4 février 1998) relatif aux modalités de fixation et de recouvrement de la redevance pour utilisation de l'eau du domaine public hydraulique
- Décret n° 2-97-787 du 6 chaoual 1418 (4 février 1998) relatif aux normes de qualité des eaux et à l'inventaire du degré de pollution des eaux (B.O. 5 février 1998)
- Décret n° 2-04-553 du 13 hija 1425 (24 janvier 2005) relatif aux déversements, écoulements, rejets, dépôts directs ou indirects dans les eaux superficielles ou souterraines : Ce décret définit la valeur limite qu'un paramètre de pollution du rejet ne doit pas dépasser en termes de qualité physicochimique, biologique ou bactériologique de l'eau

24.1.8. Loi 13-03 relative à la lutte contre la pollution de l'air datée du 12 mai 2003

Cette loi développe un cadre général de lutte contre la pollution atmosphérique en introduisant des mesures destinées à réglementer les activités nocives pour la qualité de l'air.

La fixation des valeurs limites des émissions et des normes de qualité de l'air figure parmi ces mesures :

- Le décret n° 2-09-631 du 6 juillet 2010 fixe les valeurs limites de dégagement, d'émission, ou de rejet de polluants dans l'air émanant de sources de pollution fixes et les modalités de leur contrôle. Ces valeurs varient en fonction des substances polluantes suivantes :
 - Les poussières
 - Les substances inorganiques sous forme poussières
 - Les substances inorganiques sous forme de gaz ou de vapeur
 - Les substances organiques sous forme de gaz, de vapeur ou de particules
 - Les substances cancérigènes
- Le décret n°2-09-286 du 8 décembre 2009 fixant les normes de qualité de l'air et les modalités de surveillance de l'air, définit les valeurs limites qui ne doivent être dépassées et le niveau de concentration des substances polluantes dans l'air pendant une période déterminée.

24.1.9. Loi 12-90 relative à l'urbanisme et son décret d'application

Le processus d'urbanisation accélérée, déclenché dès le début des années 30, ne cesse de prendre de l'ampleur avec le temps, et la rupture des équilibres traditionnels est assurément à l'origine d'un vaste mouvement de restructuration spatiale. La croissance urbaine génère des problèmes spécifiques liés au logement, aux services publics de proximité, aux infrastructures de base et aux équipements collectifs. L'article 4, de la loi n° 12-90, définit les objectifs du Schéma Directeur d'Aménagement Urbain « SDAU », dont notamment la définition des :

- Principes d'assainissement ;
- Principaux points de rejet des eaux usées ;
- Endroits devant servir de dépôt aux ordures ménagères

L'article 47, de cette même loi, stipule que :

- Le permis de construire est refusé si le terrain concerné n'est pas raccordé à un réseau d'assainissement ou de distribution d'eau potable ;
- Des dérogations peuvent être accordées si les modes d'assainissement et d'alimentation en eau présentent les garanties exigées pour l'hygiène et la salubrité, après avis des services compétents en la matière.

24.1.10. Dahir n° 2-05-1533 du 13 février 2006 relatif à l'assainissement autonome

Le présent décret s'applique aux déversements, écoulements, rejets, dépôts directs ou indirects dans les eaux superficielles ou souterraines suivants : i) déversements provenant des habitations rurales dispersées ; ii) déversements provenant des agglomérations rurales dont la population est inférieure à un seuil fixé par arrêté. Au sens du présent décret, on entend par "assainissement autonome" l'ensemble des dispositifs installés pour la collecte, l'épuration et éventuellement l'évacuation des eaux usées, en l'absence d'un réseau d'assainissement collectif. Les dispositifs d'assainissement autonome sont de deux types : les dispositifs assurant la collecte et l'épuration des eaux usées tel que la fosse septique, les dispositifs assurant à la fois la collecte, l'épuration et l'évacuation des eaux usées par utilisation des sols, tels que l'épandage souterrain dans le sol naturel, l'épandage dans un sol reconstitué ou la fosse chimique.

Un arrêté conjoint des autorités gouvernementales chargées de l'intérieur et de l'eau fixe les dispositifs d'assainissement autonome ainsi que les prescriptions techniques et les modalités de réalisation, d'exploitation, d'entretien et de maintenance en bon état de fonctionnement desdits dispositifs.

La délivrance de l'avis conforme prévu à l'article 21 de la loi n° 25-90 est subordonnée à la dotation du lotissement concerné d'un dispositif d'assainissement autonome dans les conditions fixées par l'arrêté conjoint visé à l'article 2 ci-dessus. Toute réalisation de dispositif d'assainissement autonome en milieu rural est soumise à déclaration auprès des services techniques de la commune. Le contenu de la déclaration est fixé par l'arrêté conjoint visé à l'article 2 ci-dessus. Les services techniques de la commune délivrent réceptionnée de la déclaration à l'intéressé dans un délai d'un mois à dater de la réception de celle-ci. Ce réceptionnée est accompagné des prescriptions techniques édictées par l'arrêté visé à l'article 2 ci-dessus.

Les dispositions des alinéas précédents s'appliquent également aux dispositifs d'assainissement autonome existant à la date de publication de l'arrêté visé à l'article 2 ci-dessus. Toutefois, cette déclaration doit intervenir au plus tard dans un délai de deux (2) ans après ladite date.

Les communes sont chargées de contrôler la conformité des dispositifs d'assainissement autonome aux prescriptions techniques visées à l'article 2 ci-dessus, le respect des règles d'exploitation et le bon état de fonctionnement. Lorsqu'un dispositif d'assainissement autonome n'est pas conforme aux prescriptions techniques visées à l'alinéa ci-dessus, la commune met l'exploitant en demeure de s'y conformer dans un délai de dix huit (18) mois. Passé ce délai, la commune peut y procéder d'office aux frais de l'intéressé.

24.1.11. Loi régissant les établissements classes

Les activités susceptibles d'engendrer des risques pour l'hygiène, la sécurité ou la salubrité font pour leur part l'objet de règles de prévention et de contrôle. Il en va ainsi de l'ensemble des établissements incommodes, insalubres ou dangereux qui relèvent tant en ce qui concerne leur localisation que de leur installation et les conditions de leur fonctionnement d'un contrôle administratif étroit qui peut imposer notamment des règles particulières pour l'élimination des déchets et la réduction des nuisances.

En ce qui concerne les rejets industriels, le dahir du 25 août 1914 place les établissements insalubres, incommodes ou dangereux sous le contrôle et la surveillance de l'autorité administrative. Les établissements sont divisés en trois classes suivant les opérations qui y sont effectuées, les inconvénients et les nuisances qu'ils causent du point de vue de la sécurité, de la salubrité et de la commodité publique. La classification a été fixée pour la première fois par un Arrêté ministériel en date du 13 octobre 1933.

Les établissements rangés dans la 1ère ou la 2ème classe ne peuvent être créés sans une autorisation administrative préalable. Cette demande d'autorisation peut être accompagnée d'une étude d'impact sur l'environnement et la sécurité. Les établissements de la classe 3 doivent présenter une déclaration.

La procédure instituée impose la réalisation d'une enquête de commodo et incommodo à la diligence de l'autorité locale pour les établissements de classe 2 et de l'administration chargée des Travaux Publics pour la classe 1. L'autorisation peut être refusée dans l'intérêt de l'hygiène ou de la commodité publique ou subordonnée à une modification de l'emplacement choisi ou des dispositions projetées.

La législation prévoit la localisation de ces établissements dans les zones spécialement aménagées en dehors des espaces définis par voie réglementaire.

L'arrêté d'autorisation fixe la consistance de l'établissement et l'importance des installations qu'il comporte. Il peut ordonner des prescriptions destinées "à réduire les causes d'insalubrité, odeurs ou émanations malsaines, à éviter notamment la pollution des eaux en général, toutes les mesures d'hygiène et de sécurité".

24.1.12. Conventions internationales

Le Maroc a signé et ratifié de nombreuses conventions internationales. Celles qui nous paraissent en lien direct avec 'export, sont la convention de Stockholm dédiée à la gestion et l'élimination des produits organiques (pesticides chlorés, PCB et dioxines et furanes). En effet, la prolifération de ces produits met en danger la qualité de produits alimentaires, notamment les fruits de la mer pêchés ou collectés qui peuvent être contaminés.

La seconde convention, jugée importante est celle gérant les produits détruisant la couche d'ozone, dont les fréons ou assimilés, utilisés comme frigorigènes dans le froid.

24.2. Structures institutionnelles

24.2.1. Ministère de l'Industrie, du Commerce, des Nouvelles Technologies et du numérique

Parmi les actions menées par ce Ministère, l'élaboration d'un projet de développement industriel écologiquement durable. Ce projet est basé sur la mise en place et le développement de méthodes de prévention de la pollution et de réduction des déchets au niveau de l'entreprise en s'appuyant sur des technologies efficaces, rentables et peu polluantes. Ce projet vise également de mettre l'accent sur l'adoption par les entreprises industrielles d'une production industrielle propre.

24.2.2. Ministère de l'Équipement, des Transports et de la Logistique

Outre les attributions techniques dont il est doté, le METL est appelé à assurer également des compétences d'ordre environnemental. Ce Ministère a des prérogatives concentrées autour du littoral maritime, des bassins portuaires, des carrières, des richesses hydrauliques et du domaine public en général. Le département de l'équipement a en charge le suivi et l'autorisation des établissements classés.

24.2.3. Ministère de l'Intérieur

Il assure la tutelle des Collectivités Locales. La charte communale pose le principe de l'autonomie des communes et des communautés urbaines en matière de gestion des déchets solides, des infrastructures et de l'assainissement liquide. Leurs budgets et leurs investissements sont toutefois soumis à l'approbation et au contrôle du Ministère de l'Intérieur.

24.2.4. Ministère de la Santé

Le Ministère de la santé est l'autorité compétente pour la gestion des hôpitaux et des centres de soins sur tout le territoire national. Il contrôle aussi la qualité de l'eau potable en faisant des analyses dans ses laboratoires décentralisés.

24.2.5. Ministère Délégué chargé de l'Environnement

Ce ministère est chargé de coordonner les actions du gouvernement en matière de protection de l'environnement. Ses principales attributions lui donnent un rôle de coordination, de surveillance, de contrôle et de mise en place d'un cadre juridique et institutionnel.

24.2.6. Agences de Bassins Hydrauliques (ABHs)

Instituées par la loi sur l'eau 10-95, les ABH sont créés au niveau de chaque bassin hydraulique ou ensemble de bassins hydrauliques. Les ABH sont des établissements publics dotés de la personnalité morale et de l'autonomie financière et ont pour mission d'évaluer, de planifier, de gérer, de protéger les ressources en eau et de délivrer les autorisations et concessions relatives au Domaine Public Hydraulique (DPH) de leurs zones d'action.

24.2.7. Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat (CSEC)

Ayant pour base légale la loi 10-95 sur l'eau, le Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat (CSEC) est chargé de formuler les orientations générales de la politique nationale de l'eau. Le CSEC est

constitué pour moitié de représentants des services de l'Etat et des établissements publics du secteur de l'eau (Agences de bassins, Office National de l'Eau Potable, etc.) et pour moitié de représentants des usagers de l'eau, des collectivités locales, des établissements d'enseignement supérieur et de recherche et de l'ingénierie nationale. Le CSEC examine en particulier le Plan National de l'Eau et les plans d'aménagement intégrés des ressources en eau.

24.2.8. Conseil National de l'Environnement (CNE)

Ce conseil a été créé en 1980 et restructuré en 1995 à l'issue du Sommet de La Terre en 1992. C'est un organe au sein duquel sont représentés les départements ministériels concernés par l'environnement et le développement durable, qui y siègent en tant que membres, avec les ONG, les associations professionnelles, ainsi que le secteur privé. Le CNE constitue donc un forum de consultation, de concertation et de dialogue et une enceinte de prédilection tout à fait appropriée pour la réalisation d'un grand nombre d'activités et d'actions ayant trait à l'environnement et au développement durable.

24.2.9. Comité National des Etudes d'Impact sur l'Environnement (CNEIE) et ses Comités Régionaux des EIE (CREIE)

Le Décret n° 2-04-563 du 5 Kaada 1429 (4 novembre 2008) de la loi 12-03 régit les attributions et le fonctionnement du comité national et des comités régionaux des EIE. Ces comités ont pour mission d'examiner les études d'impact sur l'environnement et de donner leur avis sur l'acceptabilité environnementale des projets.

24.2.10. Bailleurs des fonds, coopérations techniques bilatérales et banques

Outre les institutions en charge de la gestion de l'environnement, il existe de nombreuses institutions financières qui exigent une analyse environnementale comme pré requis à tout financement de projets. Parmi les institutions actives au Maroc dans les domaines de l'agro-alimentaire et le cuir, figurent l'IFC (international Financial Corporation), la BERD (Banque européenne de reconstruction), la KFW, l'AFD, etc. Les banques marocaines comme la BMCE commencent à encourager le financement de projets où le volet environnement et développement durable sont pris en compte.

24.2.11. ONGs

Les ONGs n'ont pas d'emprise réglementaire sur les producteurs de pollution. Par contre, ils ont la possibilité d'intervenir par le biais des enquêtes publiques réalisées à l'occasion de projets nouveaux ou la mise en conformité environnementale des projets existants.

25. PRÉSENTATION DES SECTEURS D'ACTIVITÉ

25.1. Pêche et aquaculture

Le Maroc est connu pour ses richesses halieutiques sur les deux fronts de mer, l'atlantique et la méditerranée. Certains types de pêche se pratiquent à même les côtes et se trouvent influencée par la qualité du littoral. Il s'agit de la pêche dite côtière, la collecte des algues, etc. La production halieutique nationale, dont une grande partie provient des côtes, est donnée à titre indicatif ci-après.

La richesse biologique des eaux marocaines se compose de trois principales catégories qui sont les ressources pélagiques, les espèces démersales chalutables et celles non chalutables. Les ressources pélagiques sont constituées d'espèces de poissons vivant en surface ou entre deux eaux. Généralement ces espèces se regroupent en bancs et sont susceptibles d'effectuer des migrations. Elles sont constituées de petits pélagiques groupant les stocks de sardine, de maquereau, de chinchard et d'anchois, ainsi que des grands pélagiques dominés par les stocks des thonidés.

Les petits pélagiques représentent le principal potentiel halieutique du Maroc, puisqu'ils contribuent avec près de 80 % de la production nationale et assurent l'approvisionnement des unités de transformation et du marché de consommation intérieur marocain.

Outre la pêche méditerranéenne, quatre types de pêcheries des petits pélagiques se sont développés en atlantique:

- pêche du nord (nord de Safi),
- pêche du stock A (Safi –Sidi Ifini),
- pêche du stock B (Cap Drâa-Laâyoune),
- pêche du stock C (Cap Boujdour-Lagouira).

Les pêcheries démersales se caractérisent par la diversité des espèces qui les composent et des techniques de pêche mises en œuvre pour leur exploitation. Ces ressources, moins sensibles aux variations hydroclimatiques, présentent cependant un potentiel de production limité.

Toutefois, la grande valeur commerciale de ces ressources a constitué le principal attrait dans l'acquisition de nouvelles unités de pêche, notamment les congélateurs céphalopodières et crevettiers et l'introduction de chalutiers côtiers plus performants.

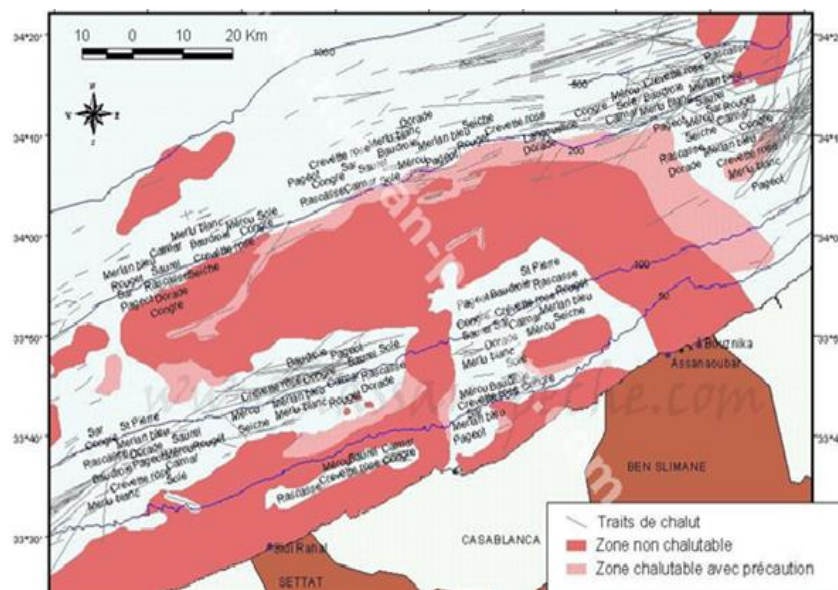
L'augmentation des capacités de pêche déployées d'une manière démesurée sur les ressources démersales, notamment celles céphalopodières, a provoqué l'effondrement de leur stock.

Les espèces démersales se distinguent par leur exigence vis-à-vis de la nature du substrat et de la nature du fond marin qui délimitent souvent leurs aires de distribution. Compte tenu de ces facteurs, les espèces démersales peuvent être classées en quatre groupes :

- les espèces de fonds rocheux : ombrines, mostelles, congres, sars, homards, dorades, petits pagres ;
- les espèces de fonds sableux : poissons plats, pageots, grands pagres, loups, mullets, poulpes, seiches ;
- les espèces de fonds durs : grondins, roussettes, chiens de mer, merlus adultes;
- les espèces de fonds sableux-vaseux et vaseux : merlus, crevettes, baudroies, raies, grandes soles, capelans.

Ce formidable potentiel halieutique national est compromis par la pollution du littoral qui ne cesse de croître, surtout que les zones de pêches se trouvent à la lisière du littoral, comme le montre la carte de pêche, suivante (figure ci-après), donnée à titre d'illustration.

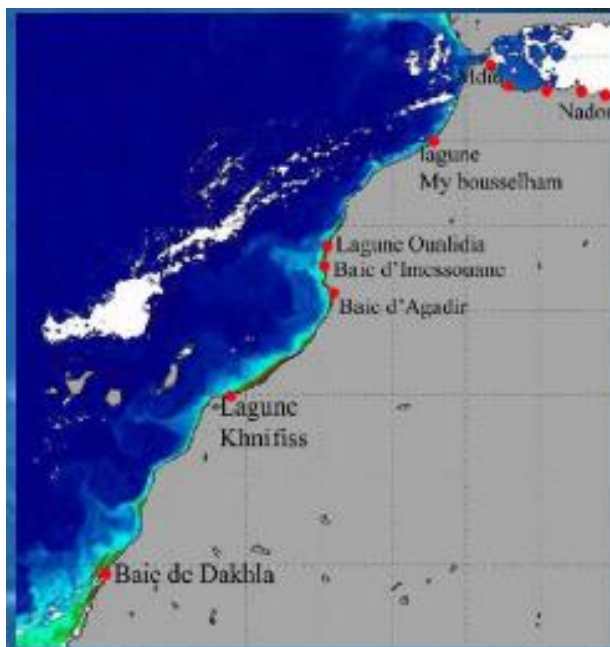
Figure 20. Zone de pêche dans la région de Chaouia-Ouardigha



25.2. Sites favorables à l'aquaculture

Le littoral marocain connaît également un début de prolifération de l'aquaculture. Cette industrie, palliative à la pénurie des ressources halieutiques naturelles, a besoin d'un milieu marin saint et vierge de toute pollution exogène. La carte suivante montre les sites indiqués pour une telle activité et met en exergue ces sites, comme zones sensibles du littoral.

Figure 21. Sites à l'étude pour l'aquaculture⁴⁸



Les sites ciblés ne peuvent être définitivement être viables que s'ils sont protégés contre la pollution sous toutes ses formes. Finalement, nous préconisons, que les zones sensibles à protéger d'urgence seraient celles qui reçoivent une pollution thermique ou chimique dure à dégrader, ainsi que les sites d'intérêt biologique et écologiques.

Le tableau suivant donne un aperçu sur la production halieutique nationale et son évolution ces dernières années. A noter que cette production ne prend pas en compte les prises réalisées par la flotte des bateaux opérant dans le cadre des accords avec l'union européenne.

⁴⁸ Etude CRTS-INRH, 2006

Tableau 11. Production halieutique nationale⁴⁹

TYPE DE PECHE	ANNEES					
	2005	2006*	2007*	2008*	2009*	2010*
PECHE COTIERE ET ARTISANALE	3 403 747	3 546 094	3 493 759	4 273 213	4 033 805	3 967 269
Poisson pélagique*	1 256 898	1 347 242	1 309 112	1 481 859	1 538 805	1 704 017
Céphalopodes	913 244	884 987	888 132	1 445 394	1 104 457	912 169
Poisson blanc	1 044 452	1 121 971	1 075 622	1 132 269	1 182 604	1 127 916
Crustacés	182 399	186 188	217 596	211 571	204 397	216 444
Coquillages	6 754	5 706	3 297	2 120	3 542	6 723
PECHE HAUTURIERE	3 037 148	2 721 594	2 515 741	3 674 503	2 718 263	2 396 290
Céphalopodes	2 398 588	2 066 010	1 625 894	2 689 255	1 796 063	1 352 176
Poisson blanc	134 121	155 026	286 247	205 246	337 916	311 877
Crevettes	438 082	460 361	530 809	694 603	501 832	606 792
Poisson pélagique	66 357	40 197	72 791	85 399	82 452	125 445
AFFRETEMENT	48 036	77 368	97 647	141 506	151 104	88 922
AUTRES ACTIVITES	267 322	235 861	347 177	328 782	260 949	203 023
Algues	96 094	104 089	122 942	88 113	102 348	88 538
Aquaculture	60 631	8 477	11 730	7 603	9 224	7 090
Corail	4 040	1 309	1 451	3 996	3 857	5 035
Madragues	106 557	121 986	211 054	229 070	145 298	101 807
Oursins					222	553
TOTAL	6 756 253	6 580 917	6 454 324	8 418 004	7 164 121	6 655 504

25.3. Agroalimentaire

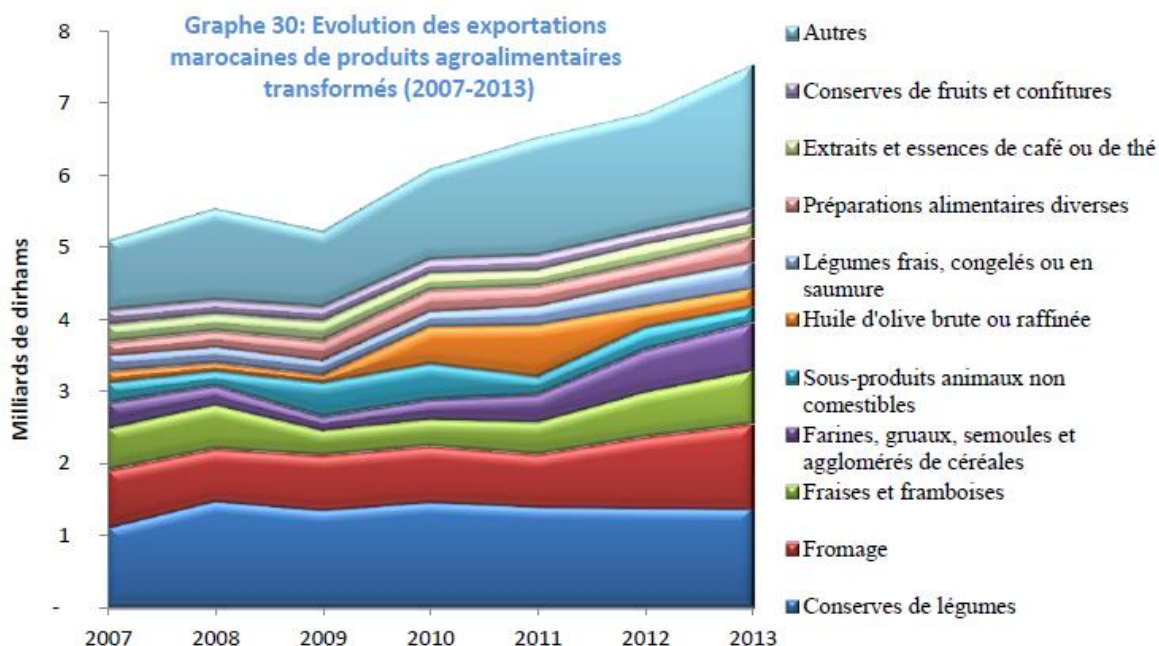
Le secteur agro-alimentaire est présenté ci-après dans sa globalité, cependant, pour l'analyse environnementale, il est scindé en deux sous-secteurs : i) la pêche et ii) le reste des industries agro-alimentaires qui exportent, notamment les huiles d'olive, de cactus et d'argan.

25.3.1. Indicateurs

Le secteur de l'agroalimentaire, au Maroc est caractérisé par une forte domination des PME/PMI avec quelques coopératives spécialisées dans des produits de terroir. Le secteur exporte fortement vers l'union européenne et des pays d'Afrique, l'union européenne est dotée de contraintes environnementales sont parmi les plus élevées.

⁴⁹ Pêche en chiffres, MAPM

Figure 22. Part des exportations de l'agroalimentaire du Maroc



Source : Données de l'Office des Changes, calculs de la DEPF

A noter que certains produits alimentaires de faible importance ne sont pas mentionnés dans le graphique précédent. Il s'agit entre autres de l'huile d'argan, de l'huile des figues de barbarie.

Le nombre d'unités actives en agroalimentaire avoisine les 1183 entreprises dont près de 90% sont de taille petite à moyenne. La production industrielle exprimée en KMAD, est de 79,4 Milliards, ce qui représente près de 29% du PIB industriel au Maroc.

Par segment, les conserve de légumes ont connu, durant la période 2007-2013, une quasi-stagnation de leurs exportations, avec une moyenne annuelle de plus de 1,36 milliard de dirhams. Les exportations de l'huile d'olive ont connu, quant à elles, un rebond important entre 2009 et 2011 en réalisant un pic de plus 700 millions de dirhams, avant de chuter en 2013 de près de 63%.

Durant la période 2007-2013, six segments ont, en moyenne, concentré près de 62% des exportations dont principalement les conserve de légumes à hauteur de 22,2% et les fromages (14%).

Le sous secteur des produits de la mer emploie un nombre important de femmes dans la conserve de sardine.

25.3.2. Zones géographiques d'implantation

Les unités agro-alimentaires sont localisées dans les zones réputées agricoles, d'élevage ou de pêche. La carte indicative suivante montre les principales concentrations des unités agro-alimentaires et celles transformant les produits de la pêche.

Figure 23. Répartition géographique des principales unités agroalimentaires des secteurs exportateurs

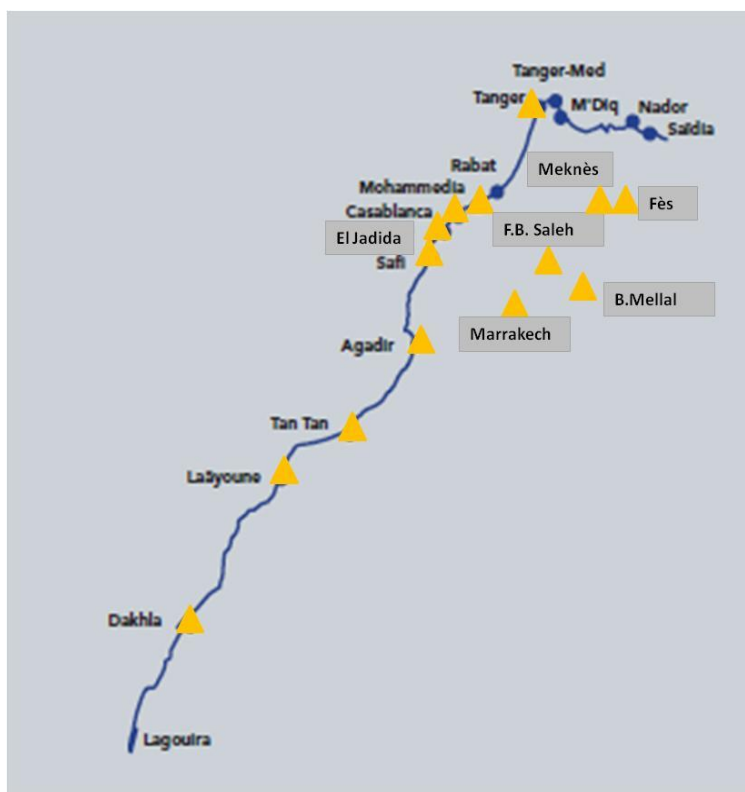


Figure 24. Localisation des unités de production des produits de la pêche



La répartition géographique se particularise par le fait que les unités qui se trouvent dans le centre du territoire sont principalement orientées vers la transformation des produits végétaux, alors que celles se trouvant sur le littoral transforment également les produits de la pêche. La ville de Casablanca présente l'exception à cette règle, elle regroupe des entreprises de différentes natures et différentes activités.

Les unités industrielles se regroupent, néanmoins dans l'axe Tanger-Fès-Agadir, ceci en cas de regroupement pour des renforcements de capacités : formation, coaching, etc.

25.3.3. Activités industrielles

Le secteur agroalimentaire est subdivisé en sous secteurs par activités homogènes, comme indiqué dans le tableau ci-après.

Tableau 12. Activités du secteur agroalimentaire

Activité	Nombre d'unités
AUTRES INDUSTRIES ALIMENTAIRES	99
FABRICATION DES FARINES ET GRUAUX	61
INDUSTRIE DES BOISSONS	31
INDUSTRIE DES CORPS GRAS	230
INDUSTRIE DES FRUITS ET LEGUMES (144	144
INDUSTRIE DES VIANDES	66
INDUSTRIE DU POISSON	217
INDUSTRIE LAITIERE	90
PRODUITS DU TABAC	1
TRANSFORMATION DES CEREALES;AMIDONNERIE ET FABRICATION D'ALIMENTS POUR ANIMAUX	244
Total	1183

Les unités agro-alimentaires de petite taille sont organisées en coopératives (exemple l'huilerie APIA à Ouezzane, les coopératives d'huile d'argan, de couscous et semoule) ou opèrent de manière artisanale, chacune de son côté.

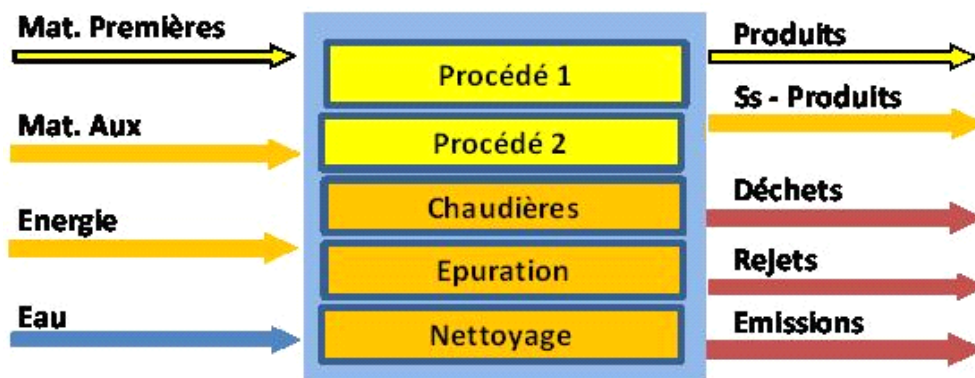
25.3.4. Procédés mis en jeu

La connaissance des procédés industriels mis en œuvre permet de mieux appréhender les enjeux environnementaux et surtout les solutions à préconiser pour une production plus propre. Les principaux procédés rencontrés sont énumérés et décrits ci-après.

Appréhender la pollution produite par les différentes sources passées en revue passe par la connaissance des procédés mis en œuvre dans ces sources de pollution. Ceci permet également de maîtriser les ratios de pollution et de les adapter si besoin à la réalité de la production dans les activités industrielles.

Chaque activité industrielle s'appuie sur un ou plusieurs procédés de transformation types pour élaborer un produit fini donné. Ces procédés consistent en des processus permettant de transformer de proche en proche des matières premières en produits finis, selon une succession d'opérations unitaires propres à chaque procédé (distillation, séchage, mélangeage, extraction...).

L'étude des flux de matières soumises à ces opérations unitaires permet d'identifier les différentes matières premières mises en jeu, les produits et coproduits, les rejets liquides, déchets solides et émissions atmosphériques. Le schéma suivant illustre le bilan de matières (entrées et sorties) d'une unité industrielle donnée.

Figure 25. Schéma d'un bilan matière en industrie de transformation

Dans cette partie, seront présentés les principaux procédés de transformation avec les différents types de pollution. Ces procédés sont parmi les plus fréquents et polluants dans la région. Les rejets liquides et gazeux sont généralement dominants, en raison de la forte consommation en eau et en combustibles. Les déchets solides viennent en dernière position, ils sont le produit des pertes en matières premières, et des sous produits de fabrication.

25.3.4.1. Raffinage d'huiles alimentaires dont l'huile d'olive

Les huiles brutes sont extraites des graines à l'aide de solvants organiques (hexane). Le solvant évaporé, l'huile est raffinée par ajout de soude et d'acide phosphorique, conduisant au rejet de savons, phospholipides et eaux souillées de matières grasses. Les procédés mis en œuvre consomment de la vapeur et de l'eau chaude, d'où le besoin en combustible fossile, qui est générateur de gaz de combustion.

Les grands principes de fabrication (extraction et raffinage des huiles de table) sont résumés ci-après.

- Traitement de la pulpe du fruit
- Traitement des graines, semences et fruits à coque par extraction mécanique
 - Pressage.
 - Traitement des graines, semences et fruits à coque par extraction au solvant.

Durant le traitement, les matières premières sont séparées en huiles et en résidus solides huileux. Les différentes phases de traitement après la récolte et un éventuel stockage, sont les suivantes :

- Préparation par décorticage et nettoyage, broyage et conditionnement des matières premières.
- Cuisson des fruits ou pressage et/ou extraction par solvant de l'huile contenue dans les graines oléagineuses/fruits à coque.
- Prélèvement de la phase huileuse liquide flottant en surface en cas de cuisson
- Filtration de la graisse obtenue par pression
- Séparation de l'huile brute avec évaporation et récupération simultanées du solvant en cas d'extraction par solvant.
- Préparation (séchage) et traitement des résidus.
- Raffinage de l'huile brute: démucilagination, neutralisation, blanchiment et décoloration, désodorisation.

L'exemple de l'unité de raffinage des huiles alimentaires installée dans la région de Chaouia-Ouardigha dispose des procédés suivants :

- Dégommage ou démucilagination : élimination des phospholipides

- Neutralisation : élimination des acides libres dans l'huile brute
- Décoloration : blanchiment et élimination des substances résiduelles
- Désodorisation : vaporisation des composés volatils indésirables
- Winterisation : précipitation des impuretés restantes suivie d'une filtration.

25.3.4.2. Fabrication de margarines

Les procédés de fabrications sont décrits dans le schéma en annexe. Pour le raffinage, l'acide phosphorique (H₃PO₄) et citrique (C₆H₈O₇) sont ajoutées à l'aide de doseurs.

Le mélange subit par la suite un traitement par dégommeage suivi par une décoloration à l'aide d'une terre décolorante (silicate alumine hydratée). L'huile décolorée est filtrée et la terre décolorante épuisée est acheminée vers la décharge publique. Le savon issu de l'unité de dégommeage est séparé, stocké pour être vendu. L'huile dégommée subit un traitement par neutralisation avec de l'hydroxyde de sodium (NaOH) avant d'être lavée avec de l'eau adoucie dans l'unité de lavage.

L'effluent du lavage est décanté et le surnageant est recyclé en tête de production. L'eau usée issue de la première décantation rejoint les eaux de lavage des sols de la raffinerie ainsi que les eaux pluviales, un deuxième bassin de décantation externe.

L'huile lavée subit un processus de décoloration ou blanchiment pour éliminer les dernières traces de pigments avec une terre décolorante (silicate alumine hydraté) puis une filtration à plaque tournante pour séparer l'huile décoloré de la terre épuisée. La dernière étape du raffinage est le traitement de désodorisation, elle a pour but de rendre l'huile exempte d'odeur et de goût.

Par désodorisation, une huile voit sa stabilité augmenter dans le temps. Le procédé consiste en une distillation à la vapeur sous vide. L'huile raffinée est soit stockée pour livraison ou subie une autre transformation appelée l'hydrogénation catalytique, qui a pour but :

- de réduire l'instauration des corps gras
- d'améliorer leur stabilité vis-à-vis de l'oxydation.

L'huile hydrogénée suit par la suite une post décoloration et post désodorisation avant d'être stockée ou subi un autre traitement final, le shortening. On appelle shortening le procédé de fabrication des graisses plastiques qui sont obtenus à partir d'huiles partiellement hydrogénés et de graisses animales et utilisées en pâtisserie. Le mélange de graisses est travaillé à froid en présence d'antioxydants et sous gaz inerte. La teneur en solide obtenue est de 15 à 30 % entre 15 et 35°C.

25.3.4.3. Minoteries pour la fabrication des farines

La transformation des céréales pour la production de la farine passe par 3 grandes étapes :

- le nettoyage
- la mouture
- Le stockage

25.3.4.4. Conserves de poisson

Le procédé de production utilisé se décompose en opérations suivantes :

Etêtage et éviscération

Le poisson reçu est traité directement en ligne de production, mais l'unité industrielle en stock pour maintenir une production régulière. Le stockage se fait dans deux chambres froides, une chambre tampon et une chambre de congélation. La chaîne de production débute par enlever la tête, la queue du poisson et ses viscères. Ces parties sont évacuées comme déchets.

Le poisson est manipulé dans la saumure qui permet de préserver sa qualité le temps de le mettre en boîte et le stériliser. La saumure est réutilisée pendant environ une demi journée puis rejetée.

Cuisson du poisson

Après l'avoir débarrassé de ses déchets, le maquereau est cuit à la vapeur dans un four tunnel. A ce stade, il a été constaté que de le tri de la chair n'est pas fait dans le but de maximiser le rendement en boîtes. Le potentiel escompté est mesuré pendant la visite sur un échantillon traité et évalué dans la suite du document. Le cheminement de la sardine est le même sauf que la cuisson est faite après mise en boîte.

Jutage et sertissage

Après cuisson, les ingrédients (huile, condiments, etc..) sont ajoutés au poisson, l'opération est suivie par une fermeture de la boîte et son rinçage. A ce stade, il a été constaté un taux de pertes intéressant à réduire. Ces pertes sont principalement dues au dysfonctionnement des sertisseuses et au remplissage excessif de certaines boîtes.

Stérilisation

Après sertissage les boîtes de conserve sont lavées et séchées puis stérilisées à 122°C. La stérilisation se fait dans des autoclaves chauffés à la vapeur indirecte. Les stérilisateur sont refroidis avec de l'eau adoucie qui est éliminée, lorsqu'elle est jugée sale, c'est-à-dire chargée en matières grasses. Cette matière grasse est intéressante à récupérer notamment lorsqu'il s'agit de la cuisson du maquereau, dans des grilles.

Séchage et conditionnement

Les boîtes refroidies et séchées sont conditionnées dans des cartons, et stockées dans un magasin.

25.3.4.5. Farine et huile de poisson

Les farines de poisson sont un produit solide (poudre) obtenu à partir de poissons entiers ou déchets par un procédé qui vise à séparer les fractions solide, huileuse et aqueuse de la matière première, et à extraire une grande partie de l'eau et des huiles.

Les co-produits sont chauffés dans des cuiseurs à 85-90°C avec injection de vapeur, afin que les protéines cuisent et coagulent, libérant ainsi les huiles et l'eau.

Ces fractions liquides (jus de presse) sont éliminées par centrifugation, puis mis à décanter pour récupérer les matières en suspension (solides). Les huiles sont ensuite séparées de la fraction aqueuse (eaux de colle) grâce à un séparateur (centrifugation).

A signaler également que tout le matériel installé est neuf. L'eau de presse est traitée par décanteur, séparateur d'huile et un système d'évaporation très avancé qui concentre tout le liquide restant et le transfère au séchoir. L'eau utilisée pour refroidissement est une eau saumâtre provenant du puits situé au voisinage de l'usine. Ces eaux sont recyclées via des bassins de récupération. Le gâteau de presse est enfin séché, broyé à la granulométrie désirée, et conditionné pour donner la farine.

25.3.4.6. Extraits de café

Cette activité est fort limitée à quelques entreprises, dont une dominante (Nestlé). Ces entreprises procèdent à l'extraction du café pour en fabriquer des produits solubles.

25.3.4.7. Laiteries

La plupart des laiteries, au Maroc, sont de petite et moyenne taille, certaines d'entre elles (Copag, Colainord) sont organisées en coopératives. Les principales transformations du lait, sont :

- Réception du lait et son stockage

- Analyses
- Stérilisation
- Conditionnement du lait frais
- Ecrémage et production de beurre
- Production de boissons au lait
- Production de yaourt

Les opérations nuisibles sont le NEP, qui consiste à un lavage périodique et systématique des installations à l'aide de soude et d'acide nitrique alternés.

25.3.4.8. Trituration de l'huile d'olive

Il existe deux procédés répandus au Maroc : le procédé dit à deux phases, séparant l'huile et l'eau végétale du grignon humide. Le second procédé est dit à trois phases, c'est-à-dire l'eau, l'huile et le grignon relativement sec. Avant ces opérations de séparation, l'olive est lavée, broyée puis malaxée.

Les problèmes environnementaux sont liés à chaque type de procédé, celui à trois phases est le plus polluant, car ils produisent un débit important de margines.

26. EVALUATION DES IMPACTS DES REJETS DU SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER SUR L'ENVIRONNEMENT

26.1. Pêche

La pêche constitue la source d'alimentation en matières premières des activités dites des fruits de mer. Les indicateurs relatifs à l'activité de la pêche (année 2011) sont consignés dans le tableau suivant en termes de nombre de bateaux et d'embarcations artisanales, ainsi que tonnage autorisé.

Tableau 13. Données sur la flotte de pêche (TJB : tonnes de jauge brute)

	Flotte de pêche hauturière			Flotte de pêche côtière			Barques de pêche artisanale
	Nombre	TJB	PM	Nombre	TJB	PM	Nombre
Méditerranée				306	13 004	89 298	2 499
Atlantique	333	104 699	329 160	1 556	90 637	548 645	11 118
Total	333	104 699	329 160	1 862	103 641	637 943	13 617

Les impacts relatifs à l'activité de la pêche sont principalement :

- La capture d'espèces en deçà de la taille limite permise, ce qui se produit souvent, notamment par la pêche artisanale peu scrupuleuse,
- L'utilisation non optimale des produits frigorigènes, ce qui contribue à augmenter les émissions de gaz à effet de serre. L'évaluation de ces émissions est donnée dans le tableau quantitatif ci-après. Il n'est pas non plus sûr que l'utilisation des produits bannis dans le cadre du projet CFC Maroc, soit évitée, tant l'absence de contrôle de ce point de vue est faible,
- Les émissions en gaz carbonique issues d'une motorisation utilisée, qui n'est pas renouvelée systématiquement

26.2. Agroalimentaire

Le secteur de l'agroalimentaire et des produits de la pêche est l'un des principaux émetteur de pollution liquide contenant des matières grasses et des matières organiques. Nous présentons ci-après l'évaluation de cette pollution sur les écosystèmes marins d'une part et sur le domaine public hydraulique d'autre part. Cette séparation des deux écosystèmes est pertinente car chacun des écosystèmes dispose d'une réglementation propre.

26.2.1. Pollution globale pour le littoral

Compte tenu, de sa diversité et son occupation du sol, le littoral marocain a été scindé en 3 zones⁵⁰ décrites dans le tableau suivant et délimitées sur la carte ci-après.

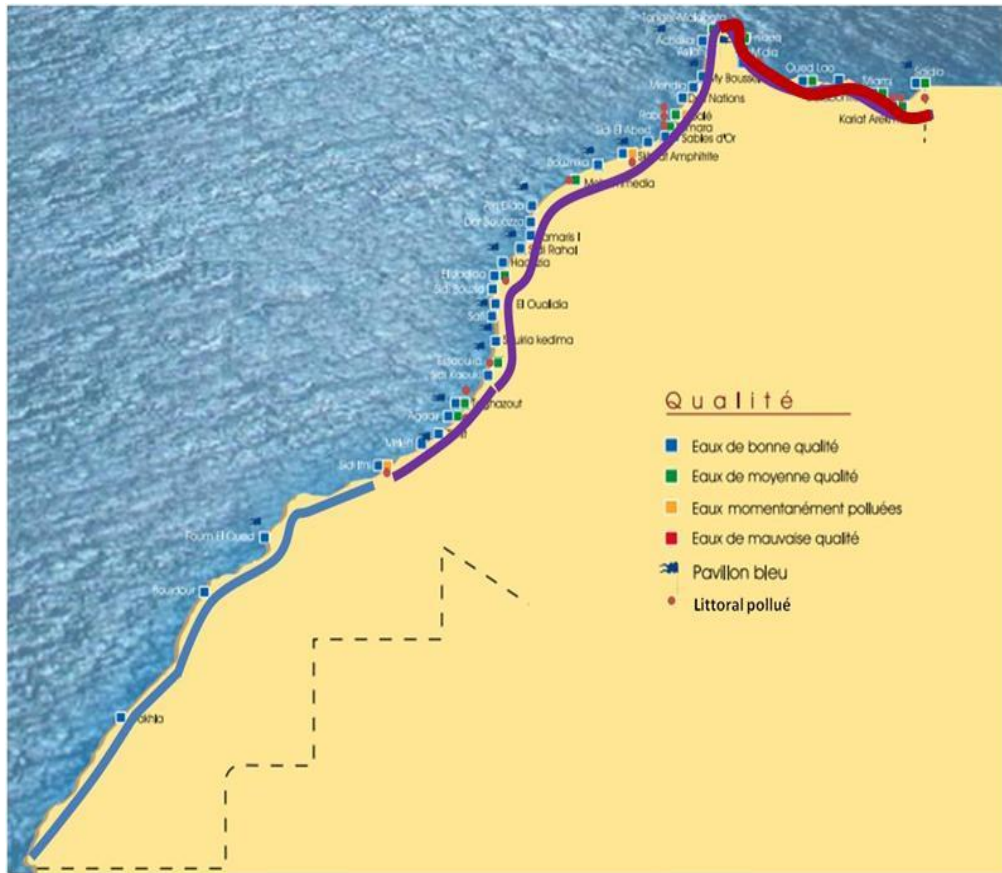
Figure 26. Différenciation du littoral en trois zones

Zone	Caractéristiques
ZONE MED (ZM)	Écosystème globalement fermé à courantologie moins dispersante Zone objet d'un plan d'action Med et protocoles particuliers Concentration de zones sensibles : SIBEs et zones humides Zone à activité touristique modérée Forte urbanisation Industrialisation faible à modérée Impact des eaux usées domestiques modéré
ZONE ATLANTIQUE NORD (ZAN)	Industrialisation intense, diversifiée Sites écologiques abondants
ZONE ATLANTIQUE SUD (ZAS)	Industrialisation faible Sites écologiques abondants Faible urbanisation Activité touristique modérée

La carte suivante montre l'étendue des trois zones du littoral.

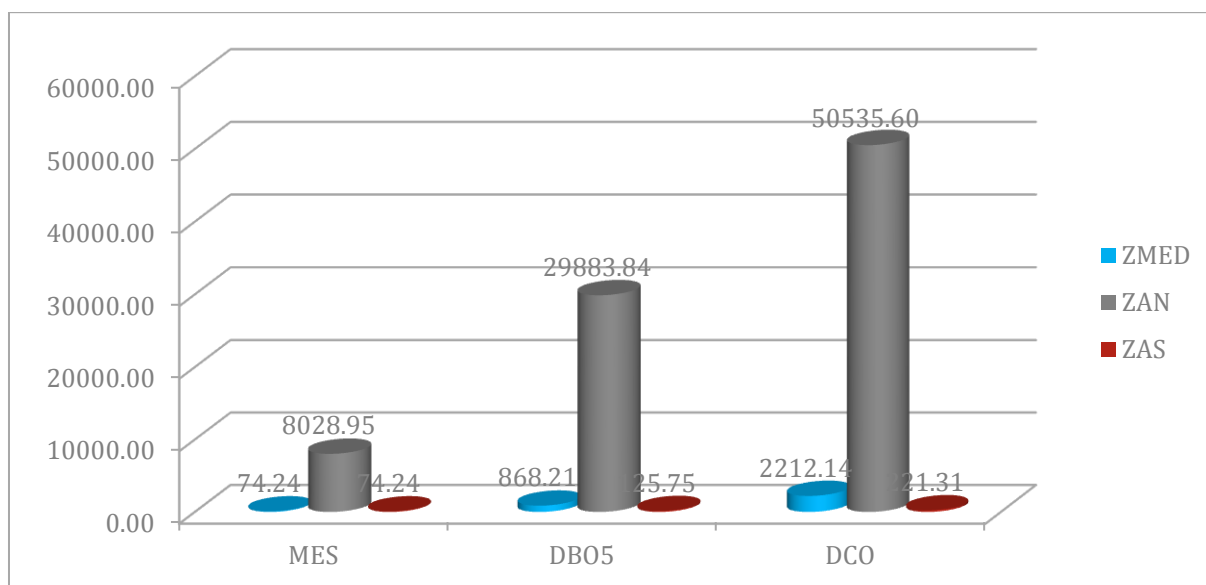
⁵⁰ Etude des valeurs limites de rejet dans le littoral, Département de l'environnement-Maroc, EDIC, 2013

Figure 27. Partition du littoral en trois parties : celles subissant une forte pression des sources de pollution et celle qui en subit le moins, mais vulnérable



La pollution actuellement subie par les trois zones est inégale. Elle est à l'évidence très importante dans la zone atlantique nord, suivie par la zone méditerranéenne et en moindre importance dans la zone atlantique sud. La forte pollution subie par la bande nommée ZAN est due à la forte industrialisation de cette zone. Elle est corrélée à la présence d'infrastructures portuaires, routières et autoroutières et à la présence de la population, constituant le marché national de ces industries agroalimentaires.

Figure 28. Importances relatives des pollutions produites par les industries IAA (t/an, 2013)



26.2.2. Pollution du domaine public hydraulique

La charge polluante générée par les unités situées sur le domaine public hydraulique (non littoral) est consignée dans le tableau suivant.

Tableau 14. Pollution liquide produite par les industries IAA (y compris les produits de la pêche) non installées sur le littoral

Paramètre de pollution	T/an (2013)
DBO5 [t/an]	82931
DCO [t/an]	174134
MES [t/an]	37873

Cette charge polluante est très forte en raison du nombre important des unités oléicoles et laitières.

26.2.3. Déchets solides et pollution atmosphérique

Les autres polluants notables sont les déchets non dangereux, qui sont en général valorisés et les déchets dangereux, estimés dans le cadre d'une étude nationale⁵¹ à 13979 t/an. La pollution atmosphérique se résume aux gaz émis par les chaudières, à savoir CO₂, SO₂, MPS, et CO.

⁵¹ Etude du plan directeur national de gestion des déchets spéciaux (CNEDS), 2007-2013, AHT-EDIC-DPU, KFW

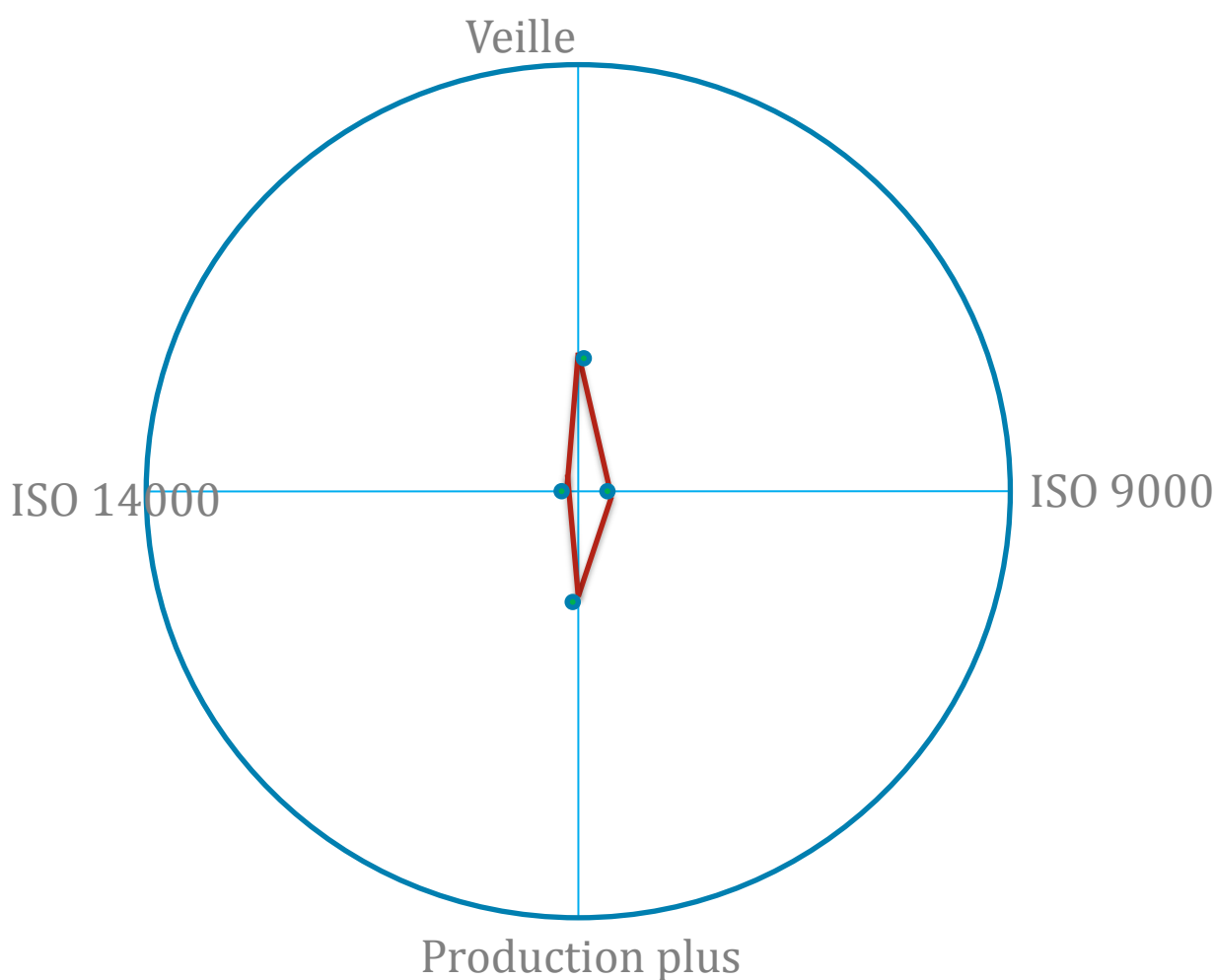
27. CONCLUSION ET ORIENTATIONS

L'analyse des deux secteurs d'activités et leur impact sur l'environnement suggère l'élaboration d'une stratégie de mise à niveau environnementale et de promotion de la qualité. En effet, sur les 8000 entreprises productives au Maroc, à peine :

- 12% sont certifiées ISO 9000
- 0,5 % sont certifiées ISO 14000, et
- on estime selon notre connaissance du marché que la veille réglementaire et les procédures de production propre sont observées par 25% des PME/PMI, tout au plus.

Ceci montre que l'empreinte des deux secteurs, sur le plan éco efficacité et environnement, reste à améliorer. Pour ce faire une analyse détaillée ciblant les secteurs exportateurs est faite, suivi d'un plan d'action ciblant les secteurs les plus nuisibles sur le plan environnemental.

Figure 29. Etat actuel de l'aspect environnemental dans la production marocaine



Les PME/PMI actives dans le domaine de l'export sont mieux loties que le plan de la certification, mais moins appliquées à respecter des normes de rejet par exemple.

28. IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES SECTEURS CIBLÉS PAR LE PROJET EDEC

Pour évaluer l'impact des PME/PMI des secteurs exportateurs, nous avons établi une matrice d'impact par secteur, en rappelant les maillons de la filière (chaîne des valeurs) et les milieux de l'environnement susceptibles d'être concernés par ces impacts. Ensuite, chaque élément de la matrice est documenté par un indicateur donnant la valeur de la pollution émise.

28.1. Secteur des produits de la pêche, relevant du projet EDEC

Les maillons de la chaîne des valeurs ont été arrêtés dans le cadre du rapport établi par l'expert sectoriel. Ils ont été reproduits fidèlement comme étant les mêmes activités qui pourront être stimulées dans le cadre du projet EDEC pour la promotion de l'export.

Comme attendu l'impact majeur des produits de la pêche se manifeste par l'émanation de la pollution liquide au niveau du littoral et des produits frigorigènes, connus pour être de puissants gaz à effet de serre.

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Figure 30. Matrice d'impacts: Pêche et produits de la pêche

Maillon de la chaîne des valeurs	Opération	Production en t/an	Annuelle	Annuelle	SIBE et Littoral	Environnement écologique et social	Ressources halieutiques	Rejet en GES dans l'air exprimés en tonne de CO2	Rejets diffus desH CFC dans l'air (*)	Qualité du littoral	Sol	Domaine public hydraulique	Emploi femmes	Emploi jeunes
			RL (exprimés en débit et en DCO)	DS (exprimés en tonne)										
Pêche	Pêche artisanale et cotière	1172973			Dégradation sites biologiques	Pêche de subsistence conduisant à la raréfaction des espèces protégées	non significatif							
	Pêche en mer		rejets en mer d'huiles usées	rejet des restes de poisson et pertes des filets	Dégradation sites biologiques	destruction ressources non matures par des filets non appropriés	102667	850000						
Aquaculture	Engraissement	700	rejets diffus dans la zone aquacole		Dégradation sites biologiques		nd	ns						
Importation du poisson		600	rejets d'eau de poisson				nd							
Débarquement des prises	Mode de conditionnement du poisson	1172973			Déchets solides et rejets sur le littoral								2 femmes marayeurs et 1 femme grossiste	
Transport du poisson	Transport	1172973	Rejets : 2932 m3 DCO: 2,93 t	rejet au niveau de certains sites biologiques			13903	297500						
Congélation du poisson	Eviscération, étêtage, congélation	592351	DCO: 50350 t Rejets : 5923510 m3	296165 t						pollution par les rejets liquides	Pollution par eaux de poisson			
Conserve et semi conserve	Etêtage, éviscération ,conservation	280341	DCO: 7009 t Débit: 841021 m3	280341 t	rejets liquides des unités situées dans les zones du littoral		56535		pollution par les rejets liquides	DCO: 1667 t Débit : 20000 m3	20000 m3 rejets dans les cours d'eau	6000 femmes pour une masse salariale de 220 MMAD	nd	
Farine et huile de poisson	Malaxage-cuisson séchage	200578	DCO : 19757 t Débit : 200000 m3	0	rejets liquides des unités situées dans les zones du littoral		5884		pollution par les rejets liquides					
Export	Transport	526631					46344				1480 m3 d'eau de poisson déversées sur les bords des routes			

29. STRATÉGIE DE MISE À NIVEAU DES SECTEURS ET PLAN DE MISE EN ŒUVRE

La stratégie proposée pour améliorer cette situation est déclinée ci-après sous la forme d'orientations avec un plan de mise en œuvre, concret et amarré aux orientations actuelles des efforts des pouvoirs publics en matière d'amélioration du niveau environnemental des entreprises.

Devant les impacts de la pollution sous toutes ses formes, il apparaît judicieux d'élaborer une stratégie de mise à niveau environnementale des deux secteurs d'activités et un plan d'action correspondant.

Avant de présenter les projets du plan d'action lui-même, il est utile de rappeler les principes qui ont présidé à leur élaboration :

- La prévention de la pollution industrielle doit être inscrite dans une politique nationale mais également des groupements des industriels et leur confédération
- La politique de prévention doit être partie intégrante d'une stratégie nationale (CNDD) globale de gestion de l'environnement,
- Le plan d'action s'inscrit dans le cadre de la charte nationale de l'environnement et du développement durable et accompagne les sources de pollution dans leur mise à niveau vis-à-vis de la réglementation nationale, la prévention et la dépollution sont clairement des devoirs à régler par le secteur productif,
- Toutes les sociétés productrices doivent être à pied d'égalité devant la loi, celle rejetant dans le DPH sont assujetties au VLR, celles rejetant dans le littoral doivent se conformer à un système similaire, en cours d'étude
- Le plan d'action vise à réaliser des actions qui réduisent ou préviennent le maximum de pollution, avec le minimum de moyens financiers, ce qui est dans la ligne directrice des pouvoirs publics qui limitent les moyens de dépollution et de gestion de l'environnement. Ainsi le FODEP, dans sa nouvelle formule, limite le soutien financier aux projets dépolluants, à 5 MDhs,
- Les entreprises doivent se mettre à niveau pour une meilleure productivité et d'ouverture à l'export
- Certaines actions sont proposées dans le cadre de contrats programmes et convention sous l'égide des associations professionnelles, la CGEM, de sorte à assurer une pérennité dans la prévention de la pollution et impliquer l'ensemble des acteurs
- Les institutions en lien avec la production industrielle et l'export doivent être renforcées pour pouvoir accompagner les unités industrielles,

La prévention de la pollution ne sera effective que si les actions qui constituent le plan, soient réalistes, concrètes, faciles à mettre en œuvre et correctement planifiées. Ces actions, présentées ci-après, ont pour objectif, de :

- Fournir des solutions aux différents générateurs de pollution et les aider à se conformer le plus rapidement possible aux exigences environnementales nationales et locales,
- Traiter la plus grande part de la pollution produite dans la région à court et moyen termes

Les actions formulées, sous forme d'esquisses, dans le cadre de ce plan, sont décrites selon le canevas suivant:

- Consistance de l'action,
- Objectifs
- Résultats attendus
- Maître d'ouvrage
- Investissement
- Délais de réalisation

- Financement
- Indicateurs de suivi

29.1. Action 1: Formation et sensibilisation à la réglementation en vigueur et la police de l'environnement

Consistance de l'action

L'action proposée consiste à sensibiliser les exportateurs aux normes en vigueur au Maroc de sorte à protéger l'environnement, tout en développant la production à l'export.

Résultats attendus

- Formation aux normes en vigueur et à venir
- Sensibilisation

Maître d'oeuvre

- Ministère délégué chargé de l'export et le ministère délégué chargé de l'environnement

Investissement requis

- 20 séances de formation de 25 personnes chacune pour couvrir le potentiel des 500 entreprises ciblées par le projet EDEC

Délais de réalisation

- Formations planifiées sur 1 an

Financement

- Projet EDEC

Indicateurs de suivi

- L'indicateur de suivi de l'action est le nombre de cadres formés

29.2. Action 2: Sensibilisation et information des acteurs sur prévention de la pollution et aux technologies de production propre

Consistance de l'action

La prévention de la pollution est une action généralement très peu coûteuse et permet d'éviter d'importants dégâts, en comparaison à la situation où la pollution est produite et qu'il faille la traiter. Parmi les outils de prévention, il y a la sensibilisation des acteurs, laquelle doit être conduite périodiquement pour porter ses fruits. Aussi, il est recommandé d'informer les acteurs sur les technologies propres de production à l'instar des initiatives du CMPP.

Cette action sera assurée par des experts en gestion de l'environnement industriel et/ou éventuellement les cadres de la police de contrôle.

La sensibilisation sera assurée sous la forme de réunions d'information et de communication sur la pollution, de telles réunions seront organisées par thème et avec des associations professionnelles, par activité ou secteur d'activité et se basant sur des études de cas montrant les gains économiques et environnementaux générés par la prévention et l'adoption des pratiques de production propre.

Les thèmes à aborder sont, entre autres :

- Pollution et santé

- Coût de la non dépollution
- Pollution, facteur de la non qualité
- Réglementation liée à la pollution
- Meilleures techniques de dépollution
- Dépollution low cost
- Pollution et productivité

Les sept thèmes peuvent être débattus, chacun avec une activité ou un secteur donné. L'ingénieur conseil table sur un programme basé sur un meeting par mois dans le cadre du plan d'action.

Résultats attendus

- Un programme de sensibilisation est élaboré pour la prévention de la pollution
- Création d'un forum sur la sensibilisation au niveau du site du département de l'environnement et de la CGEM-CMPP
- Les mêmes sites mettent en exergue une veille réglementaire à l'intention des industriels

Figure 31. Présentation des interfaces où le forum pourrait être inséré (1)

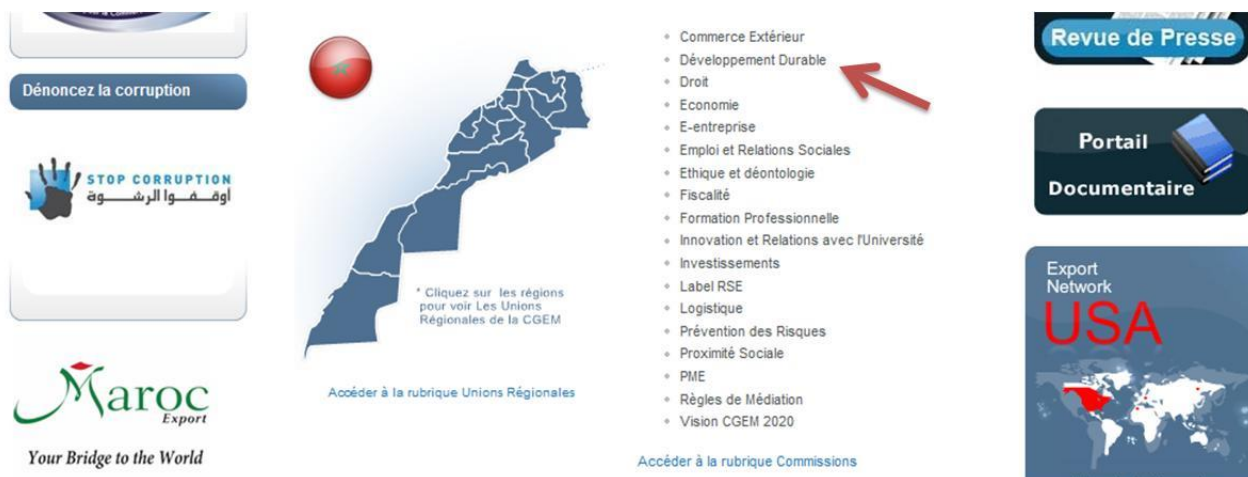
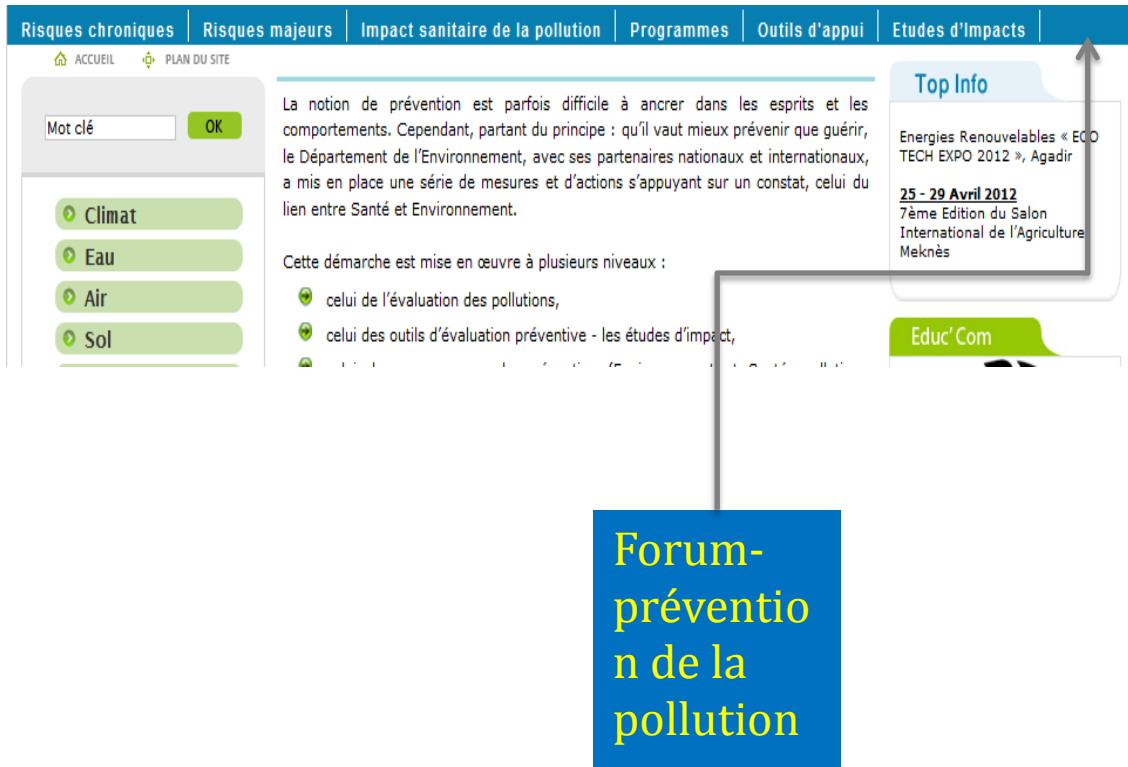


Figure 32. Présentation des interfaces où le forum pourrait être inséré (2)

Parmi les démarches entreprises dans le cadre de ce type d'actions, figure l'utilisation du grignon comme biomasse.

Maitre d'oeuvre

- EDEC
- Ministère délégué chargé du commerce
- CGEM

Investissement requis

L'investissement requis doit couvrir les frais d'installation et maintenance du forum, au moins pendant un an et à raison de 1 homme jour par semaine, soit 50 HJ52. L'investissement requis est donc de 175 000 Dhs.

Délais de réalisation

L'action doit être réalisée à court terme

Financement

EDEC/ Département du commerce

Indicateurs de suivis

Les indicateurs de suivi de l'action sont :

- Un programme de sensibilisation est élaboré
- Un forum est mis en place

⁵² Le coût d'un homme jour d'expertise est actuellement estimé à 3500 Dhs HT

- Une veille réglementaire est accessible au niveau du site de la CGEM

29.3. Action 3: Audits industriels

Consistance de l'action

Cette action englobera la réalisation d'audits et de sessions de formation sur l'audit environnemental. Le volet relatif au renforcement des capacités des auditeurs est en cours d'être érigé en action de formation continue dans le cadre du projet PGPE – GIZ et la DPCC.

Résultats attendus

- 50 audits procédés sont réalisés dans les trois ans
- Les audits procédés sont obligatoires dans les cinq ans à venir (projet EDEC)

Maître d'oeuvre

EDEC, ITC

Investissement requis

Incitation à la réalisation de 50 audits industriels, soit 5 Mdhs

Délais de réalisation

Dans les trois ans à venir pour les audits

Financement

EDEC, ITC, Bailleurs de fonds

Indicateurs de suivi

50 audits sont réalisés à titre pilote

29.4. Action 6 : Contrôle des outils de pêche et du zonage des pêcheries (mailles des filets,...)

Consistance de l'action

La mise en place d'un contrôle régulier et sévère permettra de sauvegarder la biodiversité marine inapte à être capturé par la flotte de pêche.

Objectifs

Limitation des pêches non réglementés

Résultats attendus

La pêche réalisée répond à la réglementation en vigueur

Maître d'oeuvre

- Ministère des pêches maritimes
- Ministère délégué chargé de l'environnement
- Ministère des affaires étrangères en charge de la convention sur la biodiversité

Investissement requis

A estimer selon la taille du projet

Délais de réalisation

Pour la phase prioritaire : 3 ans

Financement

FODEP, industriels

Indicateurs de suivi

Part de la trituration par les systèmes à deux phases

Chapitre 4. Rapport sur l'aspect genre

30. RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Le Projet de développement des exportations pour la création de l'emploi (EDEC) au Maroc a comme objectif ultime de contribuer aux efforts du gouvernement marocain pour créer des emplois durables et de qualité, notamment au profit des femmes et des jeunes, et ce par la promotion et le développement des exportations dans trois secteurs considérés comme porteurs (Agroalimentaire, pêches et cuir).

Les données disponibles démontrent un accès inégal des femmes et des jeunes à l'activité économique et au marché du travail. Aussi, le projet EDEC se propose-t-il de contribuer à réduire ces inégalités et de promouvoir les possibilités d'emploi pour les femmes et les jeunes. Plus précisément, le projet a identifié des résultats intermédiaires en matière d'égalité de genre et de jeunes dont notamment le développement d'une stratégie pour l'intégration des dimensions genre et jeunes dans le projet.

30.1. Contexte

Durant la dernière décennie (2003-2013), les engagements confirmant la volonté d'enraciner les valeurs égalitaires entre les sexes dans les institutions et au sein de la société marocaine se sont multipliés et accélérés, tout en s'inscrivant dans un cadre cohérent et convergent.

Ces engagements se sont traduits notamment par des réformes législatives, l'établissement de cadres de politiques et des expériences confirmées d'institutionnalisation de l'égalité de genre dans des départements ministériels et de budgétisation sensible au genre. Ces avancées se sont globalement consolidées depuis 2011 à travers notamment l'adoption de la nouvelle Constitution.

Par ailleurs, le gouvernement marocain a approuvé, début avril 2014, la Stratégie nationale intégrée de la jeunesse (SNIJ). Stratégie qui s'articule autour de cinq axes, dont le premier axe vise l'augmentation des opportunités économiques pour les jeunes et la promotion de leur employabilité.

30.2. Analyse des données

L'analyse a concerné des données quantitatives et qualitatives relatives à l'emploi des femmes et des jeunes, notamment dans les trois secteurs ciblés. Plus spécifiquement, la collecte et l'analyse des données ont porté sur les quatre volets suivants : (i) l'éducation et l'emploi des jeunes, (ii) l'emploi des femmes, (iii) l'entrepreneuriat féminin et jeunes, et (iv) l'emploi des femmes et des jeunes dans les trois secteurs visés. L'analyse a fait ressortir les opportunités et les contraintes relatives à chacun de ces quatre volets.

30.3. Stratégie genre et jeunes

L'évolution des pré-requis du commerce international et de la mondialisation à différents paliers influent sur les femmes et les jeunes, notamment, en termes d'emploi, d'autonomisation, de disposition d'actifs et de sources de financement. De ce fait, l'appropriation des questions de l'égalité de genre et de jeunes, en lien avec le commerce international est primordiale.

La stratégie proposée est basée sur une double approche (inclusive et spécifique) qui a guidé, de façon globale, les choix stratégiques à opérer et la nature des projets/actions à appuyer. Ainsi, la stratégie pour l'intégration des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC est articulée autour de quatre axes :

- Axe 1 : Intégration verticale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC à travers des interventions spécifiques.
- Axe 2 : Intégration transversale des dimensions genre et jeunes dans les activités du projet.
- Axe 3 : Suivi continu et évaluation des différentes interventions d'intégration du genre et des jeunes.

- Axe 4 : Communication interne et externe.

L'intégration verticale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC serait assurée à travers l'appui aux trois catégories d'organisations (institution d'appui au commerce, association de femmes et association de jeunes) par la mise en œuvre de projets qui ont émergé lors des entretiens réalisés avec les institutions partenaires. Ces projets sont :

- Appui du Centre marocain de promotion des exportations (CMPE) pour le développement d'un système d'information des entreprises exportatrices où les données sont notamment désagrégées par sexe et par âge.
- Appui pour le renforcement des capacités du Club Export de l'Association des femmes cheffes d'entreprises (AFEM) en vue d'accompagner ses membres en matière d'export.
- Appui de la stratégie « Entreprendre sans complexes » du Centre des jeunes dirigeants (CJD) en matière d'export.

D'autres projets pourraient être identifiés, selon une démarche participative plus large, lors d'un atelier d'identification et de définition de projets avec les institutions partenaires.

L'intégration transversale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC serait assurée à travers :

- d'une part la prise en compte de ces deux dimensions dans l'ensemble des activités prévues dans le Plan de travail 2013-2017 du projet, et
- d'autre part dans des activités qui concernent la majorité des institutions partenaires que sont les PME et les IAC.

La stratégie de suivi continu et d'évaluation des résultats en matière de genre et jeunes est conforme au processus (basé sur la gestion axée sur les résultats) de suivi, reporting et évaluation du projet EDEC. Plus spécifiquement, ce processus est articulé autour de quatre étapes : (i) élaboration et mise en œuvre du cadre d'analyse logique de l'axe vertical et des matrices de mesure de performance des deux axes vertical et transversal, (ii) l'organisation d'un bilan annuel participatif, (iii) une évaluation à mi-parcours, et (iv) une évaluation externe de fin de projet.

La stratégie de promotion/communication en matière de genre et jeunes est conforme à la stratégie de communication du projet EDEC fournissant un cadre unique pour couvrir toutes les communications avec les parties prenantes. Cette stratégie de communication vise la promotion des activités et des résultats du projet entre les bénéficiaires, les institutions partenaires de développement et la communauté des affaires en général, au Maroc et à l'étranger. Ceci permettra d'augmenter l'impact, la durabilité et la visibilité du projet.

30.4. Indicateurs de performance

Les indicateurs de performance de la stratégie genre et jeunes du projet EDEC sont présentés par type d'intégration (verticale et transversale) des deux dimensions genre et jeunes.

Pour le premier axe d'intégration verticale, s'agissant de nouvelles interventions (3 projets), le cadre d'analyse logique et la matrice de mesure des performances ont été développés.

Quant au second axe d'intégration transversale des dimensions genre et jeunes, s'agissant d'activités prévues dans le Plan de travail 2013-2017 du projet EDEC augmentées d'activités transversales complémentaires, seule la matrice de mesure des performances correspondante a été développée.

31. INTRODUCTION

Le Projet de développement des exportations pour la création de l'emploi (EDEC) au Maroc a comme objectif ultime de contribuer aux efforts du gouvernement marocain pour créer des emplois durables et de qualité, notamment au profit des femmes et des jeunes, et ce par la promotion et le développement des exportations dans trois secteurs considérés comme porteurs. Il s'agit des secteurs des produits agroalimentaires, des produits de la mer et le cuir.

Les données disponibles démontrent un accès inégal des femmes et des jeunes à l'activité économique et au marché du travail. A titre d'exemple, le taux d'activité des femmes ne dépasse guère 25% contre 75% pour les hommes et plus de six chômeurs sur dix (60,1%) sont des jeunes âgés de 15 à 29 ans⁵³.

Ainsi, le projet EDEC se propose de contribuer à réduire ces inégalités et de promouvoir les possibilités d'emploi pour les femmes et les jeunes. Plus spécifiquement, le projet a identifié des résultats intermédiaires en matière d'égalité de genre et de jeunes dont notamment:

- Augmentation des exportations par les PME, en particulier les entreprises gérées ou employant des femmes et des jeunes dans les secteurs agroalimentaire, les produits de la mer et l'industrie du cuir.
- Qualité améliorée des services des IAC en intégrant les spécificités des genres pour soutenir les PME, en particulier les entreprises gérées par ou employant des femmes et des jeunes dans les secteurs ciblés à accéder aux marchés internationaux.
- Une stratégie pour l'intégration des questions de genre et jeunes développée pour le projet.

Ce document présente cette stratégie d'intégration des aspects égalité de genre et jeunes dans le projet EDEC. Le développement de cette stratégie est basé sur une approche méthodologique conforme à la politique du Ministère des affaires étrangères, commerce et développement - Canada (MAECD) en matière d'égalité entre les sexes⁵⁴, notamment l'utilisation de l'« Analyse selon le genre »⁵⁵ pour déceler les enjeux et les inégalités entre les femmes et les hommes inhérentes aux secteurs couverts par le projet EDEC (inégalités dans l'accès aux ressources, dans les droits et dans la prise de décision).

Cette approche méthodologique est articulée autour des étapes suivantes :

1. Collecte et analyse des données quantitatives et qualitatives relatives à l'emploi des femmes et des jeunes, notamment dans les trois secteurs ciblés. Cette étape a été réalisée, dans un premier temps, par une recherche documentaire complétée, ensuite, à travers des entretiens individuels avec les responsables des institutions partenaires du projet⁵⁶.
2. Ébauche d'une stratégie genre et jeunes qui sera intégrée dans le projet EDEC. Cette stratégie devra être articulée autour des axes identifiés lors de l'analyse des données réalisée lors de la recherche documentaire et des entretiens individuels.
3. Expression des indicateurs de performance spécifiques à la stratégie d'appui au genre et aux jeunes du projet.

Ainsi, ce document est articulé autour de quatre sections et de deux annexes.

Les sections sont:

1. Le contexte national qui expose une vue d'ensemble des questions relatives à l'égalité de genre et aux jeunes ainsi que le contexte relatif au projet EDEC.
2. Les résultats de l'analyse des données relatives aux quatre volets suivants : (i) éducation et emploi des jeunes, (ii) emploi des femmes, (iii) entrepreneuriat féminin et jeune, et (iv) emploi des femmes et des jeunes dans les trois secteurs visés (Agroalimentaire, pêches et cuir).

⁵³ Note d'information du HCP relative à la situation du marché de travail au premier trimestre 2014.

⁵⁴ Egalité entre les sexes : politique et outils, Politique de l'ACDI en matière d'égalité entre les sexes, ACIDI-CIDA, 2010

⁵⁵ Appelée aussi l'Analyse comparative entre les sexes

⁵⁶ Voir le rapport de synthèse des résultats des entretiens individuels, Mai 2014

3. La stratégie genre et jeunes avec ses quatre axes stratégiques : (i) intégration verticale des dimensions genre et jeunes dans le projet à travers des interventions spécifiques, (ii) intégration transversale des dimensions genre et jeunes dans les activités du projet EDEC, (iii) suivi continu et évaluation des différentes interventions et activités d'intégration du genre et des jeunes, et (iv) communication interne et externe.
4. Les indicateurs de performance spécifiques à la stratégie d'appui au genre et aux jeunes du projet.

Les annexes sont:

1. La liste des documents relatifs aux jeunes, à l'égalité de genre et au renforcement économique des femmes.
2. La liste des organisations et personnes contact, notamment celles rencontrées lors du développement de la stratégie.

32. CONTEXTE

Cette section rappelle brièvement le contexte général en matière d'avancées de l'égalité de genre au Maroc au cours de la dernière décennie, présente la Stratégie nationale intégrée de la jeunesse et introduit le contexte relatif au projet de développement des exportations pour la création de l'emploi, notamment pour les femmes et les jeunes.

32.1. Contexte général genre

Durant la dernière décennie (2003-2013), les engagements confirmant la volonté d'enraciner les valeurs égalitaires entre les sexes dans les institutions et au sein de la société marocaine se sont multipliées et accélérées, tout en s'inscrivant dans un cadre cohérent et convergent.

Ces engagements se sont traduits notamment par des réformes législatives, l'établissement de cadres de politiques et des expériences confirmées d'institutionnalisation de l'égalité de genre dans des départements ministériels et de budgétisation sensible au genre.

Au titre des avancées relatives à la mise en place de politiques publiques sensibles au genre figurent :

- A. La révision en 2003 du Code du travail qui a introduit le principe de non-discrimination en matière d'emploi.
- B. L'adoption en 2006 de la Stratégie nationale pour l'égalité et l'équité entre les sexes par l'intégration de l'approche genre dans les politiques et les programmes de développement. Cette stratégie indique les orientations gouvernementales sur les politiques à entreprendre en matière d'équité et d'égalité entre les sexes et recommande de définir des plans d'action spécifiques dans les différents secteurs en vue de réduire les inégalités entre les sexes basées sur les rôles sociaux pénalisant les femmes.
- C. Une circulaire du Premier ministre, datée du 8 mars 2007, confirme la légitimité de cette stratégie nationale en sollicitant les ministères, les walis et les gouverneurs à procéder à l'intégration du genre dans toutes les politiques et dans les programmes de développement sectoriels et régionaux.
- D. Quatre ministères (communication, modernisation des secteurs publics, éducation nationale, emploi et formation professionnelle) se sont engagés, entre 2006 et 2012, dans un processus d'intégration de l'approche institutionnelle de l'égalité de genre dans leurs secteurs respectifs par l'élaboration, l'adoption et la mise en œuvre de Programmes à moyen terme (PMT) d'institutionnalisation de l'égalité entre les sexes (IES).
- E. Le chantier de la Budgétisation sensible au genre (BSG), lancé depuis une dizaine d'années, dans le sens de l'intégration de l'analyse genre dans tout le processus de programmation, d'exécution et d'évaluation budgétaire, est très avancé au Maroc. Le rapport genre est publié chaque année, celui de 2014 a regroupé 30 secteurs gouvernementaux dont celui du Commerce extérieur.

- F. Le Plan gouvernemental pour l'égalité à l'horizon de la parité (ICRAM⁵⁷, 2013-2016), élaboré selon une approche participative et un principe de concertation impliquant toutes les parties concernées, se veut être un cadre de référence fédérateur des initiatives envisagées par les départements gouvernementaux en matière de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes. Ce plan, qui a été adopté en juin 2013 par le Conseil du gouvernement, devrait agir de catalyseur permettant de créer une forte synergie en vue d'intégrer l'approche genre dans les politiques nationales et les programmes de développement.

Ce plan est articulé autour de 8 domaines dont notamment le premier domaine concerne l'institutionnalisation et la diffusion des principes de l'équité et d'égalité de genre, et le domaine 6 qui concerne l'autonomisation sociale et économique des femmes.

Ces avancées se sont globalement consolidées depuis 2011 à travers notamment l'adoption de la nouvelle Constitution en juillet 2011.

- G. La nouvelle Constitution garantit l'égalité de genre et l'étend aux domaines économique, social, culturel et environnemental alors qu'auparavant, le principe constitutionnel d'égalité était limité au domaine politique.
- H. Cette constitution réaffirme l'attachement du Maroc aux droits humains tels qu'ils sont universellement reconnus ouvrant ainsi la voie à l'élargissement du référentiel normatif en matière d'égalité et de droit à travers la reconnaissance de la suprématie des conventions internationales. Ainsi, les mécanismes internationaux relatifs aux droits de l'Homme et ratifiés par le Maroc en l'occurrence la CEDAW, les OMD, etc., engagent le Maroc à prendre en considération l'impact des accords commerciaux internationaux et régionaux sur les activités exercées par les femmes⁵⁸.

32.2. Stratégie nationale intégrée de la jeunesse

Le gouvernement marocain a approuvé, début avril 2014, la Stratégie nationale intégrée de la jeunesse (SNIJ). Les préparatifs pour l'élaboration de cette stratégie ont été lancés en 2009 et un dialogue national sur la jeunesse a été initié en 2012 pour renforcer la concertation avec cette frange de la population, les acteurs économiques et la société civile.

Cette stratégie qui s'assigne pour objectif la mise en place des mécanismes devant permettre aux jeunes d'être au centre des politiques publiques, constitue une étape importante dans la concrétisation des dispositions de la nouvelle Constitution qui incite au renforcement du cadre législatif relatif aux jeunes. En effet, la constitution souligne notamment la nécessité de :

- Étendre et généraliser la participation de la jeunesse au développement social, économique, culturel et politique du pays.
- Aider les jeunes à s'insérer dans la vie active et associative et prêter assistance à ceux en difficulté d'adaptation scolaire, sociale ou professionnelle.
- Faciliter l'accès des jeunes à la culture, à la science, à la technologie, à l'art, au sport et aux loisirs.

La Stratégie met l'accent sur l'inclusion économique et sociale des groupes de jeunes défavorisés. En effet, le manque d'accès à l'emploi, l'emploi informel, les conditions de travail précaires, la faible participation dans la vie sociale et civique, et la pauvreté, entre autres, affectent davantage les jeunes de faible niveau d'instruction, les jeunes dans le milieu rural, ainsi que les jeunes filles. La Stratégie s'est donnée pour objectif de réduire ces inégalités pour que tous les jeunes du Maroc puissent bénéficier des mêmes opportunités.

Cette stratégie s'articule autour de cinq axes, dont le premier axe vise l'augmentation des opportunités économiques pour les jeunes et la promotion de leur employabilité. Elle vise également à élargir et à

⁵⁷ ICRAM : Initiative Concertée pour le Renforcement des Acquis des Marocaines.

⁵⁸ Rapport sur le budget genre, Section relative au Ministère chargé du Commerce extérieur, Loi de finances pour l'année budgétaire 2014

généraliser la participation des jeunes au développement économique, social, culturel et politique au Maroc, et à les aider à intégrer le marché de l'emploi et la vie associative.

La SNIJ est accompagnée par un Plan d'action qui couvre une période de quatre années définissant des mesures concrètes ainsi que des modalités d'implémentation.

32.3. Contexte du projet EDEC

Malgré les efforts fournis par les autorités marocaines en matière de politique économique et infrastructure de promotion de commerce, deux groupes importants de la population active marocaine n'ont pas suffisamment bénéficié des progrès réalisés par l'économie marocaine, à savoir les jeunes et les femmes.

Il est donc nécessaire d'avoir des actions spécifiques et des interventions ciblées au profit des femmes et des jeunes afin d'assurer une meilleure intégration de ces deux catégories dans l'économie internationale, le commerce mondial et les activités connexes. À l'heure actuelle, les statistiques nationales montrent que 30% de la population est constitué de jeunes âgés entre 15 et 29 ans, plus de 40% de tous les chômeurs au Maroc ont moins de 25 ans et plus de la moitié sont des femmes⁵⁹.

Le but du projet EDEC est d'améliorer la situation de l'emploi chez les femmes et les jeunes en augmentant leur employabilité. Il vise également à rendre les PME marocaines, notamment celles gérées ou employant des femmes, plus compétitives pour une meilleure intégration dans les chaînes de valeur mondiale.

Ce projet est important pour le Maroc pour les raisons suivantes :

- Le projet mettra à profit les acquis du programme EnACT au Maroc qui a établi les bases et des relations avec toutes les parties prenantes y compris dans les secteurs de l'agroalimentaire et le cuir.
- Le projet permettra au Maroc de poursuivre les actions de soutien de la stratégie "Maroc Export Plus". Ce sera un outil d'entraînement important permettant aux PME marocaine d'intégrer les chaînes de valeur mondiale.
- Le projet permettra d'approfondir et de consolider l'intégration des femmes et des jeunes dans le commerce.
- Le projet permettra d'appuyer les entreprises exportatrices, et de renforcer leur capacité à se positionner et pénétrer les marchés étrangers. Il est attendu que ce projet aura un effet d'entraînement qui permettra également d'augmenter le nombre d'entreprises exportatrices, notamment celles gérées ou employant des femmes et des jeunes.

33. ANALYSE DES DONNÉES

La collecte et l'analyse des données quantitatives et qualitatives ont été réalisées sur la base d'une recherche documentaire complétée par des entretiens individuels avec les responsables des institutions partenaires du projet. Ainsi, la collecte et l'analyse des données ont porté sur les quatre volets suivants :

1. Éducation et emploi des jeunes.
2. Emploi des femmes.
3. Entrepreneuriat féminin et jeunes.
4. Emploi des femmes et des jeunes dans les trois secteurs visés (Agroalimentaire, pêches et cuir).

L'analyse fera ressortir les opportunités et les contraintes relatives à chacun de ces volets.

⁵⁹ Projet de développement des exportations pour la création de l'emploi (EDEC), Plan de mise en œuvre, page 9

33.1. Éducation et emploi des jeunes

Les résultats de l'analyse des données relatives à ce volet « Éducation et emploi des jeunes » sont présentés selon les 5 variables suivantes : (i) analphabétisme et emploi, (ii) éducation des jeunes, (iii) jeunes et sciences et technologie, (iv) jeunes et Technologies de l'information et de la communication (TIC), et (v) emploi des jeunes.

Analphabétisme et emploi

Le Maroc s'est fixé, à l'horizon 2015, des objectifs de généralisation de l'alphabetisation et de réduction des écarts conformément aux Objectifs du millénaire pour le développement (OMD). Le Plan d'urgence (2009-2012) a préconisé des mesures incitatives contre les déperditions scolaires (Programme Tayssir), mais il reste insuffisant et non généralisé.

Malgré cette volonté et les avancées réalisées, le Maroc demeure confronté à un taux d'analphabétisme important. D'après les estimations (pour l'année 2012) du Ministère de l'éducation nationale, l'analphabétisme touche 30%⁶⁰ des marocains âgés de 10 ans et plus. En dépit des efforts fournis, l'analphabétisme touche majoritairement la population féminine (Femmes : 41% et Hommes : 26%) et le milieu rural. En effet, le monde rural, à lui seul, atteint 54% d'analphabètes contre 27% pour l'urbain.

En milieu urbain, la non scolarisation frappe avec un taux quasi-invariable garçons et filles, mais en milieu rural, les filles sont une fois et demi plus touchées par ce phénomène que les garçons. Le taux de non scolarisation des enfants, qu'ils soient de sexe féminin ou masculin, s'établit à près de 7% dans les villes. Dans les campagnes, ce taux, évalué à 18.9% pour les garçons, passe à 27.2% pour les filles⁶¹. L'exclusion dont les filles sont souvent victimes pour ce qui est de l'accès à l'éducation et au savoir, sont des faits indéniables qui expliquent, en bonne partie, les inégalités de genre caractérisant plus ce milieu.

Or le non emploi est étroitement corrélé à l'analphabétisme. Une récente étude de la Banque mondiale⁶² a révélé que la plupart des jeunes au chômage n'ont pas fait d'études secondaires, voire pas d'études du tout : environ 90% des jeunes femmes et 40% des jeunes hommes qui n'étaient pas à l'école étaient soit au chômage soit exclus de la population active.

Éducation des jeunes

A l'image de la non scolarisation, la déscolarisation ou le retrait précoce d'un établissement scolaire, est un phénomène qui sévit aussi avec des incidences variables selon le milieu et le sexe. Le taux de déscolarisation des enfants âgés de 9-14 ans est de 8.9% au niveau national dont 10.3% sont des filles. Par milieu, ce taux est invariable en milieu urbain pour les deux sexes, mais en milieu rural, ce taux est plus élevé pour les filles.

D'après l'UNESCO⁶³, le taux de la déperdition scolaire au Maroc est parmi le plus haut dans tous les pays arabes, il est classé second en se limitant à l'ensemble des pays du Maghreb après le taux de la Mauritanie, alors que le Maroc consacre plus de ressources à son système d'enseignement que ces pays.

Les enfants non scolarisés et ceux et celles qui abandonnent les études avant l'âge de 14 ans (population estimée à 400 000 par an) viennent ainsi gonfler les rangs des analphabètes. Ces derniers, des jeunes pour la plupart, vont plus difficilement trouver un emploi et ainsi ont peu d'atouts pour sortir de la pauvreté.

⁶⁰ D'après d'autres sources, ce taux serait plus élevé. Le HCP estime ce taux à 40% en 2009 en notant que l'observation de la série statistique sur la dernière décennie permet de constater que l'analphabétisme recule en moyenne d'un point par an.

⁶¹ Données fournies par le Ministère de l'Éducation Nationale, 2012

⁶² Promouvoir les opportunités et la participation des jeunes, Document de la Banque Mondiale, Rapport N° 68731-MOR, Juin 2012

⁶³ L'éducation pour tous : Rapport régional 2012 pour les Etats Arabes. UNSCO, Novembre 2012

Jeunes et sciences et technologie

D'après les statistiques du Ministère de l'enseignement supérieur⁶⁴, le taux de croissance du nombre des bacheliers est plus important pour les bacheliers des branches scientifiques et techniques que pour les bacheliers littéraires⁶⁵. Par ailleurs, depuis la rentrée 2005-2006, le taux de féminisation des bacheliers a passé pour la première fois la barre des 50%. Au cours de l'année 2011-2012, il y avait légèrement plus de filles que de garçons qui sont en formation scientifique et technique dans les écoles d'ingénieurs publiques marocaines⁶⁶.

Ces jeunes étudiants et étudiantes acquièrent une solide formation scientifique et technique. Une fois leurs diplômes obtenus, ces jeunes garçons et filles s'insèrent facilement dans le marché du travail où ils sont très demandés.

Jeunes et TIC

Par ailleurs, l'ouverture des jeunes sur leur environnement passe plus par les médias tels que la télévision, la radio et les technologies de l'information et de la communication (TIC), notamment Internet. D'après l'enquête nationale des jeunes réalisée, en juin 2012, par le Haut-commissariat au plan (HCP), un peu moins du tiers (30%, 43% des citadins et 10% des ruraux) utilisent l'Internet (14% régulièrement et 16% parfois), principalement pour communiquer dans le cadre des réseaux sociaux (62%), chercher les informations (59%) ou pour faire des recherches scientifiques et scolaires (51%).

A cet effet, il faut noter que le parc d'abonnés Internet⁶⁷ continue d'enregistrer une croissance importante, avoisinant les 4 millions d'abonnés (à fin 2012). Le nombre d'internautes marocains a franchi, de son côté, le seuil des 15.5 millions et continue sa progression.

Le taux d'équipement des ménages en ordinateur personnel s'est établi à 43% en 2012. Enfin, témoignage de la vitalité du web marocain, le nombre de noms de domaine «.ma» a augmenté de 11% entre fin 2011 et fin 2012.

Ainsi, Internet et l'utilisation des réseaux sociaux semblent être des opportunités à saisir pour le développement personnel et la recherche d'emploi.

Emploi des jeunes

Les jeunes au Maroc (âgés de 15 à 29 ans) représentant quelque 30% de la population totale du Maroc et 44% de la population en âge de travailler (âgée de 15 à 64 ans).

Selon le Haut-commissariat au plan (HCP), au premier trimestre 2014, le taux de chômage national était de 10.2% (11.3% pour les femmes)⁶⁸. Chez les jeunes citadins, le taux de chômage est beaucoup plus élevé, il se situe en moyenne entre 33% chez les hommes et 46% chez les femmes.

Concernant le profil de la population active en chômage, plus des trois quarts des chômeurs sont des citadins, six sur dix des jeunes âgés de 15 à 29 ans, un sur quatre est diplômé de niveau supérieur, près de la moitié est primo-demandeur d'emploi et près de six sur dix chôment depuis plus d'une année.

Il est à noter que le taux de chômage augmente avec le niveau d'éducation et le milieu urbain. Ce paradoxe confirme l'inadéquation des formations avec les besoins du monde du travail et la permanence d'une croissance peu génératrice d'emplois qualifiés. Par ailleurs, le taux de chômage des femmes diplômées est supérieur à celui des hommes. En effet bien que plus instruites, les femmes sont proportionnellement moins présentes sur le marché du travail.

⁶⁴ Statistiques de la Direction de la formation des cadres, Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique, Formation des cadres en chiffres 2011-2012

⁶⁵ A titre d'exemple, entre 2010 et 2011, les taux de croissance étaient respectivement de 39.5% et 14.5%

⁶⁶ En 2011-2012 il y avait 26 939 étudiants (dont 13 771 filles, soit 51%) inscrits dans les établissements publiques (Universitaires et de Formation de cadres) à dominante scientifique et technique

⁶⁷ Rapport annuel 2012 de l'Agence nationale de réglementation des télécommunications, www.anrt.ma

⁶⁸ Statistiques du HCP relatives à la situation du marché de travail au premier trimestre 2014

Concernant l'emploi des jeunes, d'après le rapport du Conseil économique, social et environnemental (CESE)⁶⁹, celui-ci se caractérise par un taux d'activité faible, ne dépassant pas 48% pour les jeunes de 15-34 ans qui représentent plus de la moitié de la population en âge de travailler.

L'emploi des jeunes au Maroc se distingue aussi par un chômage de longue durée, puisque près de 60% des jeunes chômeurs le sont depuis plus d'une année, avec une proportion de 74.5% parmi ceux ayant un diplôme de niveau supérieur. Presque trois quarts des jeunes chômeurs en milieu urbain sont au chômage depuis plus d'un an.

L'emploi des jeunes demeure enfin précaire, fragile et vulnérable, car les emplois occupés par les jeunes sont souvent moins bien rémunérés, rarement contractualisés (environ 88% des jeunes travailleurs ne possèdent pas de contrat de travail) et très peu couverts par un régime de protection sociale. Ce qui rend les jeunes méfiants vis-à-vis du travail en entreprise.

Dans le même temps, les jeunes ont une perception de leur propre situation encore plus grave que ne le laissent entrevoir les statistiques disponibles, situation que l'on peut vraisemblablement rattacher au faible taux d'activité. Ils expriment de l'impatience face à cette situation qui contient les germes d'une crise sociale de par l'effet de marginalisation et d'accroissement des inégalités qu'elle produit. C'est un défi qu'il faut relever pour éviter toute déstabilisation de la cohésion nationale, pour ne pas élargir la crise de confiance dans les institutions d'éducation et réduire l'engagement des jeunes dans la vie professionnelle.

Opportunités et contraintes

S'il y a plusieurs défis à relever, il existe un potentiel important et des opportunités pour surmonter ces défis. L'existence d'une stratégie nationale intégrée de la jeunesse (SNIJ) et de nombreux partenariats dans le domaine des services dédiés aux jeunes (entre secteurs public et privé, organisations non gouvernementales et agences internationales de développement) sont prometteurs en termes de facilitation d'intégration des jeunes.

L'intermédiation du secteur privé et sa certification des compétences pourraient améliorer de manière significative l'entrée sur le marché du travail des jeunes moins éduqués et défavorisés par un partenariat avec les secteurs public et/ou non gouvernemental, notamment dans le cadre des programmes d'employabilité existants. Ce qui permettrait de renforcer l'action de l'ANAPEC, actuellement source principale d'intermédiation en matière d'emploi, ciblant actuellement surtout les jeunes les plus instruits.

Le rôle fondamental de la formation aux TIC car ce domaine requiert une formation académique moins élevée et cela permettrait donc de diminuer les obstacles à l'entrée sur le marché du travail et présente un gros avantage en termes de flexibilité, en temps et espace.

Les contraintes résident dans le fait qu'il s'agit d'un domaine (les jeunes) où les intervenants (institutionnels, ONG, agences de développement) sont multiples et sans réelle coordination (intra et inter intervenants), ce qui conduit à une couverture fragmentée et à des chevauchements dans les rôles respectifs.

33.2. Emploi des femmes

Le marché du travail au Maroc connaît des transformations profondes induites par des facteurs démographiques et socio-économiques. Le taux de féminisation de la population active reste bien inférieur à celui des hommes (sur une population de 11.667 millions d'actifs occupés, les femmes ne représentent que le quart⁷⁰).

Les statistiques du HCP montrent que la participation des femmes dans la vie active s'est accrue entre 2000 et 2007, le taux d'activité est passé de 23% à 28%. Néanmoins, l'activité féminine a enregistré, durant ces dernières années (depuis 2008), une nette stagnation, voire une régression. Ce

⁶⁹ Rapport sur l'emploi des jeunes, Conseil économique et social, Décembre 2011

⁷⁰ Statistiques du HCP, premier trimestre 2014

taux est redescendu à 24.4% fin 2011⁷¹, baisse due à des pertes d'emploi où la main d'œuvre féminine est prédominante tels que le textile, les pêches et l'industrie agroalimentaire.

Seules 1.1% des cadres supérieurs et des actifs exerçant une profession libérale sont des femmes. 41.4% des femmes actives travaillent moins de 25 heures. Le taux de participation des femmes à l'activité économique marchande est beaucoup plus faible (20.1%) que celui des hommes (54.1%)⁷².

Opportunités et contraintes

La présence de plus en plus marquée des jeunes filles dans les formations scientifiques et techniques démontre que les stéréotypes qui dévalorisent les compétences des femmes pour les domaines scientifiques et technologiques n'ont pas de prise sur les jeunes filles marocaines qui font le choix du bon sens qui va leur assurer un emploi après l'obtention de leurs diplômes (ou peut-être même créer leur propre entreprise).

Globalement, les femmes sont de plus en plus actives, dans tous les secteurs (notamment deux secteurs ciblés par le projet EDEC, soient l'Agroalimentaire et les produits de la mer), en dépit de l'impact des politiques néolibérales qui les fragilisent sur le marché de l'emploi⁷³. Cependant, les données démontrent un accès inégal des femmes à l'activité économique, l'emploi des femmes marocaines est caractérisé par la précarité (métiers peu valorisés : travail domestique et emplois saisonniers : agriculture), absence de sécurité d'emploi (secteur informel sans protection sociale) et sous-rémunération.

En matière légale, la révision du Code du travail, en juin 2003, a introduit le principe de non-discrimination entre hommes et femmes en matière d'emploi et de salaires, la pénalisation du harcèlement sexuel et l'incitation à la débauche et a élevé la durée des congés de maternité à 14 semaines avec le respect du droit à l'allaitement.

Malgré ces avancées, il existe un décalage entre les textes et le vécu des femmes salariées. A titre d'exemple, dans le secteur privé, il existe un décalage de salaire de plus de 25% entre les femmes et les hommes. Quant à la Fonction publique, les disparités concernent l'accès des femmes aux postes de responsabilité (seulement 15% en 2012, selon le Ministère de la Fonction publique et de la modernisation de l'administration).

33.3. Entrepreneuriat des femmes et des jeunes

Les résultats de l'analyse des données relatives à ce volet « Entrepreneuriat des femmes et des jeunes » sont présentés selon les 4 variables suivantes : (i) entrepreneuriat féminin, (ii) actionnariat féminin, (iii) entrepreneuriat chez les jeunes et, (iv) jeunes et sciences-technologie-ingénierie et mathématiques.

Entrepreneuriat féminin

Les statistiques du HCP concernant l'entrepreneuriat féminin montrent que⁷⁴ :

- Le pourcentage des femmes disposant d'un statut dans la profession autonome, employeur, indépendant ou associé, est de seulement 10.6%, contre 35.3% pour les hommes.
- Le pourcentage des indépendants parmi les actifs occupés est de 9.3% pour les femmes et 29.3% pour les hommes.

⁷¹ Au premier trimestre 2014, le taux de féminisation de la population active est passé à 26.6%

⁷² Rapport « Le travail des maghrébines l'autre enjeu. Situation économique et sociale différenciée selon le genre au Maghreb », GIZ/collectif 95-Maghreb Egalité, 2006.

⁷³ Genre et politiques néolibérales en Afrique – Actes du colloque. Publication AFARD, Rabat, 2006

⁷⁴ La femme marocaine en chiffres, tendances d'évolution des caractéristiques démographiques et socioprofessionnelles, HCP, Octobre 2012

- Le pourcentage de femmes dirigeant des micro-entreprises est plus important (59.3%) que celui des hommes (56.8%). Plus de 100.000 des femmes dirigeantes de micros entreprises sont des travailleuses à domicile.

Ainsi, les femmes ont une probabilité plus faible de disposer du statut professionnel autonome que les hommes et une probabilité plus forte d'agir dans le secteur non structuré.

Selon, l'Association des femmes chefs d'entreprises du Maroc (AFEM), le nombre de femmes entrepreneurs possédant ou dirigeant une entreprise est estimé à douze mille. Soit 0.5% de l'emploi des femmes dans le secteur formel et environ 10% du nombre total des entreprises. Au fait, ces pourcentages occultent une dynamique entrepreneuriale féminine qui reste cantonnée au secteur non structuré. Ces entreprises sont essentiellement des PME/PMI couvrant le secteur des services (37%), le commerce (21%) et l'industrie (21%) essentiellement le textile.

Les entreprises féminines privilégient le marché local (31%) et national (44%) et seules 21% font de l'export. L'essentiel de cette dernière catégorie d'entreprises sont de grande taille.

L'entrepreneuriat féminin au Maroc est souvent un entrepreneuriat de fait matérialisé par l'intégration de l'entreprise parentale à l'issue des études, la cogérance avec un parent proche (père, frère, mari) où suite à un héritage.

Les entreprises gérées par des femmes se caractérisent par : (i) une existence récente de moins de 10 ans pour la majorité dont un tiers existe depuis moins de 5 ans, (ii) plus de 60% des entreprises de femmes emploient moins de 20 salariés dont la moitié sont des femmes, et (iii) 68% des entreprises dirigées par des femmes, comptent moins de 5 cadres. Les deux dernières caractéristiques montrent que la majorité des entreprises gérées par des femmes sont de taille faible et se situent dans la catégorie des petites entreprises, voire des toutes petites entreprises (TPE)⁷⁵.

Concernant le profil des femmes chefs d'entreprises au Maroc : (i) elles ont un niveau d'étude élevé, 2 femmes sur 3 ayant un niveau universitaire (bac+4 ou plus), et (ii) ont une expérience préalable dans l'entreprise privée ou elles occupaient des postes d'encadrement ou de direction. Ces femmes ont vite pris conscience de l'importance de modèles à suivre et se sont inscrites dans différentes associations et réseaux pour inciter les femmes à entreprendre (AFEM, ESPOD, Réseau de femmes pour le Mentoring). Certaines d'entre elles ont par ailleurs investi la scène politique et patronale⁷⁶ et font du lobbying pour un environnement d'affaires plus adéquat et des programmes d'appui à l'entrepreneuriat féminin plus ambitieux.

Actionnariat féminin

Quant à l'actionnariat féminin, il est souvent passif (rente) sans aucune intervention dans la gestion de l'entreprise.

D'après une étude réalisée en 2010⁷⁷, très peu de femmes marocaines ont leurs propres actifs qui pourraient servir en cas de besoin financier. A peine plus d'une femme sur dix (11%) actuellement ou anciennement mariée déclare avoir des économies financières, et moins de 9% déclare posséder un terrain ou un appartement ou une maison titrée en son nom, et seulement 7% déclare posséder des articles de grande valeur tels que voiture ou bijou.

Entrepreneuriat chez les jeunes

L'entrepreneuriat des jeunes a connu un grand développement au Maroc au cours des dernières décennies qui ont été marquées par l'ajustement structurel, le ralentissement économique, l'augmentation du chômage et de la pauvreté.

⁷⁵ La TPE est au Maroc est toute entreprise réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 3 millions de MAD.

⁷⁶ Les deux premières présidentes de l'AFEM ont été élues au parlement. L'actuelle Présidente du Patronat marocain est une femme, élue depuis mai 2012.

⁷⁷ The Status of Women in the Middle East and North Africa (SWMENA) Project: Paid Work and Control of Earnings and Assets, IFES

Les micros et petites entreprises créées et/ou gérées par les jeunes constituent une base essentielle du tissu productif national. Elles occupent une place de choix dans l'économie en contribuant de manière significative à la création d'emplois, à la croissance économique, à la lutte contre la pauvreté et la précarité et au développement local et régional.

Numériquement très importante, leur contribution socio-économique reste cependant largement en deçà des potentialités que peuvent faire valoir ce genre d'entreprises. En effet, beaucoup de contraintes se dressent toujours devant la promotion et le dynamisme de ces entreprises en raison de la fragilité de leurs structures et de la faiblesse de leurs moyens humains, techniques et financiers. Ce qui se traduit par une insuffisance de leurs performances, une érosion de leur compétitivité et par leur taux de mortalité élevé.

La création des entreprises de petite taille par les jeunes est devenue depuis plus de deux décennies une stratégie privilégiée du Maroc pour non seulement surmonter les difficultés d'insertion des diplômés dans la vie professionnelle mais également afin de contribuer positivement au développement socioéconomique du pays. En effet, l'accroissement du nombre de jeunes diplômés sans emploi, la réduction des opportunités dans l'emploi public ainsi que la nécessité de relever les défis de la compétitivité du Maroc ont amené les autorités nationales à s'intéresser davantage à la promotion des entreprises de petite taille.

La création de PME pose, souvent, beaucoup d'obstacles aux jeunes diplômés. Ces contraintes sont liées d'un côté, à l'environnement externe hostile à la création comme le financement, la lourdeur et la complexité des procédures administratives, la réglementation non adaptée et de l'autre côté, les contraintes internes inhérentes aux capacités managériales en raison principalement du manque de formation tant à l'esprit d'entreprise qu'à la gestion et l'absence d'accompagnement en termes d'assistance et de conseil.

Ainsi, dès 1987, les pouvoirs publics ont mis en place une nouvelle modalité de financement appelée «crédits jeunes promoteurs». Ce qui a permis la mise en œuvre d'un Fonds spécial d'un milliard de Dirhams pour la promotion de la création de TPE par des jeunes diplômés chômeurs. Au terme de plusieurs années de mise à l'épreuve, les résultats obtenus par ces mécanismes financiers apparaissent extrêmement faibles. Ceci peut s'expliquer par plusieurs facteurs : lenteur et complexité des formalités des crédits, les réticences manifestées par les banques, les difficultés de faire d'un diplômé un créateur d'entreprise, etc.

Tirant les leçons des expériences passées dont les résultats ont été très faibles, les pouvoirs publics ont lancé depuis le 1 juillet 2006, le programme Moukawalati qui vise la création de 30 000 micros et petites entreprises. Ce qui pourrait générer entre 60 000 et 90 000 emplois. Ce programme cible les diplômés lauréats de la formation professionnelle ainsi que les chômeurs diplômés de l'enseignement supérieur. En plus de la dimension financière de ce programme, il est prévu un accompagnement des jeunes tout au long des phases cruciales de création et de développement de leur entreprise.

Les résultats globaux de ce programme ont été très limités par rapport aux objectifs initiaux. Le taux de réalisation du programme n'a été que de 6,8% en matière de nombre d'entreprises créées ainsi qu'en matière d'emploi créés⁷⁸. La promotion de l'entrepreneuriat des jeunes au Maroc se heurte toujours à plusieurs contraintes générales (financière, foncière, administrative) et spécifiques (accompagnement inadapté, absence de culture d'entreprise, etc.).

Jeunes et STIM

Il est à noter que de plus en plus de jeunes, avec une égale présence des filles, s'orientent vers des études en sciences-technologie-ingénierie et mathématiques (STIM). En effet, les effectifs des élèves inscrits dans les classes préparatoires aux grandes écoles dans les filières (Mathématiques, Physique, Chimie, Ingénierie, Sciences et Technologie) croissent d'une année à l'autre (l'effectif a été multiplié par 2.5 entre 2005 et 2011) avec une répartition presque égale entre garçons et filles. Les lauréats de ces classes (durée de formation de deux années) accèdent aux grandes écoles marocaines et étrangères d'ingénieur et de commerce.

⁷⁸ Entre 2007 et 2011, seules 2 050 (sur un objectif de 30 000) entreprises et 6 180 (sur un objectif de 90 000) emplois ont été créés, Entrepreneuriat des jeunes et développement de l'esprit d'entreprise au Maroc : Expérience de Moukawalati, Mohamed Boussetta, Université Ibn Tofail, Kenitra, Rapport de recherche du FR-CIEA n° 54/13, Septembre 2013

Les lauréats de ces grandes écoles acquièrent des compétences dans les domaines scientifiques, technologiques et managériales qui les disposent non pas seulement à trouver un emploi, mais à créer leur propre entreprise.

Par ailleurs, la technologie peut permettre aux jeunes (hommes et femmes) d'accroître leur productivité, leur pouvoir de décision en matière économique et leurs possibilités sur le plan de l'entrepreneuriat. A ce titre, il faut noter qu'avec un taux de pénétration de la téléphonie mobile supérieur à 100% (il s'établit à 120% à fin 2012) et un taux d'utilisation d'Internet de plus de 44% (15.5 millions d'internautes marocains)⁷⁹, nous pouvons affirmer que la quasi-majorité des jeunes (hommes et femmes) possèdent un téléphone mobile qu'ils pourraient utiliser dans le cadre de leurs activités professionnelles.

Opportunités et contraintes

Les opportunités pour une participation des femmes dans l'économie marocaine sont nombreuses. La première opportunité réside dans le profil des femmes entrepreneurs qui sont plus jeunes, mieux formées et ont une plus grande expérience de leur secteur que les hommes. Cependant, les femmes ont moins d'expérience que les hommes en tant que chef d'entreprise.

Outre l'évidence que la femme est dotée de compétences et de capacités égales à celles de son homologue masculin, elle est considérée comme intuitive et ingénieuse. En plus, elle a :

- Une tendance à cultiver les relations personnelles et à être présente sur les réseaux, ce qui répressible un atout dans l'activité de commerce, notamment international.
- Un management discret qui s'inspire du modèle de l'économie domestique : travail rigoureux et méticuleux, gestion discrète et bonne utilisation de l'argent.
- Une grande aptitude à calculer et bien gérer leur temps et à utiliser à bon escient les potentialités.

La seconde opportunité réside dans le fait que les femmes entrepreneures sont relativement plus présentes aux niveaux des petites et toutes petites entreprises qui constituent 80% de la population des entreprises. La population des TPE⁸⁰ est estimée à 175 000 entreprises, dont 15% sont dirigées par des femmes (contre seulement 10% pour l'ensemble des entreprises), actives dans différents secteurs : artisanat, commerce, services, industrie et agriculture.

Globalement, la part des TPE dans la dynamique d'évolution du tissu économique est particulièrement croissante, ce qui confirme que la TPE est une locomotive de la dynamique entrepreneuriale. A cet effet, le Maroc s'est doté, en 2012, d'une Stratégie nationale de promotion des TPE⁸¹ dont un des objectifs est de donner une impulsion durable à la création d'entreprises par les hommes et les femmes.

Une autre opportunité réside dans l'existence, depuis 2002, d'un instrument pour la promotion des petites et moyennes entreprises, à savoir l'Agence nationale de promotion des PME. L'ANPME est un acteur incontournable dans la promotion des PME qui a su développer des partenariats avec des associations marocaines intervenant dans le domaine du renforcement économique des femmes (AFEM, ESPOD, etc.). Cette agence a par ailleurs intégré la dimension genre dans son fonctionnement et adapté ses programmes aux entreprises féminines, notamment le programme d'appui à l'entrepreneuriat féminin avec la GIZ. Ce programme qui a débuté en 2004 a permis de renforcer les capacités managériales d'entreprises féminines permettant ainsi de passer de 2% de bénéficiaires des programmes ANPME en 2008 à 10% aujourd'hui. Une boîte à outils a été développée avec plusieurs modules (approche genre, réseautage, accès au financement, formation des TPE, formation des PME).

Une dernière opportunité réside dans l'existence d'Accords de libre-échange (ALE) entre le Maroc et des groupements régionaux ainsi que des conventions portant sur des préférences tarifaires avec

⁷⁹ Rapport annuel 2012 de l'Agence nationale de réglementation des télécommunications, www.anrt.ma

⁸⁰ Entreprises, personnes morales immatriculées dans le fichier OMPIC

⁸¹ Stratégie nationale de promotion des TPE, Rapport de mission, juin 2011

plusieurs pays. Ces accords et conventions devraient être profitables à tous, femmes et hommes en levant certains obstacles relatifs aux politiques et réglementations commerciales et un accès limité aux marchés d'exportation. Beaucoup de femmes entrepreneures se heurtent à des obstacles lorsqu'elles tentent d'accéder aux marchés et d'y affronter la concurrence. Dans leurs interventions, les organismes donateurs doivent tenir compte des régimes internationaux en matière de commerce et d'investissement et pourraient soutenir les initiatives en faveur de l'autonomisation économique des femmes⁸².

Au même titre que les opportunités, les contraintes pour une participation des femmes dans l'économie marocaine sont nombreuses. Celles-ci peuvent être illustrées à travers l'indice relatif à l'« Opportunité économique des femmes » développé par the Economist Intelligence Unit. Cet indice est décomposé en cinq sous-indices : (i) politique et pratique du travail, (ii) accès au financement, (iii) éducation et formation, (iv) statut social et légal des femmes, et (v) environnement général des affaires.

Ainsi, lors du classement de 2012, le Maroc se situe au 89^{ème} rang (sur 128 pays)⁸³ devançant le pays voisin algérien (104), mais derrière la Tunisie (49). Aux niveaux de l'accès au financement et de l'environnement général des affaires, le Maroc est relativement bien placé. Il reste très mal classé pour les autres sous-indices (politique et pratique du travail, éducation et formation, statuts légal et social).

Ainsi, les principales contraintes résident dans : (i) la pratique du travail où le rapport note des discriminations au travail, une inégalité de rémunération et un difficile accès aux services de garde, et (ii) l'éducation et la formation caractérisées par le fort taux d'analphabétisme féminin n'offrant pas de main d'œuvre qualifiée.

Une autre contrainte réside dans la disponibilité de statistiques fiables relatives à l'entrepreneuriat féminin. En effet, les statistiques proviennent de sources différentes (HCP, OMPIC, AFEM, ANPME, etc.) et ne reposent pas sur les mêmes définitions de la cible. L'absence d'un identifiant commun de l'entrepris et d'une base de données des entreprises avec des indicateurs sexospécifiques a fortement contribué à cet état de fait.

Néanmoins, des initiatives ponctuelles (études, enquêtes, etc.) sont menées par les organismes publics et les acteurs associatifs dans l'objectif de mettre en place des programmes ciblant cette catégorie. Mais la non-homogénéité des statistiques et des constats, ne permet pas de disposer d'une stratégie nationale cohérente basée sur une bonne connaissance de la consistance et la spécificité de la cible.

Par ailleurs, l'intégration de la dimension genre dans les statistiques émanant des organismes publics et privés est une recommandation (circulaire du premier ministre), mais elle ne revêt pas de caractère obligatoire et ne fait pas l'objet d'un suivi.

Une dernière contrainte est d'ordre culturel. L'activité rémunérée des femmes participe fortement au questionnement et au défi des rapports et relations de genre dans tous les espaces et représente (avec l'éducation) l'un des facteurs les plus puissants de leur autonomie et de leur émancipation. En effet, dans un contexte marqué par la montée du chômage et la persistance de l'idéologie patriarcale, les hommes sont considérés comme prioritaires car ils doivent nourrir la famille, les femmes étant plutôt vues comme des concurrentes. Les employeurs, les familles et la société acceptent les bénéfices matériels liés à l'activité rémunérée des femmes, tout en occultant ses implications en matière de réformes des politiques économiques, sociales et familiales⁸⁴.

⁸² En 2007-2008, seulement 12% du total de l'aide au titre de la politique et des réglementations commerciales étaient orientés vers l'égalité de genre et l'autonomisation des femmes. OCDE, Aid in Support of Women's Economic Empowerment, 2011

⁸³ Women's Economic Opportunity, A global index and ranking from the Economic Intelligence Unit, The Economist, 2012

⁸⁴ Une étude réalisée au Brésil par la Banque Mondiale a montré que les chances de survie d'un enfant augmentaient de 20% lorsque c'était sa mère qui gérait les revenus du foyer.

33.4. Emploi des femmes et des jeunes dans les secteurs ciblés

Secteur des produits de la mer

Ce secteur constitue l'un des piliers de l'économie marocaine, il contribue à hauteur de 2.3% au PIB en moyenne durant les 10 dernières années avec plus de 660 000 emplois créés (directs et indirects).

Bien que le nombre des unités de production soit relativement modeste (246)⁸⁵, l'industrie de transformation et de valorisation des produits de la pêche occupe une place privilégiée dans l'économie marocaine en assurant 50% des exportations agro-alimentaires et 12% des exportations totales du Maroc contribuant ainsi à la balance commerciale avec un chiffre d'affaires à l'export de 13,2 Milliards de Dirhams⁸⁶. Cette industrie traite près de 70% des captures de la pêche côtière et exporte environ 85% de sa production sur une centaine de pays dans les cinq continents⁸⁷. La main d'œuvre dans ce secteur est majoritairement féminine (environ 70%). Par contre, le pourcentage des entreprises gérées par les femmes n'est pas connu, mais apparemment très faible.

34. STRATEGIE GENRE ET JEUNES

Afin d'atteindre les résultats escomptés, en matière de genre et jeunes, dans le projet EDEC et après analyse des données quantitatives et qualitatives relatives à l'emploi des femmes et des jeunes, nous présentons dans cette section la stratégie pour une meilleure intégration des dimensions genre et jeunes dans le projet.

Nous présentons d'abord les éléments qui nous ont guidés dans le développement de cette stratégie, ensuite nous exposons les axes stratégiques ainsi que les principales interventions (projets et activités) qui en découlent.

34.1. Éléments de stratégie

Justification

L'évolution des pré-requis du commerce international et de la mondialisation à différents paliers influent sur les femmes et les jeunes, notamment, en termes d'emploi, d'autonomisation, de disposition d'actifs et de sources de financement. De ce fait, l'appropriation des questions de l'égalité de genre et de jeunes, en lien avec le commerce international est primordiale.

Les actions du tout gouvernement devraient, dès lors, tenir compte des contributions spécifiques des femmes et des hommes (notamment les jeunes) dans les activités liées au commerce extérieur, afin de limiter les inégalités en termes d'opportunités générées par le commerce mondial et de contribuer efficacement à l'autonomisation économique des femmes et des jeunes.

Plan international

Parmi les stratégies employées à l'échelle internationale, en faveur de l'intégration des dimensions genre et jeunes dans les politiques commerciales, citons l'accès et la représentation au niveau décisionnel. Ceci suppose la promotion de la représentation des femmes et des jeunes dans les délégations et missions, l'intégration du point de vue des femmes et des jeunes dans les clauses sociales, la prise en compte des considérations liées à l'égalité de genre dans les mécanismes d'examen, comme les examens des politiques commerciales, ainsi que l'établissement de capacités à long terme grâce à des initiatives de diffusion de connaissances sur le commerce.

⁸⁵ D'après la FENIP, les unités de production sont réparties par sous-secteurs de la manière suivante : semi-conserve de poisson (29), farine et huile de poisson (37), congélation et élaboration des produits de la mer (63), conditionnement à l'export des produits de la mer frais (70), conserves de poisson (46) et algues marines (1)

⁸⁶ Données du Ministère de l'agriculture et des pêches maritimes, Stratégie Halieutis, 2010

⁸⁷ Documents et site web de la FENIP : www.fenip.com

Pour ce faire, il est jugé opportun de mettre en place des mesures pour rendre les institutions transparentes, accessibles, ouvertes et responsables afin de permettre l'expression démocratique et la présence des femmes et des jeunes dans les structures décisionnelles y afférents. Les institutions d'appui au commerce (y compris le Département du Commerce Extérieur) et les associations professionnelles gagneraient à s'inspirer de ces pratiques afin d'opérationnaliser la prise en compte des dimensions genre et jeunes dans leurs stratégies, programmes, projets et plans d'action.

Modes d'intervention

Sur le plan conceptuel, l'appui du projet EDEC en matière de genre et jeunes devra être basé sur une double approche qui guidera de façon globale les choix stratégiques à opérer et la nature des projets/actions à appuyer.

D'abord une « approche inclusive » qui encourage la participation d'acteurs très divers aux processus de développement, notamment les groupes défavorisés ou exclus en raison de leur genre ou âge. Les effets d'une telle exclusion sont l'accentuation des inégalités et la persistance de la pauvreté. L'approche inclusive favorise donc une croissance durable et équitable dans l'environnement en constante évolution d'un pays en développement tel le Maroc. Le projet EDEC se doit de soutenir l'intégration des dimensions genre et jeune comme un outil de promotion d'un développement dynamique et inclusif.

Ensuite, une « approche spécifique » ciblée en direction des femmes et des jeunes par le soutien à des initiatives visant l'élimination des discriminations fondées sur le genre et l'âge. Cette approche implique que des actions correctives soient prises pour lever les obstacles particuliers que rencontrent encore majoritairement les femmes et les jeunes en matière d'emploi ou gérant des entreprises exportatrices. Parmi les mesures et programmes spécifiques à appuyer : le renforcement économique des femmes et des jeunes et leurs participations dans les instances de décision. Cette approche, axée sur des mesures correctives est complémentaire à l'approche transversale.

Cette double approche (inclusive et spécifique) suggère que les interventions du projet EDEC en matière de genre et jeune gagneraient en efficacité en étant non pas seulement transversale, mais aussi « verticale ». L'expérience a démontré que l'intégration du genre (et inévitablement aussi pour l'intégration des jeunes) d'une manière exclusivement transversale dans les programmes de développement favorisait le saupoudrage aboutissant ainsi à des interventions peu efficaces et des résultats mitigés.

Axes stratégiques

A cet effet, la stratégie pour l'intégration des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC est articulée autour de quatre axes :

- Axe 1 : Intégration verticale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC à travers des interventions spécifiques.
- Axe 2 : Intégration transversale des dimensions genre et jeunes dans les activités du projet.
- Axe 3 : Suivi continu et évaluation des différentes interventions d'intégration du genre et des jeunes.
- Axe 4 : Communication interne et externe.

34.2. Axe 1 : Intégration verticale des dimensions genre et jeunes

L'intégration verticale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC serait assurée à travers l'appui à trois catégories d'institution partenaires :

1. Une institution d'appui au commerce, en l'occurrence le Centre marocain de promotion des exportations (CMPE).
2. Une association de femmes représentant les cheffes d'entreprises, en l'occurrence l'Association des femmes cheffes d'entreprises (AFEM).
3. Une association des jeunes, en l'occurrence le Centre des jeunes dirigeants (CJD).

Cet appui pour une intégration verticale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC serait matérialisé par la mise en œuvre de projets qui ont émergé lors des entretiens individuels avec les responsables des institutions partenaires. Ces projets sont :

1. Appui du CMPE pour le développement d'un système d'information des entreprises exportatrices.
2. Appui pour le renforcement des capacités du Club Export de l'AFEM.
3. Appui de la stratégie « Entreprendre sans complexes » du CJD en matière d'export.

D'autres projets pourraient être identifiés, selon une démarche participative plus large, lors d'un atelier d'identification et de définition de projets avec les institutions partenaires.

Dans la suite de cette section et pour chacun des trois projets, nous présentons sous forme d'une fiche synthétique les éléments suivants :

1. Le contexte qui expose le bien-fondé et la pertinence du projet proposé, en fonction des besoins et des défis d'intégration des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC et en fonction du mandat de l'institution partenaire, maîtresse d'œuvre du projet.
2. L'objectif à long terme (ou la finalité) visé par le projet et sa contribution par rapport à l'intégration des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC.
3. Les résultats attendus à la fin du projet (ou résultats à moyen terme).
4. Les activités que le projet compte réaliser pour l'atteinte des résultats.
5. L'institution partenaire responsable du projet et les institutions partenaires associées.
6. L'échéancier pour la réalisation des différentes activités du projet.

Fiche 1 : Présentation du projet 1

Projet 1 : Développement d'un système d'information des entreprises exportatrices
<p>Contexte : Une difficulté rencontrée par le CMPE ainsi que par le Ministère du Commerce extérieur se situe au niveau de l'identification des entreprises exportatrices gérées par des femmes et des jeunes. Une base de données des entreprises exportatrices où les données seraient désagrégées par sexe et par âge permettra d'identifier les entreprises gérées par les jeunes et les femmes. Ceux-ci pourront alors bénéficier d'actions ciblées de sensibilisation, formation, leadership, etc.</p> <p>Ainsi, il serait judicieux de procéder au développement d'un Système d'information (SI) de gestion de données sensibles au genre, en vue de cerner les effets et les impacts des programmes de promotion des exportations sur l'entrepreneuriat féminin et jeune, l'emploi des femmes et des jeunes, leurs revenus ainsi que leur conditions de vie etc.</p>
<p>Objectif : Ce projet vise à appuyer le CMPE à développer un Système d'information des entreprises exportatrices où les données seraient notamment désagrégées par sexe et par âge.</p>
<p>Résultats attendus à la fin du projet :</p> <p>Un système d'information des entreprises exportatrices avec une base de données désagrégées par sexe et par âge est développé et accessible.</p> <p>Des actions ciblées pour les femmes et les jeunes gérants d'entreprises exportatrices sont identifiées et mises en œuvre.</p> <p>Un prix femme (entreprise exportatrice dirigée par une femme) et un prix jeune (entreprise exportatrice dirigée par un jeune) sont institués dans le cadre des Trophées de l'export.</p>
<p>Activités :</p> <p>Conception, développement et implantation d'un système d'information des entreprises exportatrices pour notamment la gestion d'une base de données désagrégées par sexe et par âge.</p> <p>Développement d'une interface web pour rendre accessible cette base de données par les différentes institutions partenaires du projet EDEC (IAC, associations professionnelles, entreprises exportatrices, etc.).</p> <p>Identification et réalisation d'actions ciblées au profit des femmes et des jeunes gérants d'entreprises exportatrices (sensibilisation, formation, leadership féminin et jeune, etc.).</p> <p>Définition du cahier de charges pour la mise en place de deux prix annuels femme et jeune dans le cadre des trophées de l'export.</p>
<p>Responsable du projet : CMPE</p>
<p>Partenaires associées :</p>

Ministère du Commerce extérieur Institutions d'appui au Commerce Les associations professionnelles sectorielles
Échéancier : 2014 – 2016

Fiche 2 : Présentation du projet 2

Projet 2 : Renforcement des capacités du Club Export de l'AFEM
<p>Contexte : Le Club export, créé en janvier 2014 par l'AFEM, ambitionne d'aider les membres et les incubées de l'AFEM qui le souhaitent de mettre en place une stratégie de développement à l'export et sortir de l'exclusivité du marché local afin de profiter des opportunités d'affaires sur les marchés étrangers.</p> <p>L'AFEM ayant signé des conventions avec l'ASMEX, le CMPE, la SMAEX et ayant participé à des foires d'export (i.e. Bahreïn, France, Corée du Sud) considère qu'il y a des opportunités dans l'export, domaine où les relations humaines (trait de caractère où les femmes excellent) sont un atout.</p> <p>Quelle stratégie adopter ? Quels risques à l'export faut-il éviter ? Comment bénéficier d'un accompagnement export adapté ? Sur quel marché cible se lancer ? sont les questions auxquelles le Club Export de l'AFEM, qui aurait besoin de renforcement, souhaite répondre en accompagnant ses membres.</p>
<p>Objectif : Ce projet vise à renforcer les capacités du Club export de l'AFEM en vue d'accompagner ses membres en matière d'export.</p>
<p>Résultats attendus à la fin du projet :</p> <p>Une expertise en marketing et commerce international est mise à la disposition du Club Export de l'AFEM.</p> <p>Un groupe de femmes cheffes d'entreprises exportatrices a reçu un accompagnement individuel en matière de commerce international.</p> <p>Un module de formation en commerce international est intégré dans le programme de formation de création d'entreprises.</p> <p>Des femmes cheffes d'entreprises exportatrices ont participé à des foires internationales dédiées à l'export.</p> <p>Des PME/TPE exportatrices (dans les 3 secteurs ciblés par le projet EDEC) dirigées par des femmes et non encore membres de l'AFEM sont démarchées et devenues membres de l'AFEM.</p>
<p>Activités :</p> <p>Identification et mise à disposition des membres du Club Export d'une expertise en marketing et commerce international.</p> <p>Accompagnement individuel, coaching et participation à des foires internationales de femmes cheffes d'entreprises exportatrices de l'AFEM.</p> <p>Développement d'un module de formation en commerce international et sa dispensation aux jeunes femmes participant au programme de formation de création d'entreprises.</p> <p>Démarchage d'entreprises exportatrices (dans les 3 secteurs ciblés par le projet) dirigées par des femmes et non encore membres de l'AFEM.</p>
<p>Responsable du projet : AFEM – Club Export</p>
<p>Partenaires associées :</p> <p>Ministère du Commerce extérieur Institutions d'appui au Commerce (CMPE, ASMEX, SMAEX, etc.) Les associations professionnelles sectorielles</p>
<p>Échéancier : 2014 – 2016</p>

Fiche 3 : Présentation du projet 3

Projet 3 : Appui à la stratégie du CJD en matière d'export
<p>Contexte : Le Centre des jeunes dirigeants (CJD), section Maroc s'est doté d'une stratégie 2013-2015 intitulée « Entreprendre sans complexes », avec notamment une emphase sur l'export où le CJD souhaite développer des actions d'encouragement des exportations.</p> <p>Par ailleurs, le CJD-Maroc a développé des liens avec des centres similaires dans d'autres pays, notamment d'Afrique du Nord et d'Afrique sub-saharienne.</p>
<p>Objectif : Ce projet vise à appuyer le CJD en vue de la mise en œuvre de sa stratégie en matière d'export.</p>
<p>Résultats attendus à la fin du projet :</p> <p>La stratégie 2013-2015 du CJD en matière d'export est mise en œuvre à travers plusieurs mécanismes.</p> <p>Des PME/TPE membres du CJD-Maroc sont « portées » à l'international par des grandes entreprises nationales.</p>

Un système de Mentoring export a été déployé au profit d'entreprises exportatrices membres du CJD-Maroc. Un programme de missions B to B avec des entreprises des pays de l'Afrique sub-saharienne a été réalisé.
<p>Activités :</p> <p>Portage de PME membres du CJD-Maroc à l'international par des grandes entreprises nationales. Le porteur met à disposition de la PME ses réseaux, son expérience sur le territoire en question, ses pratiques et les moyens qu'elle a mis en place.</p> <p>Mise en place d'un système de Mentoring de jeunes entreprises exportatrices membres du CJD-Maroc par une entreprise expérimentée à travers un accompagnement de 12 mois.</p> <p>Organisation de missions (ou caravanes) d'export dans les pays d'Afrique sub-saharienne avec lesquels le CJD-Maroc a développé des liens, notamment le Gabon, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, la Mauritanie, etc.</p>
Responsable du projet : CJD – Maroc
<p>Partenaires associées :</p> <p>Ministère du Commerce extérieur</p> <p>Institutions d'appui au Commerce</p> <p>Les associations professionnelles sectorielles</p>
Échéancier : 2014 – 2016

34.3. Axe 2 : Intégration transversale des dimensions genre et jeunes

L'intégration transversale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC se ferait à travers :

- d'une part la prise en compte de ces deux dimensions dans l'ensemble des activités prévues dans le Plan de travail 2013-2017 du projet, et
- d'autre part dans des activités qui concernent la majorité des institutions partenaires que sont les PME et les IAC. Ces activités ont été identifiées lors des entretiens individuels avec les institutions partenaires.

Dans ce qui suit, nous présentons :

- Les activités prévues dans lesquelles les dimensions genre et jeunes doivent être pris en compte. Ces activités seront exposées selon les deux résultats intermédiaires du cadre logique du projet EDEC.
- Les activités intégrant, d'une manière transversale, les dimensions genre et jeunes au bénéfice des la majorité des partenaires.

Activités relatives au Résultat n° 1

Nous rappelons que le résultat 1 concerne les PME et s'énonce ainsi : « Accès aux marchés d'exportation amélioré pour les PME, gérées ou employant des femmes et des jeunes, dans les secteurs de l'agroalimentaire, des produits de la mer et du cuir ».

Le tableau suivant présente, par secteurs, les activités, où les dimensions genre et jeunes doivent être prises en compte. Pour chaque activité, nous précisons les principaux indicateurs de mesure de rendement.

Tableau 15. Activités relatives au résultat intermédiaire n° 1

Activités	Indicateurs de mesure
Secteur de l'agroalimentaire	
1.2.A.3. Organiser une série de 3 séminaires de formation et de vulgarisation sur les techniques de production, de conditionnement et de commercialisation des produits agroalimentaires pour l'exportation	<p>Nombre de femmes et jeunes de participant aux séminaires</p> <p>Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes</p>
1.3.A.5. Organiser une série de 2 séminaires régionaux de restitution dans les régions de production	<p>Nombre de femmes et jeunes participant aux séminaires</p> <p>Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes</p>
1.4.A.2. Organiser à l'intention des entreprises sélectionnées du	Nombre de femmes et jeunes participant

secteur agroalimentaire, en collaboration avec la FENAGRI et les «Conseillers Encadreur», deux ateliers de vulgarisation et de formation sur le cadre stratégique d'appui au secteur agroalimentaire et sur les bénéfices de la formulation de «Business plan» par les entreprises exportatrices	aux ateliers Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
Secteur des produits de la mer	
1.2.B.3. Organiser une série de 3 séminaires de formation et de vulgarisation sur les techniques de production, de conditionnement et de commercialisation des produits de la mer pour l'exportation	Nombre de femmes et jeunes participant aux séminaires Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
1.3.B.2. Entreprendre un tour d'orientation ou accompagnement pour visiter une foire dans les marchés sélectionnés (selon les sous-secteurs sélectionnés, frais ou congelé, etc.) pouvant engendrer des collaborations techniques appropriées	Nombre de femmes et jeunes visitant des foires Nombre de PME (gérées ou employant des femmes et des jeunes) accompagnées
1.3.B.4. Organiser une série de 2 séminaires régionaux de restitution dans les régions de production (en arabe et en français)	Nombre de femmes et jeunes de participant aux séminaires Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
1.4.B.1. Finaliser par le «Groupe de travail, Produits de la mer» un cadre stratégique d'appui aux PME, TPE et Coopératives avec la formulation d'un modèle générique de «Business plan» pour les entreprises exportatrices, dans le secteur des produits de la mer	Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
1.4.B.2. Organiser à l'intention des entreprises sélectionnées du secteur des produits de la mer, en collaboration avec la FENIP et les «Conseillers Encadreur», deux ateliers de vulgarisation et de formation sur le cadre stratégique d'appui au secteur cuir et sur les bénéfices de la formulation de «Business plan» par les entreprises exportatrices	Nombre de femmes et jeunes participant aux ateliers Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
Secteur du Cuir	
1.2.C.3. Organiser une série de 3 séminaires de formation et de vulgarisation sur les techniques de production et de commercialisation des produits en cuir pour l'exportation	Nombre de femmes et jeunes de participant aux séminaires Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
1.3.C.2. Entreprendre un tour d'orientation ou accompagnement pour visiter une foire dans les marchés sélectionnés (selon les sous-secteurs sélectionnés, chaussures, maroquinerie, etc.) pouvant engendrer des collaborations techniques appropriées	Nombre de femmes et jeunes visitant des foires Nombre de PME (gérées ou employant des femmes et des jeunes) accompagnées
1.3.C.5. Organiser une série de 2 séminaires régionaux de restitution dans les régions de production	Nombre de femmes et jeunes de participant aux séminaires Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
1.4.C.2. Organiser à l'intention des entreprises sélectionnées du secteur Cuir, en collaboration avec la FEDIC et les «Conseillers Encadreur», deux ateliers de vulgarisation et de formation sur le cadre stratégique d'appui au secteur cuir et sur les bénéfices de la formulation de « Business plan » par les entreprises exportatrices	Nombre de femmes et jeunes participant aux ateliers Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
Tous les secteurs	
Activités du Produit 1.6 : Deux groupes de conseillers (une trentaine par groupe) formés pour aider les PME à développer des stratégies et des plans à l'export en s'appuyant sur les outils et les techniques de l'ITC	Nombre de femmes et jeunes conseillers formés
Activités du Produit 1.7 : Une trentaine d'entreprises accompagnées dans le cadre des travaux pratiques	Nombre de PME (gérées ou employant des femmes et des jeunes) accompagnées Nombre de femmes et jeunes formés

Activités relatives au Résultat n° 2

Nous rappelons que le résultat 2 concerne les institutions d'appui au commerce (IAC) et s'énonce ainsi : « Prestations des institutions d'IAC améliorées dans les secteurs ciblés, en soutien aux PME, particulièrement, celles opérées par ou employant des femmes et des jeunes ».

Le tableau suivant présente les activités, où les dimensions genre et jeunes doivent être prises en compte. Pour chaque activité, nous précisons les principaux indicateurs de mesure de rendement.

Tableau 16. Activités relatives au résultat intermédiaire n° 2

Activités	Indicateurs de mesure
2.1.3 Sur la base des recommandations du diagnostic comparatif de situation effectué pour Maroc Export, organiser une série de 3 ateliers de formation de planification stratégique afin de renforcer les capacités de Maroc Export à mieux soutenir les PME	Nombre de femmes et jeunes de participant aux ateliers de formation Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
2.1.4 Atelier national pour les IAC associés au projet afin de les sensibiliser aux produits et services offerts par les PME opérées par ou employant des femmes et des jeunes afin qu'elles puissent faciliter le lien avec des acheteurs potentiels	Nombre de femmes et jeunes de participant à l'atelier national Nombre de PME gérées ou employant des femmes et des jeunes
2.2.1. Former des cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et une trentaine de conseillers export sélectionnés sur les techniques d'analyse des chaînes de valeur dans les secteurs ciblés par le Programme	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.2.2. Certifier les formations prodiguées aux cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et aux conseillers export sélectionnés, en matière de techniques d'analyse des chaînes de valeur	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) certifiés
2.2.3 Série de trois ateliers pour les IAC clefs associés à EDEC sur la gestion axée sur les résultats	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) participant aux ateliers de formation
2.3.1. Former des cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et un nombre de conseillers export sélectionnés sur les stratégies sectorielles à l'exportation dans les secteurs ciblés par le Programme	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.3.2. Certifier les formations prodiguées aux cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et aux conseillers export sélectionnés, en matière de stratégies sectorielles à l'exportation	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) certifiés
2.4.1. Former des cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et une trentaine de conseillers export sélectionnés à l'utilisation d'outils d'analyse de marchés et au développement de profils de marchés dans les secteurs ciblés par le Programme (3 formations)	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.4.2. Former des cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC (Ministère du Commerce, institution de promotion des exportations, associations sectorielles, institut diplomatique) et un maximum de trente conseillers export sélectionnés en matière d'intelligence économique et veille stratégique à l'export dans les secteurs ciblés par le programme	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.5.1. Former des cadres des IAC associées à EDEC et des conseillers export en matière de gestion de la qualité et de certification (I, II) dans les secteurs ciblés par le Programme et ce, en collaboration avec les institutions compétentes en la matière et l'Institut Marocain de Normalisation (IMANOR)	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.5.2. Certifier les formations prodiguées aux cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et aux conseillers export sélectionnés, en matière de gestion de la qualité et de certification (I & II)	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) certifiés
2.6.1. Former des cadres des IAC associées à EDEC et des conseillers export en matière de Marketing à l'Exportation dans les secteurs ciblés par le Programme et ce, en collaboration avec les institutions universitaires compétentes agréées (2 formations)	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.6.2. Certifier les formations prodiguées aux cadres sélectionnés	Nombre de femmes et jeunes (cadres

des IAC associées à EDEC et aux conseillers export sélectionnés, en matière de Marketing à l'Exportation	IAC et conseillers) certifiés
2.6.4. Former les IAC et les conseillers export sélectionnés sur la méthodologie de rencontre acheteurs-vendeurs	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.7.1. Tenir un séminaire sur le commerce électronique à l'intention de cadres des IAC associées à EDEC et des conseillers export en matière de Web-Marketing dans les secteurs ciblés par le Programme	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) participant au séminaire
2.8.1. Former des cadres des IAC associées à EDEC et des conseillers export en matière d'Emballage à l'Exportation dans les secteurs ciblés par le Programme et ce, en collaboration avec les institutions universitaires compétentes agréées	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.8.2. Certifier les formations prodiguées aux cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et aux conseillers export sélectionnés, en matière d'Emballage à l'Exportation	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) certifiés
2.9.1. Former des cadres des IAC associées à EDEC et des conseillers export sur les Aspects légaux du commerce d'Exportation dans les secteurs ciblés par le Programme et ce, en collaboration avec les institutions universitaires compétentes agréées (3 formations itinérantes)	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.9.2. Certifier les formations prodiguées aux cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et aux conseillers export sélectionnés, en matière Aspects légaux du commerce d'Exportation	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) certifiés
2.10.1.a. Former des cadres des IAC associées à EDEC et des conseillers export dans les secteurs ciblés par le Programme sur les conditions d'accès aux marchés	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.10.1.b. Former des cadres des IAC associées à EDEC et des conseillers export sur les Barrières techniques au commerce et les mesures non tarifaires dans les secteurs ciblés par le Programme	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.10.2.a. Certifier les formations prodiguées aux cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et aux conseillers export sélectionnés, en matière Barrières techniques au commerce et les mesures non tarifaires	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) certifiés
2.10.4 Former les cadres du ministère du commerce et des IAC à la gestion de la plateforme « Alerte aux Obstacles au Commerce »	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.11.1. Former des cadres des IAC associées à EDEC et des conseillers export sur les Aspects de financement et d'assurance du commerce extérieur dans les secteurs ciblés par le Programme (2 formations)	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) formés
2.11.2. Certifier les formations prodiguées aux cadres sélectionnés des IAC associées à EDEC et aux conseillers export sélectionnés, en matière Aspects de financement et d'assurance du commerce extérieur	Nombre de femmes et jeunes (cadres IAC et conseillers) certifiés
Activités au Produit 2.12 : PME sélectionnées des secteurs du cuir, de l'agroalimentaire et des produits de la mer, particulièrement celles gérées ou employant des femmes et des jeunes, y compris, les coopératives, les associations et les groupements de PME, concernées par l'exportation, appuyées par des IAC renforcées et des conseillers export compétents, pour le développement des produits et des marchés	Nombre de PME des 3 secteurs ciblés (y compris coopératives, associations et groupements de PME) gérées ou employant des femmes et des jeunes

Activités transversales intégrant les dimensions genre et jeunes

Le tableau n° x suivant présente les activités intégrant les dimensions genre et jeunes au bénéfice des la totalité (ou au moins la majorité) des institutions partenaires. Ces activités sont complétées par des propositions qui ont émergé de l'analyse des données, notamment lors des entretiens individuels.

Pour chaque activité, nous précisons les principaux indicateurs de mesure de rendement.

Tableau 17. Activités transversales

Activités	Indicateurs de mesure
1.5.1. Finaliser la stratégie d'appui au genre et aux jeunes du projet EDEC, ainsi que ses indicateurs de performance spécifiques ⁸⁸	Pertinence de la stratégie
1.5.2. Adapter la méthodologie "Access" (approche genre de l'ITC) aux besoins des PME marocaines	Degré d'adaptation de la méthodologie
1.5.3. Traduire en Arabe la méthodologie "Access" (approche genre de l'ITC) et la livrer aux institutions partenaires, avec des notes méthodologiques pour son application	Niveau de diffusion de la méthodologie
1.5.4. Organiser une série de 2 formations multisectorielles destinées à la direction du projet EDEC, aux cadres de contrepartie et des associations professionnelles, ainsi qu'aux conseillers d'exportation sur la stratégie d'appui genre du projet EDEC	Nombre de femmes et jeunes (cadres des partenaires et conseillers) formés
AT 1 : Sélectionner le personnel cadre et staff féminin de PME, TPE et coopératives des 3 secteurs ciblés et organiser 3 sessions de formation en vue de renforcer leurs capacités administratives (leadership féminin) ⁸⁹	60 femmes (20 femmes par secteur) ont suivi une formation en leadership féminin
AT 2 : Organiser un séminaire de sensibilisation des DRH des entreprises des 3 secteurs ciblés en matière d'intégration des dimensions genre et jeunes dans le processus de gestion des ressources humaines (GRH) : recrutement, promotion, formation, évaluation de rendement, conciliation travail- famille, etc.	Nombre de DRH d'entreprises (employant des femmes et des jeunes) sensibilisées
AT 3 : Organiser un séminaire au profit des responsables des associations professionnelles sectorielles en vue de les sensibiliser sur une plus grande représentativité des femmes et des jeunes dans ses associations	Nombre de responsables d'associations sensibilisés

34.4. Axe 3 : Suivi continu et évaluation

La stratégie de suivi continu et d'évaluation des résultats en matière de genre et jeunes est conforme au processus de suivi, reporting et évaluation décrit dans le Plan de mise en œuvre du projet EDEC⁹⁰. Ce processus est lui-même basé sur la gestion axée sur les résultats.

Globalement, les activités, produits et résultats du projet seront soumis à un suivi continu par le Centre du commerce international, agence d'exécution du projet, impliquant l'équipe du projet et les partenaires locaux au Maroc sur la base des examens internes et sur le terrain. Des rapports d'étape et d'avancement périodiques seront préparés par l'équipe du projet en collaboration avec les partenaires locaux et soumis au Comité de pilotage du projet.

Le personnel technique affecté à travailler sur le projet sera tenu de préparer et de soumettre des rapports détaillés sur les activités réalisées, les résultats obtenus, les conclusions et recommandations suggérées. Les consultants et experts nationaux (dont un expert chargé du suivi continu et évaluation des dimensions genre et jeunes) et internationaux devront transmettre leurs

⁸⁸ La stratégie d'intégration des dimensions genre et jeunes et l'objet de ce rapport.

⁸⁹ Le renforcement des capacités techniques est assuré par les différentes activités de formation prévues dans le projet, notamment les activités relatives au résultat intermédiaire n° 2.

⁹⁰ Développement des exportations pour la création de l'emploi (EDEC), Plan de mise en œuvre, pages 27-28

rapports à l'ITC qui veillera ensuite à leur finalisation et leur diffusion, notamment vers les parties prenantes et les institutions partenaires.

Plus exactement, les étapes suivantes seront nécessaires pour le suivi continu et évaluation des dimensions genre et jeunes du projet EDEC.

Étape 1 : Élaboration et mise en œuvre du Cadre de mesure de performance

Les cadres de mesure de performance des interventions et activités en matière de genre et jeunes sont exposés dans la section suivante « IV. Indicateurs de performance ». Ces cadres sont au nombre de deux : (i) un cadre de mesure de performance des résultats des projets de l'axe stratégique vertical, et (ii) un cadre de mesure de performance des résultats des activités de l'axe stratégique transversal.

L'examen régulier de la progression des résultats des dimensions genre et jeunes du projet EDEC et le suivi régulier de l'ensemble des interventions et activités en matière de genre et jeunes sur le terrain seront effectués par le consultant national expert en genre selon une fréquence trimestrielle.

Un rapport est alors produit et transmis à l'ITC. Ce rapport sera axé sur les activités réalisées, la progression des résultats, l'évolution des risques et des recommandations sur les ajustements requis.

Étape 2 : Bilan annuel participatif (BAP)

Le projet EDEC étant géré en mode itératif avec une variété d'institutions partenaires dont l'évolution des contextes institutionnels et des besoins sera à considérer tout au long du projet. Le projet repose en grande partie sur la participation et l'adhésion des institutions partenaires (notamment en matière de genre et jeunes) et sur la capacité de leur fournir des réponses adéquates en terme d'accompagnement-conseil et adaptées au contexte du Maroc et des institutions/associations partenaires concernées.

La 1^{ère} année du projet sera déterminante et guidera de façon plus précise la planification de l'An 2 mais également des années ultérieures du projet.

Les institutions partenaires devront être associées annuellement à un exercice de bilan participatif en vue de recueillir leur appréciation de la progression des résultats atteints et leur degré de satisfaction par rapport au projet, mais également leur lecture des enjeux en égalité de genre et jeunes. Le bilan sera un préalable à l'établissement du rapport annuel et sera fort utile pour l'élaboration des plans annuels.

Le consultant/expert national dans l'intégration des dimensions genre et des jeunes dans le projet EDEC sera chargé de la rédaction de la partie relative aux dimensions genre et jeunes du rapport annuel.

Par ailleurs, il est à signaler que ce bilan annuel participatif sera l'occasion d'organiser un évènement spécial pour communiquer sur le projet, ses états d'avancement et les activités à venir.

Étape 3 : Évaluation mi-parcours

Une évaluation à mi-parcours du projet EDEC devra être réalisée avec une préoccupation particulière en matière d'évaluation du degré d'intégration des dimensions genre et jeunes dans les interventions et activités du projet.

Le but de l'évaluation à mi-parcours serait d'identifier les résultats atteints par le projet (dont les résultats relatifs aux dimensions genre et jeunes) et de confirmer (ou préciser) le parcours prévu du projet. L'évaluation à mi-parcours pourrait également identifier des ajustements possibles qui s'avèreraient, suite à des changements dans l'environnement du projet, nécessaires à la réalisation des résultats et les objectifs du projet.

Étape 4 : Évaluation de fin de projet

Une évaluation externe et formelle de fin de projet pourrait être effectuée à la fin de la mise en œuvre ou 6 mois à un an après la clôture du projet pour permettre la réalisation des résultats.

Cette évaluation permettra de vérifier l'atteinte des résultats du projet (notamment les résultats relatifs aux dimensions genre et jeunes) et les réalisations et à tirer des leçons apprises constructives notamment en matière d'intégration de genre et jeunes.

Cette évaluation pourrait être utilisée par la Coopération canadienne, l'ITC, le Ministère chargé du commerce extérieur et d'autres institutions partenaires pour identifier les priorités et les succès sur lesquels il serait possible de bâtir d'autres initiatives ou incorporer dans les exercices de programmation d'autres projets d'assistance technique liée au commerce.

34.5. Axe 4 : Communication interne et externe

La stratégie de promotion/communication en matière de genre et jeunes est conforme à la stratégie de communication du projet EDEC décrite dans son plan de mise en œuvre⁹¹.

En effet, la stratégie de communication du projet EDEC se propose de fournir un cadre unique pour couvrir toutes les communications avec les parties prenantes, y compris le gouvernement, le secteur privé et la communauté des donateurs. Elle poursuivra les trois objectifs suivants:

1. Créer et diffuser des informations cohérentes sur le projet (notamment les informations relatives à l'intégration des dimensions genre et jeunes dans le projet) entre les parties prenantes, y compris les communications relatives aux aspects opérationnels du projet et à sa gestion ainsi qu'au planning, l'orientation stratégique et le suivi.
2. Faire rapport sur les progrès, les états d'avancements et les leçons tirés (notamment en matière d'intégration de genre et jeunes dans le projet EDEC) aux différentes parties prenantes et de partager des informations sur les travaux de mise en œuvre du projet.

Dans la mise en œuvre de cette stratégie de communication, le premier et le deuxième objectif s'appuiera sur la gestion de projet mise en place, le suivi et la préparation de rapports périodiques. Des efforts soutenus vont être déployés pour atteindre un public plus large.

3. Promouvoir les activités et les résultats du projet entre les bénéficiaires, les institutions partenaires de développement et la communauté des affaires en général, au Maroc et à l'étranger. Ceci permettra d'augmenter l'impact, la durabilité et la visibilité du projet.

Au plan national (Maroc), ce troisième objectif pourra être atteint par l'organisation de l'évènement spécial liée au bilan annuel participatif pour présenter le projet, ses états d'avancement et les activités à venir.

Au plan international, il serait judicieux d'élargir le rayonnement du projet en encourageant les échanges d'expériences entre les institutions partenaires du projet et leurs homologues à l'étranger, notamment dans la région MENA.

Par ailleurs, une page web sera dédié au projet sur le site de l'ITC et sera actualisé périodiquement et accessible à toutes les parties prenantes. Ce site web comprendra un portail genre et jeunes pour communiquer sur les activités réalisées et futures relatives au genre et jeunes ainsi que les résultats atteints, les Success Stories, etc.

⁹¹ Développement des exportations pour la création de l'emploi (EDEC), Plan de mise en œuvre, page 28

35. INDICATEURS DE PERFORMANCE

Après présentation de la stratégie pour une meilleure intégration des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC, notamment ses deux axes d'intégration verticale et transversale, nous exposons dans cette section les indicateurs de performance de cette stratégie.

Pour le premier axe d'intégration verticale des dimensions genre et jeunes, s'agissant de nouvelles interventions (3 projets), nous présentons le cadre d'analyse logique suivi de la matrice de mesure des performances.

Quant au second axe d'intégration transversale des dimensions genre et jeunes, s'agissant essentiellement d'activités prévues dans le Plan de travail 2013-2017 du projet EDEC augmentées d'activités transversales complémentaires, nous ne présentons que la matrice de mesure des performances correspondante⁹².

35.1. Cadre logique et matrice de mesure des performances de l'axe vertical

Nous rappelons que l'intégration verticale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC serait accomplie par la mise en œuvre des trois projets ciblant les trois catégories d'institution partenaires. Ces projets sont:

1. Appui d'une institution d'appui au commerce (le CMPE) pour le développement d'un système d'information des entreprises exportatrices.
2. Appui d'une association des femmes cheffes d'entreprises (AFEM) pour le renforcement des capacités de son Club Export.
3. Appui d'une association de jeunes dirigeants (CJD) pour la mise en œuvre de sa stratégie « Entreprendre sans complexes » en matière d'export.

Dans les pages suivantes, nous présentons :

- Le cadre d'analyse logique de cet axe d'intégration verticale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC (Tableau n° x). Par souci de cohérence avec le cadre logique du projet EDEC, ce cadre d'analyse logique de l'axe vertical reprend la même finalité (objectif global).
- La matrice correspondante de mesure des performances (Tableau n° x).

⁹² Le cadre logique a été présenté dans le Plan de mise en œuvre du Projet EDEC, Annexe I, page 29

Tableau 18. Cadre d'analyse logique de l'axe vertical

SOMMAIRE	RÉSULTATS ESCOMPTÉS	MESURE DU RENDEMENT	HYPOTHÈSES / INDICATEURS DE RISQUE
Finalité	Résultat ultime	Indicateurs de performance	Hypothèses/Indicateurs de risque
Contribuer à l'accroissement de l'emploi des femmes et des jeunes à travers le développement des activités d'exportation	Les institutions partenaires ont mis en œuvre des initiatives en vue de renforcer leurs capacités en matière d'export	Nombre, pertinence et portée des initiatives pour accroître les capacités d'exportation des trois institutions partenaires	L'engagement politique du gouvernement marocain en matière de mise en œuvre du Plan gouvernemental pour l'égalité et de la Stratégie nationale intégrée de la jeunesse. L'engagement des institutions partenaires pour la mise en œuvre des projets découlant de la stratégie genre et jeunes. Les partenaires internationaux soutiennent techniquement et financièrement la mise en œuvre des projets de cette stratégie
But	Résultats intermédiaires	Indicateurs de performance	Hypothèses/Indicateurs de risque
Renforcer les capacités des institutions partenaires en matière d'export	Le CMPE s'est doté d'un Système d'information des entreprises exportatrices où les données sont désagrégées par sexe et par âge. L'AFEM a renforcé les capacités de son Club Export en vue d'accompagner ses membres en matière d'export. Le CJD a renforcé ses capacités en vue de la mise en œuvre de sa stratégie en matière d'export.	Niveau d'engagement de la direction du CMPE. Part des ressources du CMPE affectées au développement, implantation et exploitation du Système d'information. 2.1. Nombre, pertinence et portée des initiatives visant l'accompagnement des PME/TPE membres de l'AFEM en matière d'export. 2.2. Nombre des PME/TPE bénéficiaires des initiatives du projet. 3.1. Nombre et qualité des initiatives visant le renforcement des capacités du CJD en matière d'export. 3.2. Nombre des PME/TPE bénéficiaires des initiatives du projet.	Le CMPE démontre un engagement pour la mise en œuvre du projet. L'AFEM démontre un engagement pour la mise en œuvre du projet. Le CJD démontre un engagement pour la mise en œuvre du projet.
Ressources	Résultats immédiats	Indicateurs de performance	Hypothèses/Indicateurs de risque

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

<p>Gestion des projets</p> <p>La gestion des projets est assurée par le Comité du pilotage du projet EDEC (CPP).</p> <p>Parallèlement au CPP, chacun des 3 projets mettra en place un Comité opérationnel (un comité par institution partenaire) qui sera chargé de la mise en œuvre, le suivi continu et l'évaluation des résultats/activités du projet.</p>	<p>Projet 1 : Développement d'un système d'information des entreprises exportatrices</p> <p>1.1. Un système d'information des entreprises exportatrices avec une base de données désagrégées par sexe et par âge est développé et accessible</p> <p>1.2. Des actions ciblées pour les femmes et les jeunes gérants d'entreprises exportatrices sont identifiées et mises en œuvre</p> <p>1.3. Un prix femme (entreprise exportatrice dirigée par une femme) et un prix jeune (entreprise exportatrice dirigée par un jeune) sont institués dans le cadre des Trophées de l'export</p> <p>Projet 2 : Renforcement des capacités du Club Export de l'AFEM</p> <p>2.1. Un groupe de femmes cheffes d'entreprises exportatrices a reçu un accompagnement individuel en matière de commerce international</p> <p>2.2. Un module de formation en commerce international est intégré dans le programme de formation de création d'entreprises</p> <p>2.3 Des femmes cheffes d'entreprises exportatrices ont participé à des foires internationales dédiées à l'export</p> <p>2.4 Des PME/TPE exportatrices (dans les 3 secteurs ciblés par le projet EDEC) dirigées par des femmes et non encore membres de l'AFEM sont démarchées et devenues membres de l'AFEM</p>	<p>1.1.1. Qualité (données, services, administration) du Système d'information.</p> <p>1.1.2. Niveau d'accessibilité du système d'information.</p> <p>1.2.1. Nombre et variété d'actions ciblées au profit des femmes et des jeunes gérants d'entreprises exportatrices.</p> <p>1.2.2. Nombre des femmes et des jeunes ayant bénéficié des actions de sensibilisation, formation, leadership féminin et jeune, etc.</p> <p>1.3.1. Délai de mise en œuvre des prix femmes et jeunes.</p> <p>1.3.2. Niveau de diffusion et de rayonnement des prix.</p> <p>2.1.1. Nombre de femmes accompagnées en commerce international.</p> <p>2.1.2. Qualité de l'accompagnement.</p> <p>2.2.1. Qualité et pertinence du module de formation.</p> <p>2.2.2. Nombre de jeunes femmes formées.</p> <p>2.3.1. Nombre de foires d'export visitées.</p> <p>2.3.2. Nombre des femmes cheffes d'entreprises ayant participé aux foires d'export.</p> <p>2.4.1. Nombre d'entreprises exportatrices démarchées.</p> <p>2.4.2. Nombre d'entreprises devenues membres de l'AFEM.</p>	<p>Le CMPE assure la disponibilité du personnel à s'impliquer dans les initiatives du projet.</p> <p>L'institution partenaire (AFEM) assure la disponibilité de ses membres à s'impliquer dans les initiatives du projet.</p>
---	---	---	---

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

	<p>Projet 3 : Appui à la stratégie du CJD en matière d'export</p> <p>3.1 La stratégie 2013-2015 du CJD en matière d'export est mise en œuvre à travers plusieurs mécanismes</p> <p>3.2. Des PME/TPE membres du CJD-Maroc sont « portées » à l'international par des grandes entreprises nationales</p> <p>3.3. Un système de Mentoring export a été déployé au profit d'entreprises exportatrices membres du CJD-Maroc</p> <p>3.4. Un programme de missions B to B avec des entreprises des pays de l'Afrique subsaharienne a été réalisé</p>	<p>3.1.1. Nombre et pertinence des mécanismes. 3.1.2. niveau d'implémentation de la stratégie CJD en matière d'export.</p> <p>3.2.1. Nombre de PME/TPE portées à l'international. 3.2.2. Nombre d'entreprises porteuses. 3.2.3. Qualité du portage.</p> <p>3.3.1. Nombre de PME/TPE exportatrices ayant bénéficié du Mentoring. 3.3.2. Qualité du Mentoring.</p> <p>3.4.1 Nombre de missions B to B réalisées. 3.4.2. Nombre de PME/TPE ayant participé aux missions.</p>	<p>L'institution partenaire (CJD) assure la disponibilité de ses membres à s'impliquer dans les initiatives du projet.</p>
--	---	---	--

Tableau 19. Matrice de mesure des performances de l'axe vertical

Énoncés de résultats issus du cadre logique	Indicateurs	Données de base	Cibles	Sources de données	Méthodes de collecte de données	Fréquence de collecte de données	Poste de responsabilité
RÉSULTAT ULTIME							
Les institutions partenaires ont mis en œuvre des initiatives en vue de renforcer leurs capacités en matière d'export	Nombre, pertinence et portée des initiatives pour accroître les capacités d'exportation des 3 institutions partenaires	A déterminer	10 initiatives / partenaire	Institutions partenaires	Revue des rapports de fin de projets	Fin des projets	ITC
RÉSULTATS INTERMÉDIAIRES							
1. Le CMPE s'est doté d'un Système d'information des entreprises exportatrices où les données sont désagrégées par sexe et par âge.	1.1. Niveau d'engagement de la direction du CMPE. 1.2. Part des ressources du CMPE affectées au développement, implantation et exploitation du Système d'information.	A déterminer	80% des entreprises exportatrices dans la Base de données	Base de données du SI	Taille de la BD	Annuel	ITC
2. L'AFEM a renforcé les capacités de son Club export en vue d'accompagner ses membres en matière d'export	2.1. Nombre, pertinence et portée des initiatives visant l'accompagnement des PME/TPE membres de l'AFEM en matière d'export. 2.2. Nombre des PME/TPE bénéficiaires des initiatives du projet.	A déterminer	50% des PME/TPE export membres de l'AFEM	Enquêtes auprès des entreprises	Analyse des résultats d'enquêtes	Annuel	ITC
3. Le CJD a renforcé ses capacités en vue de la mise en œuvre de sa stratégie en matière d'export	3.1. Nombre et qualité des initiatives visant le renforcement des capacités du CJD en matière d'export. 3.2. Nombre des PME/TPE bénéficiaires des initiatives du projet.	A déterminer	50% des PME/TPE export membres du CJD	Enquêtes auprès des entreprises	Analyse des résultats d'enquêtes	Annuel	ITC
RÉSULTATS IMMÉDIATS							
Projet 1 : Développement d'un système d'information des entreprises exportatrices 1.1. Un système d'information des entreprises exportatrices	1.1.1. Qualité (données, services, administration) du Système d'information.	A déterminer	SI accessible par les IAC, Entreprises et grand public	Journal (log) du SI	Analyse journal SI	Annuel	ITC

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Énoncés de résultats issus du cadre logique	Indicateurs	Données de base	Cibles	Sources de données	Méthodes de collecte de données	Fréquence de collecte de données	Poste de responsabilité
<p>avec une base de données désagrégées par sexe et par âge est développé et accessible</p> <p>1.2. Des actions ciblées pour les femmes et les jeunes gérants d'entreprises exportatrices sont identifiées et mises en œuvre</p> <p>1.3. Un prix femme (entreprise exportatrice dirigée par une femme) et un prix jeune (entreprise exportatrice dirigée par un jeune) sont institués dans le cadre des Trophées de l'export</p>	<p>1.1.2. Niveau d'accessibilité du système d'information.</p> <p>1.2.1. Nombre et variété d'actions ciblées au profit des femmes et des jeunes gérants d'entreprises exportatrices.</p> <p>1.2.2. Nombre des femmes et des jeunes ayant bénéficié des actions de sensibilisation, formation, leadership féminin et jeune, etc.</p> <p>1.3.1. Délai de mise en œuvre des prix femmes et jeunes.</p> <p>1.3.2. Niveau de diffusion et de rayonnement des prix.</p>		<p>60 cadres femmes</p> <p>Délai 2015-2016</p>	<p>Rapports de formation</p> <p>Rapport d'activités du CMPE</p>	<p>Analyse rapport de formation</p> <p>Analyse rapport d'activités</p>		
<p>Projet 2 : Renforcement des capacités du Club Export de l'AFEM</p> <p>2.1. Un groupe de femmes cheffes d'entreprises exportatrices a reçu un accompagnement individuel en matière de commerce international</p> <p>2.2. Un module de formation en commerce international est intégré dans le programme de formation de création d'entreprises</p> <p>2.3 Des femmes cheffes d'entreprises exportatrices ont</p>	<p>2.1.1. Nombre de femmes accompagnées en commerce international.</p> <p>2.1.2. Qualité de l'accompagnement.</p> <p>2.2.1. Qualité et pertinence du module de formation.</p> <p>2.2.2. Nombre de jeunes femmes formées.</p> <p>2.3.1. Nombre de foires d'export visitées.</p> <p>2.3.2. Nombre des femmes cheffes</p>	<p>A déterminer</p>	<p>30 femmes cheffes d'entreprises exportatrices</p> <p>35 jeunes femmes</p> <p>20 femmes cheffes d'entreprises exportatrices ont participé 5 foires</p>	<p>Rapport de consultants</p> <p>Rapport de formation</p> <p>Rapports de</p>	<p>Analyse de rapport de consultants</p> <p>Analyse rapport de formation</p> <p>Analyse rapport</p>	<p>Annuel</p>	<p>ITC</p>

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Énoncés de résultats issus du cadre logique	Indicateurs	Données de base	Cibles	Sources de données	Méthodes de collecte de données	Fréquence de collecte de données	Poste de responsabilité
<p>participé à des foires internationales dédiées à l'export</p> <p>2.4 Des PME/TPE exportatrices (dans les 3 secteurs ciblés par le projet EDEC) dirigées par des femmes et non encore membres de l'AFEM sont démarchées et devenues membres de l'AFEM</p>	<p>d'entreprises ayant participé à ces foires d'export.</p> <p>2.4.1. Nombre d'entreprises exportatrices démarchées.</p> <p>2.4.2. Nombre d'entreprises devenues membres de l'AFEM.</p>		<p>10 PME/TPE exportatrices nouvelles membres</p>	<p>missions</p> <p>Rapport d'état d'avancement</p>	<p>de missions</p> <p>Analyse rapport d'état d'avancement</p>		
<p>Projet 3 : Appui à la stratégie du CJD en matière d'export</p> <p>3.1 La stratégie 2013-2015 du CJD en matière d'export est mise en œuvre à travers plusieurs mécanismes</p> <p>3.2. Des PME membres du CJD-Maroc sont « portées » à l'international par des grandes entreprises nationales</p> <p>3.3. Un système de Mentoring export a été déployé au profit d'entreprises exportatrices membres du CJD-Maroc</p> <p>3.4. Un programme de missions B to B avec des entreprises des pays de l'Afrique sub-saharienne a été réalisé</p>	<p>3.1.1. Nombre et pertinence des mécanismes.</p> <p>3.1.2. niveau d'implémentation de la stratégie CJD en matière d'export.</p> <p>3.2.1. Nombre de PME/TPE portées à l'international.</p> <p>3.2.2. Nombre d'entreprises porteuses.</p> <p>3.2.3. Qualité du portage.</p> <p>3.3.1. Nombre de PME/TPE exportatrices ayant bénéficié du Mentoring.</p> <p>3.3.2. Qualité du Mentoring.</p> <p>3.4.1 Nombre de missions B to B réalisées.</p> <p>3.4.2. Nombre de PME/TPE ayant participé aux missions.</p>	<p>A déterminer</p>	<p>80% de la stratégie export</p> <p>5 PME/TPE portées</p> <p>5 PME/TPE 'mentorées'</p> <p>10 PME/TPE ont participé à 5 missions B to B</p>	<p>Rapport d'activités du CJD</p> <p>Rapport d'état d'avancement</p> <p>Rapport d'état d'avancement</p> <p>Rapport de missions</p>	<p>Analyse de rapport d'activités</p> <p>Analyse rapport d'avancement</p> <p>Analyse rapport d'avancement</p> <p>Analyse rapport de missions</p>	<p>Annuel</p>	<p>ITC</p>

35.2. Matrice de mesure des performances de l'axe transversal

Nous rappelons que le projet EDEC vise l'accroissement de l'emploi des femmes et des jeunes à travers le développement des activités d'exportation. A cet effet, le projet a identifié des résultats intermédiaires en matière d'égalité de genre et de jeunes dont notamment :

- Augmentation des exportations par les PME, en particulier les entreprises gérées ou employant des femmes et des jeunes dans les secteurs agroalimentaire, les produits de la mer et l'industrie du cuir.
- Qualité améliorée des services des IAC en intégrant les spécificités des genres pour soutenir les PME, en particulier les entreprises gérées par ou employant des femmes et des jeunes dans les secteurs ciblés à accéder aux marchés internationaux.

Ces résultats intermédiaires ainsi que les résultats immédiats qui en découlent sont consignés dans la cadre logique présenté dans le Plan de mise en œuvre (PMO) du projet EDEC. Ce PMO présente aussi la matrice de mesures des performances correspondante au cadre logique.

Par ailleurs, nous avons montré dans la section III.3 « Axe 2 : Intégration transversale des dimensions genre et jeunes » que l'intégration transversale des dimensions genre et jeunes dans le projet EDEC se ferait à travers :

1. d'une part la prise en compte de ces deux dimensions dans l'ensemble des activités prévues dans le Plan de travail 2013-2017 du projet, et
2. d'autre part dans des activités transversales qui concernent la majorité des institutions partenaires que sont les PME et les IAC.

Aussi, allons-nous présenter dans cette section (voir tableau n° 3 pages suivantes), la matrice de mesure des performances correspondante au cadre logique du projet EDEC en mettant en évidence les indicateurs et les cibles relatifs aux dimensions genre et jeunes. Cette matrice est augmentée des indicateurs relatifs aux résultats des activités qui concernent la majorité des institutions partenaires (activités AT1, AT2 et AT3 du tableau n° x relatif aux activités transversales).

Tableau 20. Matrice de mesure des performances de l'axe transversal

Énoncés de résultats issus du cadre logique	Indicateurs	Données de base	Cibles	Sources de données	Méthodes de collecte de données	Fréquence de collecte de données	Poste de responsabilité
RÉSULTAT ULTIME							
1000 Croissance de l'emploi à travers le développement des activités d'exportation, pour les femmes et les jeunes au Maroc	Part plus importante des trois secteurs ciblés par EDEC dans les exportations marocaines Nombre de nouveaux emplois pérennes, notamment de femmes et de jeunes, créés dans les secteurs ciblés par EDEC	A déterminer	Augmentation totale de 5% en valeur 10% d'emplois en plus pour les femmes et les jeunes dans les secteurs sélectionnés	Statistiques du Gouvernement Rapports nationaux et des partenaires au développement	Revue des statistiques officielles et des fédérations professionnelles des secteurs sélectionnés	Fin du projet	ITC
RÉSULTATS INTERMÉDIAIRES							
1100 Accès aux marchés d'exportation amélioré pour les PME, gérés ou employant des femmes et des jeunes, dans les secteurs de l'agroalimentaire, des produits de la mer et du cuir	PME gérées ou employant des femmes et des jeunes dans les secteurs sélectionnés plus actives dans le commerce d'exportation, grâce aux interventions du programme EDEC Exportations des trois secteurs sélectionnés accrues, en particulier vers les marchés ciblés par le programme Nouveaux marchés ouverts pour les produits des trois secteurs ciblés	A déterminer	Au moins 130 femmes et/ou jeunes sont actifs dans le domaine du commerce international 5% en valeur pour les secteurs présélectionnés 1 segment /marché par secteur	Statistiques officielles (nationales et au niveau des associations sectorielles) Enquête auprès des IAC Enquête auprès des entreprises	Revue des statistiques Revue des rapports Analyse des résultats d'enquête	Annuel	ITC
1200 Prestations des institutions d'appui au commerce (IAC) améliorées dans les secteurs ciblés par le programme, en soutien aux PME, particulièrement celles opérées par ou employant des femmes et des jeunes	Disponibilité de services d'appui des IAC et des conseillers export qui ciblent les femmes et les jeunes Nombre de PME (notamment celles gérées ou employant des femmes et des jeunes) dans les trois secteurs ciblés par EDEC, satisfaites des services d'appui	A déterminer	20% des services offerts sont adaptés aux besoins des femmes et jeunes 60% des PME sont satisfaites des services reçus	Enquête auprès des PME participant aux activités d'EDEC (notamment celles gérées ou employant des femmes et des jeunes), relatant un ratio de qualité d'au moins 3 sur 5 des services d'appui fournis par les IAC en matière d'exportation	Revue des rapports, Enquêtes	Annuel	ITC

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Énoncés de résultats issus du cadre logique	Indicateurs	Données de base	Cibles	Sources de données	Méthodes de collecte de données	Fréquence de collecte de données	Poste de responsabilité
	des IAC dans les divers domaines d'appui aux activités d'exportation			Rapports pertinents des IAC Registre des demandes de services tenus par les IAC			
RÉSULTATS IMMÉDIATS							
1110 Capacité accrue des PME dans les techniques de marketing à l'exportation	PME gérées ou employant des femmes et des jeunes dans les secteurs sélectionnés rencontrent les acheteurs potentiels Perception des PME de leurs capacités en marketing (échelle de 1 à 5) Nombre de PME connectées aux nouveaux marchés	A déterminer	100 par secteur en moyenne dont 30% gérées ou employant des femmes 70% des PME utilise les compétences acquises lors des formations 50% des PME bénéficiaires connectées aux nouveaux marchés	PME bénéficiaires Rapport de consultants Rapport de missions Rapport sur l'état d'avancement Évaluation en fin de formations	Enquêtes Rapports	Annuel	ITC
1120 Capacité accrue des PME à se conformer aux normes de qualité y compris celle liées à l'environnement	Nombre de PME (notamment celles gérées ou employant des femmes et des jeunes) dans les trois secteurs ciblés par EDEC conforment aux normes et standards internationaux Perception des PME de leurs propres capacités à conformer aux normes internationales Nombre de produits conformes aux normes internationales	A déterminer	150 PME (50% gérées par les femmes et 50% par les jeunes) 80% des PME formées ont la capacité de conformer aux normes et standards internationaux	PME bénéficiaires Rapport de consultants Rapport de missions Rapport sur l'état d'avancement Évaluation en fin de formations	Enquêtes Rapports statistiques	Annuel	ITC

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Énoncés de résultats issus du cadre logique	Indicateurs	Données de base	Cibles	Sources de données	Méthodes de collecte de données	Fréquence de collecte de données	Poste de responsabilité
1120Bis (Produit 1123) Spécificités de l'appui aux femmes et aux jeunes mises en valeur et vulgarisées dans les trois secteurs	<p>Nombre de femmes cadres et staffs ayant suivies une formation en leadership féminin</p> <p>Nombre de DRH d'entreprises (employant des femmes et des jeunes) sensibilisées</p> <p>Nombre de responsables d'associations professionnelles sensibilisés aux dimensions genre et jeunes</p>	A déterminer	<p>60 femmes (20 femmes par secteur)</p> <p>20 DRH d'entreprises des 3 secteurs</p> <p>10 responsables (1 ou 2 par association professionnelle)</p>	<p>Rapport de formation</p> <p>Rapport de consultant</p> <p>Rapport de consultant</p>	Analyse des rapports de formation et de consultant	Annuel	ITC
1210 Capacité renforcée des Institutions d'appui au commerce (IAC) pour mieux servir les PME à développer des nouveaux marchés	<p>Nombre de PME (notamment celles gérées ou employant des femmes et des jeunes) dans les trois secteurs ciblés par EDEC soutenues par les IAC pour développer de nouveaux marchés</p> <p>% PME qui sont satisfaites des services offerts par les IAC et jugent que ces services sont adaptés a leurs besoins (femmes/jeunes)</p> <p>Nombre de cadres des IAC utilisant nouvelles techniques en marketing</p>	A déterminer	<p>300 PME (spécifiées par âge et genre de leur gestionnaire) ont reçu un appui de la part des IAC concernées</p> <p>60% des PME sont satisfaites par le service d'appui reçu et jugent que le service donné est meilleur et plus efficaces</p> <p>40 cadres au minimum</p>	<p>PME</p> <p>Registre de demande et fourniture des services</p> <p>Rapport de consultants</p> <p>Rapport des IAC</p> <p>Rapport sur l'état d'avancement IAC</p>	<p>Enquêtes</p> <p>Rapports</p> <p>Registres</p> <p>Statistiques des IAC</p>	Annuel	ITC
1220 Capacité renforcée des IAC pour permettre aux PME à mieux répondre aux exigences des marchés en terme de qualité y compris les normes environnementales	<p>Nombre de PME (notamment celles gérées ou employant des femmes et des jeunes) dans les trois secteurs ciblés par EDEC soutenues par les IAC qui ont mis en place des systèmes de gestion de la qualité y compris de respect des normes environnementales</p> <p>% PME qui sont satisfaites des services offerts par les IAC et jugent que ces services sont adaptés à leurs besoins</p>	A déterminer	<p>300 PME (spécifiées par âge et genre de leur gestionnaire) ont reçu un appui de la part des IAC concernées</p> <p>60% des PME sont satisfaites par le service d'appui reçu et jugent que le service donné est meilleur et</p>	<p>PME</p> <p>Registre de demande et fourniture des services</p> <p>Rapport de consultants</p> <p>Rapport des IAC</p>	<p>Enquêtes</p> <p>Rapport</p> <p>Registres</p> <p>Statistiques des IAC</p>	Annuel	ITC

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Énoncés de résultats issus du cadre logique	Indicateurs	Données de base	Cibles	Sources de données	Méthodes de collecte de données	Fréquence de collecte de données	Poste de responsabilité
	(femmes/jeunes) Nombre de cadres des IAC ayant acquis les connaissances requises dans le domaine de la gestion de la qualité		plus efficaces 40 cadres au minimum	Rapport sur l'état d'avancement IAC			

Chapitre 5. Rapport sur les marchés internationaux

36. RESUME EXECUTIF

Cette analyse des opportunités et des contraintes des marchés internationaux pour les produits de la mer marocains se présente en 6 chapitres, une conclusion générale et trois annexes

La présentation des ressources halieutiques marocaines nous montre que celles-ci, particulièrement abondantes dans les eaux marocaines, sont pleinement exploitées et que les variations annuelles observées sont normales pour les principales espèces capturées (petits pélagiques). Les activités aquacoles dans le pays se trouvent en phase de développement et offrent de bonnes perspectives d'avenir.

L'analyse des exportations des produits de la mer marocains, basée sur des données statistiques détaillées et récentes nous montre une évolution importante dans la composition des produits exportés, avec une diminution des exportations de produits frais et une augmentation des exportations de produits congelés, tandis que les exportations de conserves restent relativement stables. Nous notons également une tendance à l'importation de matières premières et leur réexportation en produits transformés (particulièrement de crevettes et d'anchois), une activité qui met à profit le potentiel de main d'œuvre marocain et sa stratégique position géographique aux portes de l'Europe.

Les grandes tendances actuelles des marchés mondiaux, en particulier pour les produits marocains, nous laissent optimistes aussi bien à court terme (tendance à l'augmentation des prix pour la plupart des espèces) qu'à moyenne ou longue échéance.

En ce qui concerne les principales exigences techniques et de qualité des marchés internationaux, celles de l'Union Européenne et les Etats Unis sont des références au niveau mondial. Le fait que des centaines d'entreprises marocaines travaillant des produits de la mer soient autorisés à exporter vers l'Union Européenne démontre que la mise aux normes de qualité pour les marchés internationaux ne constitue pas un problème majeur pour les producteurs marocains.

Naturellement, chaque importateur étranger aura ses exigences propres en ce qui concerne les produits recherchés et leurs façons de travailler. Aux exportateurs marocains de comprendre les aspirations de leurs clients et de les satisfaire tout en restant compétitif sur les marchés internationaux. Leur présence constante sur les marchés acheteurs est primordiale, en particulier lors des expositions de produits de la mer comme la CONXEMAR en Espagne.

En effet, les opportunités de marchés actuellement surtout en Union Européenne, se développent partout, en particulier dans les pays émergents. Les marchés internationaux sont en principe acheteurs et le défi est que la croissance de la production (par l'aquaculture) puisse satisfaire la croissance de la demande sur tous les continents, en particulier le continent africain.

L'analyse des opportunités et des contraintes concernant les exportations des produits de la mer marocains montre surtout des opportunités très visibles. Les contraintes existent naturellement, essentiellement liées à la limitation naturelle des stocks halieutiques. Les efforts de développement de l'aquaculture, ainsi que les importations croissantes de matières premières à transformer et à réexporter, peuvent cependant les atténuer.

Le principal défi posé aux entreprises marocaines est d'y croire, d'investir et d'effectivement conquérir des parts intéressantes de ce marché mondial en croissance.

37. LES MARCHÉS INTERNATIONAUX DES PRODUITS DE LA MER MAROCAINS

37.1. Introduction et méthodologie

Le projet MOR/20/137A de développement des exportations pour la création de l'emploi au Maroc a pour objectif de contribuer aux efforts du Gouvernement marocain à créer des emplois durables et de qualité, notamment au profit des femmes et des jeunes, par la promotion et le développement des exportations des produits de la mer, des produits agroalimentaires et du cuir.

Le meilleur accès aux marchés internationaux de la part des petites et moyennes entreprises et même des très petites entreprises ainsi que des coopératives travaillant les produits de la mer et dument enregistrés comme exportateurs pour les marchés visés constitue ainsi un important renfort pour la création d'emplois, notamment pour les femmes et les jeunes.

Le présent rapport présente une analyse des actuels marchés d'exportation des produits de la mer marocains avec une attention particulière aux produits sélectionnés par la Fédération des Industries de Transformation et de Valorisation des Produits de la Pêche (FENIP) du Maroc en accord avec le Centre de Commerce International. Il présente également des pistes pour la diversification des marchés sur les divers continents pour les produits de la mer marocains.

L'analyse des actuels marchés d'exportation des produits de la mer marocains est basée sur les données statistiques de l'Office des Changes du Maroc (OC), dument traitées sémiologiquement pour fournir une bonne visualisation graphique de l'évolution des marchés des principaux produits exportés par le Maroc.

En plus des statistiques de l'Office National des Pêches (ONP), des informations statistiques de la FAO ont également été utilisées. Il faut naturellement savoir que les méthodologies statistiques de la FAO diffèrent de celles de l'Office des Changes en ce qui concerne les importations et les exportations des produits de la mer. En effet, celles de la FAO considèrent les approvisionnements en « équivalent poids vif » alors que celles de l'OC considèrent les poids effectivement exportés ou importés.

L'approche de l'évolution actuelle des marchés mondiaux des produits de la mer est basée sur la banque de données mondiales d'INFOPESCA ainsi que sur divers travaux de l'auteur, comme par exemple le chapitre « Produits de la Mer » publié dans le rapport Cyclope 2014 (éditions Economica) et dont une nouvelle version, actualisée, est présentée au chapitre 3.

Les marchés où les produits de la mer marocains sont actuellement commercialisés et les grandes tendances des marchés mondiaux en général aident ainsi à identifier des opportunités de marché actuellement peu ou pas exploitées.

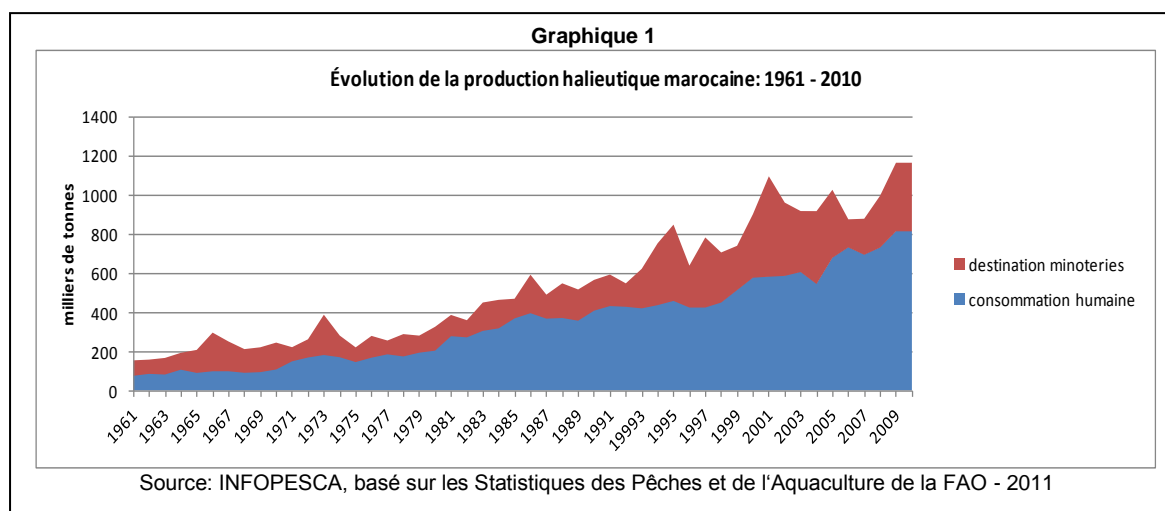
Un contact des produits halieutiques marocains sur son principal marché (Espagne) a été réalisé lors de l'exposition CONXEMAR, à Vigo en octobre 2014.

37.2. Le secteur halieutique marocain

Avec une production annuelle située entre 1,1 et 1,2 millions de tonnes, le Maroc est le second producteur halieutique du continent africain, juste après l'Égypte. Mais, alors que ce dernier pays base sa production sur l'aquaculture (73% de la production halieutique totale égyptienne de 1,362 millions de tonnes en 2011), c'est sur les captures que le Maroc base la sienne (99,86% de sa production totale).

37.2.1. Les captures marocaines

Figure 33. Evolution de la production halieutique marocaine



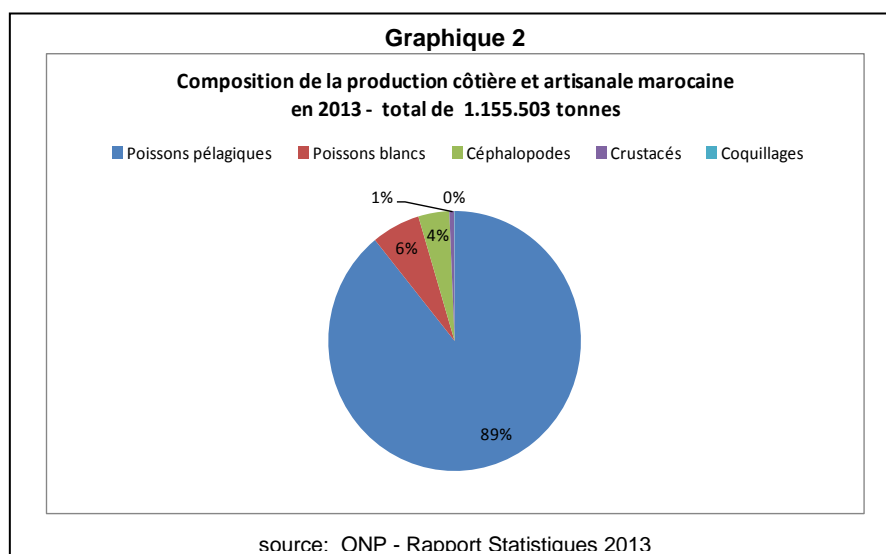
Les captures totales marocaines se sont développées dans la seconde moitié du XX^{ème} siècle et se sont relativement stabilisées depuis le début du XXI^{ème} siècle (graphique précédent). Les petits pélagiques et, en particulier les sardines, constituent les principales prises de la pêche marocaine et sont destinés en partie à des fins industrielles, surtout la farine et l'huile de poisson. Les variations de stocks des petits pélagiques sont fréquentes en fonction des aléas climatiques et océanographiques (en particulier les zones d'upwelling), causant des variations de prises d'une année à l'autre, qui affectent surtout le secteur de farine et d'huile de poisson (« destination minoteries » dans le graphique précédent).

La pêche marocaine est réalisée par une flotte hauturière orientée principalement sur les céphalopodes (en particulier le poulpe), les crevettes et les poissons blancs, capturés par des navires congélateurs. Cependant, la plus grande partie des captures (de l'ordre de 80% ou plus) sont réalisées par la pêche côtière et artisanale, responsable d'une production de 1.155.503 tonnes de diverses espèces en 2013.

La grande majorité des prises est constituée de petits pélagiques, dont 698.569 tonnes de sardines, 150.230 tonnes de maquereaux et 15.980 tonnes d'anchois.

La plus grande partie de ces poissons pélagiques sont capturés dans le sud du pays, entre Tan Tan et la frontière avec la Mauritanie, en particulier dans la zone de Dakhla.

Figure 34. Composition de la production côtière artisanale marocaine



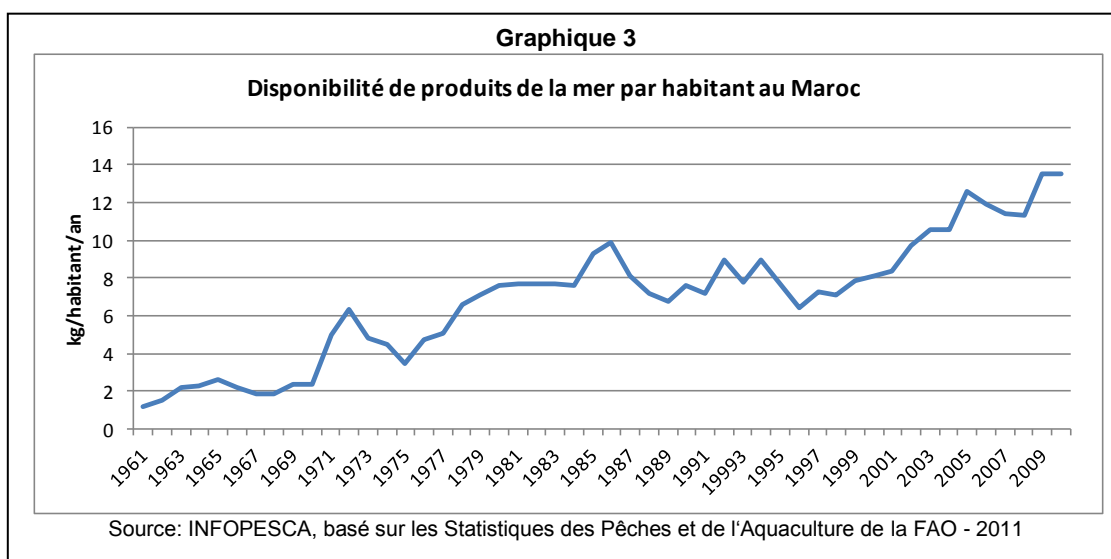
En ce qui concerne les céphalopodes, la pêche côtière et artisanale a produit 45.811 tonnes en 2013 dont 65% de poulpes. La plupart de ces céphalopodes (76% du volume total) ont été débarqués à Tan Tan et dans les ports situés au sud de cette ville.

Pour les poissons blancs, 91% des 71.818 tonnes débarquées par la pêche côtière et artisanale en 2013 l'ont été dans les ports de l'Atlantique, en particulier à Agadir (20.490 tonnes), Tan Tan (9.045 tonnes) et Dakhla (8.053 tonnes). Les espèces de poisson blancs sont variées avec toutefois des volumes assez importants de bogues (*Boops boops*, 5.588 tonnes), de lingues (*Molva spp*, 3.565 tonnes) et d'abadèches (*Plectorhynchus mediterraneus*, 2.863 tonnes).

Les captures des 7.199 tonnes de crustacés sont essentiellement constituées de crevettes débarquées principalement à Casablanca (1880 tonnes) et à Agadir (1591 tonnes).

Le secteur halieutique marocain a traditionnellement été fortement orienté à l'exportation. En 2012, avec 1,6 milliards de Dollars d'exportations, les produits de mer ont représenté 7,3% des exportations totales du Maroc. Cependant, la consommation domestique au Maroc a fortement augmenté au cours des dernières décennies en fonction de la forte croissance démographique, passant de 8,9 millions d'habitants en 1950 à 31,6 millions en 2010, et de la croissance de la consommation moyenne par habitant (graphique suivant).

Figure 35. Disponibilité de produits de la mer par habitant au Maroc



37.3. L'aquaculture au Maroc

L'aquaculture a débuté au Maroc en 1924 avec la création de la station piscicole d'Azrou, et l'utilisation des rivières de l'Atlas et des étangs pour l'élevage de truites, de carpes, puis de tilapia. L'aquaculture d'eau douce continue cependant encore à petite échelle.

Les premières productions aquacoles marines marocaines remontent au milieu du XXème siècle avec l'ostréiculture dans la lagune d'Oualidia, toujours opérationnelle, mais limitée à quelques centaines de tonnes par an.

Figure 36. Photos aquaculture au Maroc



Cette ostréiculture de Oualidia est en accord avec les normes de production internationales, y compris les installations de dépuración. 37 entreprises ont l'autorisation d'exporter des bivalves vivants sur le marché européen (voir Annexe 2) mais la production étant toujours limitée, celle-ci est toujours destinée principalement au marché intérieur.

Entre 1985 et 2006, des expériences aquacoles ont été effectuées dans la lagune de Nador, puis à l'embouchure de la Moulouya, avec l'élevage de loups et de daurades et de crevettes japonaises, en plus de la conchyliculture.

Actuellement, la Société Aqua M'Diq continue l'élevage de loup et de daurades. L'aquaculture marine marocaine, bien que ne dépassant toujours pas une production de quelques centaines de tonnes par an, possède un immense potentiel reconnu dans le Plan Halieutis, lancé en 2009. De son côté, l'Agence Nationale pour le Développement de l'Aquaculture (ANDA), installée en 2011, se donne pour objectif une production aquacole de 200.000 tonnes pour l'année 2020.

Les productions de farine et d'huile de poisson représentent naturellement des atouts très importants pour le développement de l'aquaculture dans le pays.

Figure 37. Principales zones aquacoles prévues au Maroc



37.4. Conclusions sur le secteur halieutique marocain

Les captures marocaines sont particulièrement importantes et se situent depuis le début du siècle actuel autour du million de tonnes par an. La plupart des espèces capturées sont à leurs niveaux maximum d'exploitation. La production de petits pélagiques est par nature très variable en fonction des variations océanographiques (température de l'eau, salinité, etc.). La forte proportion de petits pélagiques dans les captures totales fait que celles-ci se présentent en « dents de scie » année après année. Les variations de production des petits pélagiques sont absorbées surtout par l'industrie minière avec des réflexes dans une certaine irrégularité de leurs propres productions.

On ne peut pas s'attendre à des changements de tendance dans les captures qui devront continuer à varier autour du million de tonnes.

L'aquaculture présente de bonnes possibilités de développement au Maroc, comme partout ailleurs dans le monde, mais ce développement se fait encore très lentement, à faible intensité et de façon encore expérimentale pour plusieurs espèces. Il y a néanmoins une volonté gouvernementale de développer ce secteur et de lui donner plus de dynamisme.

38. LES EXPORTATIONS MAROCAINES DE PRODUITS DE LA MER

Les exportations constituent l'objectif central du projet MOR/20/137A principalement les exportations de produits à valeur ajoutée permettant des emplois durables notamment de femmes et de jeunes.

Comprendre l'évolution des exportations marocaines des produits de la mer au cours des dernières années représente ainsi un pas important pour atteindre cet objectif.

38.1. Évolution des exportations marocaines des produits de la mer

Malgré l'appétit croissant des Marocains pour les produits de la mer, la production nationale est largement excédentaire et approvisionne divers marchés internationaux avec les principales espèces produites dans le pays, en particulier les petits pélagiques (spécialement la sardine), en conserve et congelés, et leurs sous-produits (farines et huiles), les céphalopodes (spécialement le poulpe) et les crustacés (spécialement les crevettes).

Figure 38. Evolution des exportations marocaines par produits (1)

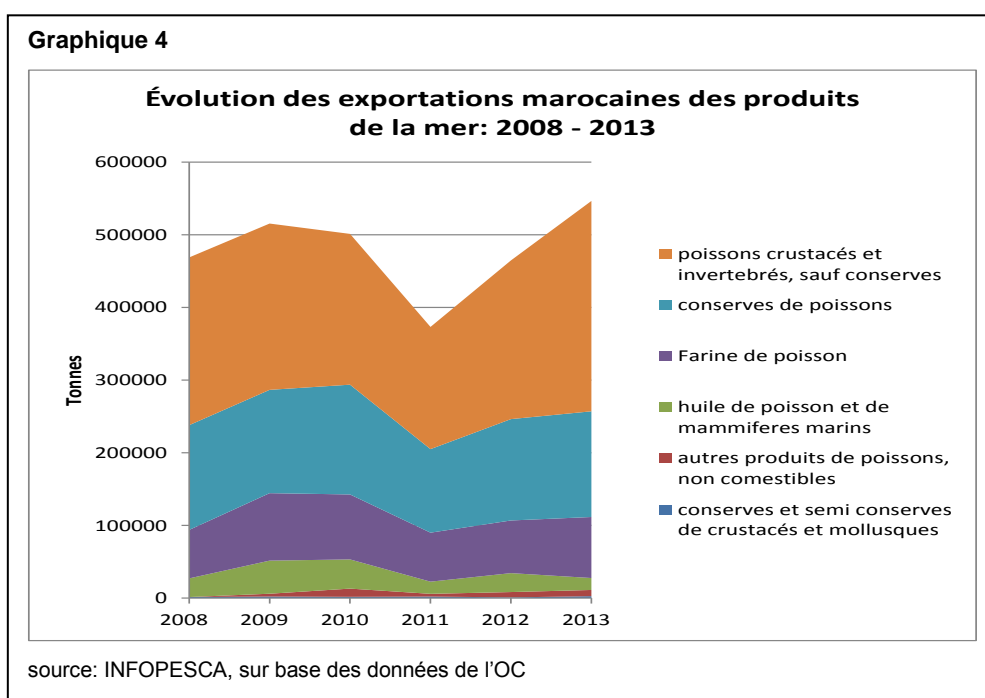
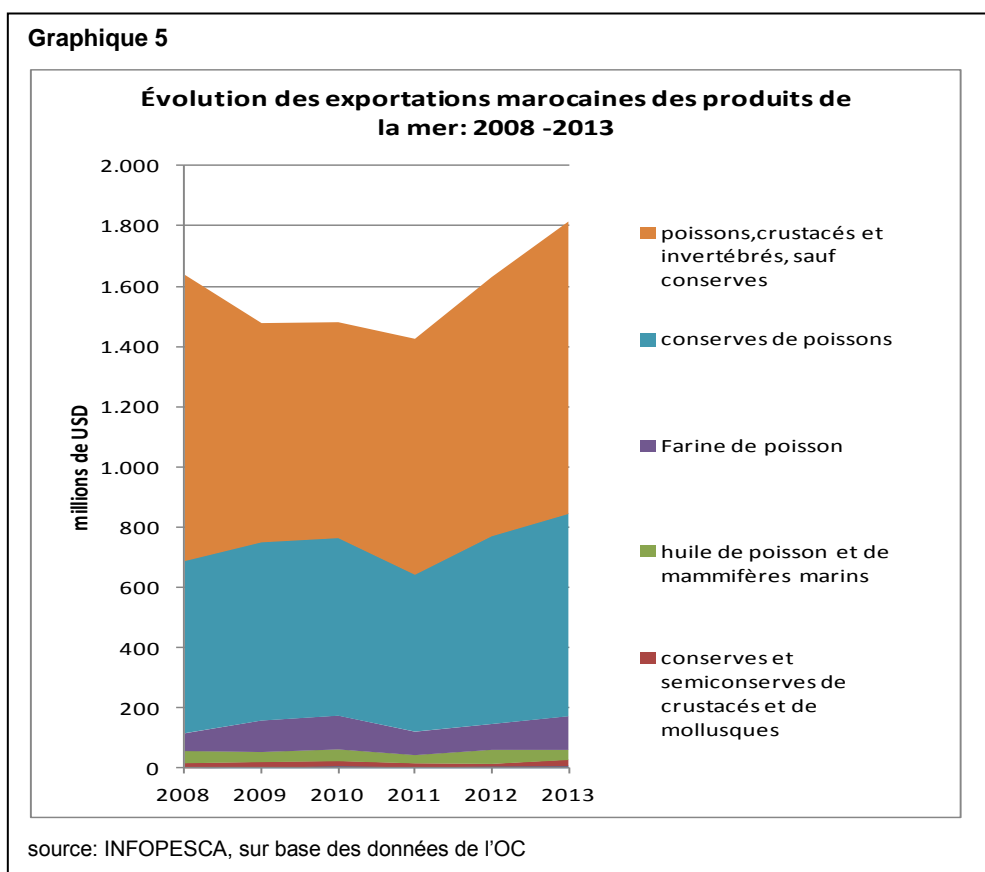
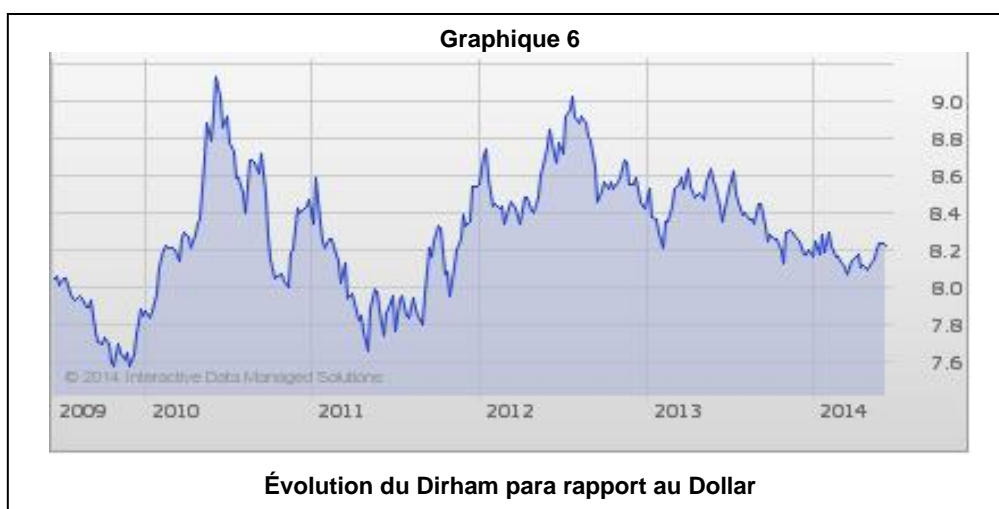


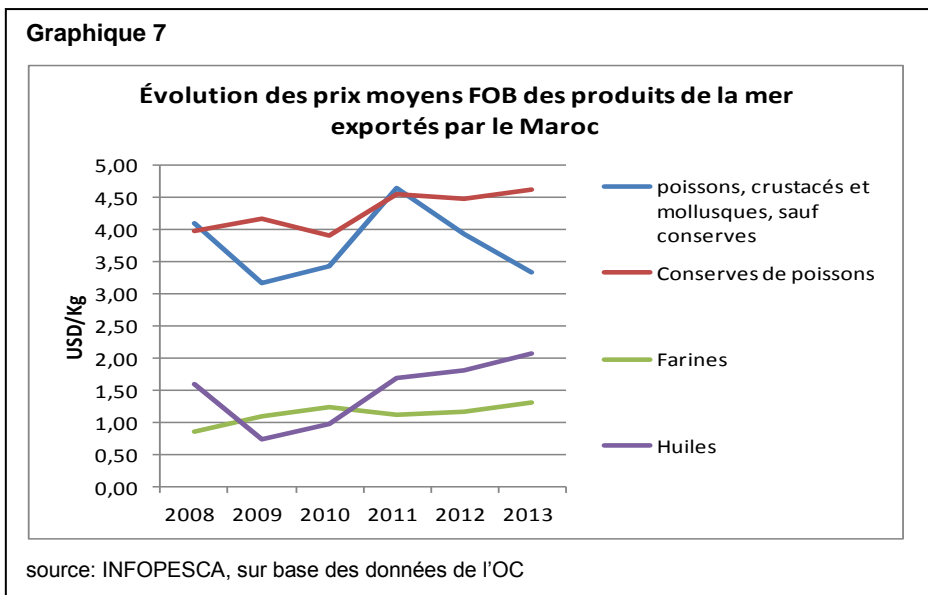
Figure 39. Evolution des exportations marocaines par produits (2)



La forte diminution des exportations en 2011 (graphique 4) reflète la chute de 15,6% des captures cette même année, passées de 1.136.240 tonnes en 2010 à 958.907 tonnes en 2011. La diminution des captures, due à de mauvaises conditions climatiques ainsi qu'à la grève des senneurs côtiers au mois de mai sur toute la zone entre Agadir et Dakhla, a surtout concerné les sardines avec des réflexes sur les exportations de poissons congelés, de conserves et également de farine et d'huile de poisson, obtenues de cette espèce.

Figure 40. Evolution du Dirham et des prix



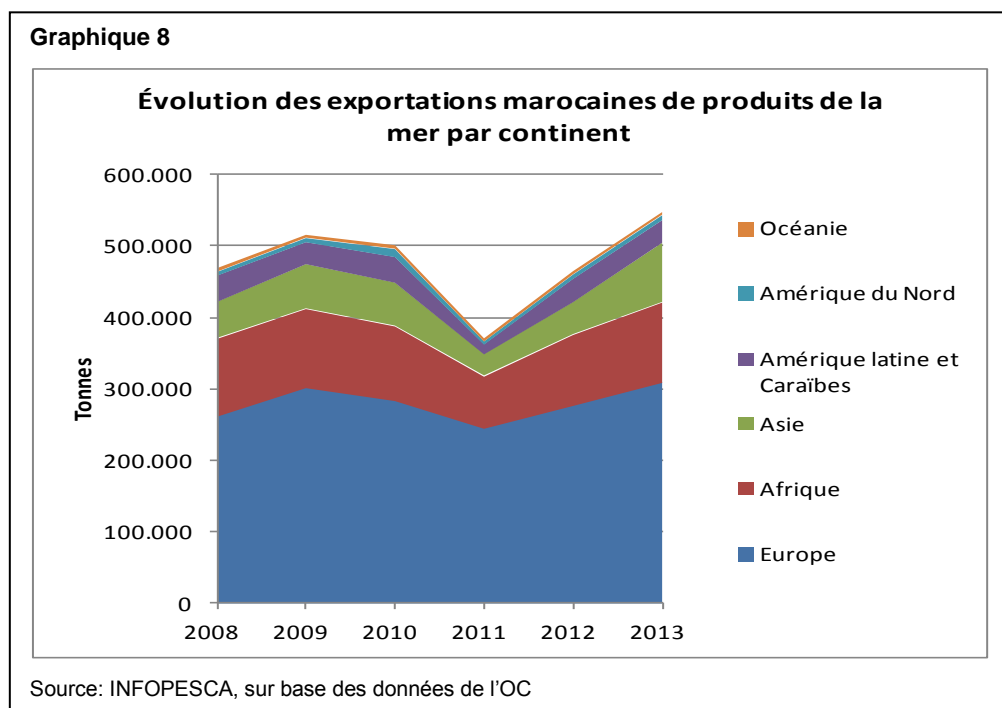


En valeur, la diminution des exportations a été moins appuyée que pour les volumes (graphique 5) en fonction de l'augmentation des prix en Dirhams, consécutive à la diminution des mises à terre, et en fonction de la bonne valorisation du Dirham par rapport au Dollar cette année (graphiques 6 et 7). Pour les farines, les prix ont plutôt diminué (-8,5%) entre 2010 et 2011, suivant les prix du marché mondial, influencés par les bonnes productions de 2011 des grands pays producteurs, en particulier le Pérou et le Chili.

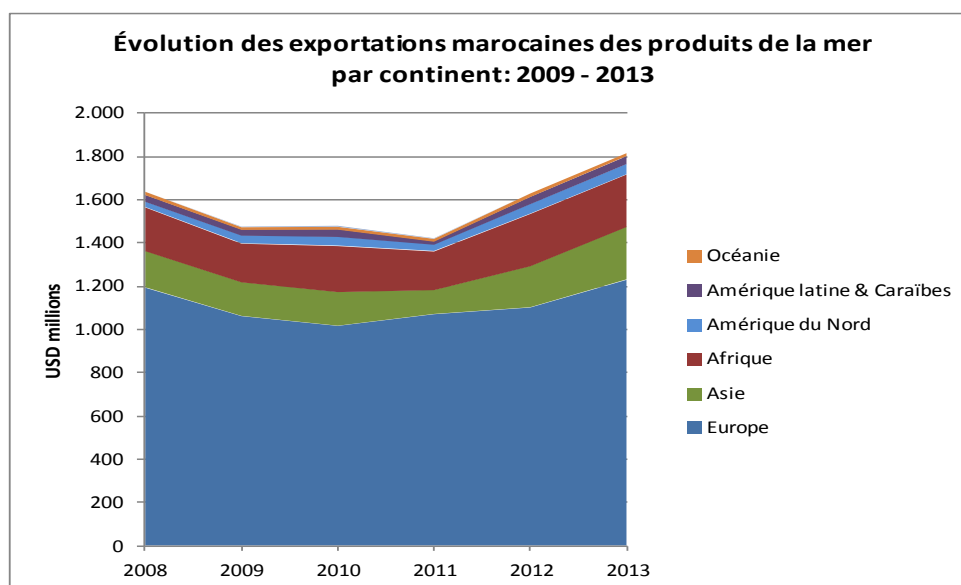
38.2. Principales destinations des produits de la mer marocains

Au long des dernières années, c'est sans surprise que nous constatons que ce sont les pays européens (de loin) et africains qui ont constitué les principaux marchés des produits de la mer marocains. En 2013, l'Asie a légèrement dépassé l'Afrique en valeur de ses achats de produits de la mer marocains (243,2 millions de USD pour l'Asie et 242,4 millions de USD pour l'Afrique).

Figure 41. Evolution des exportations marocaines selon la destination

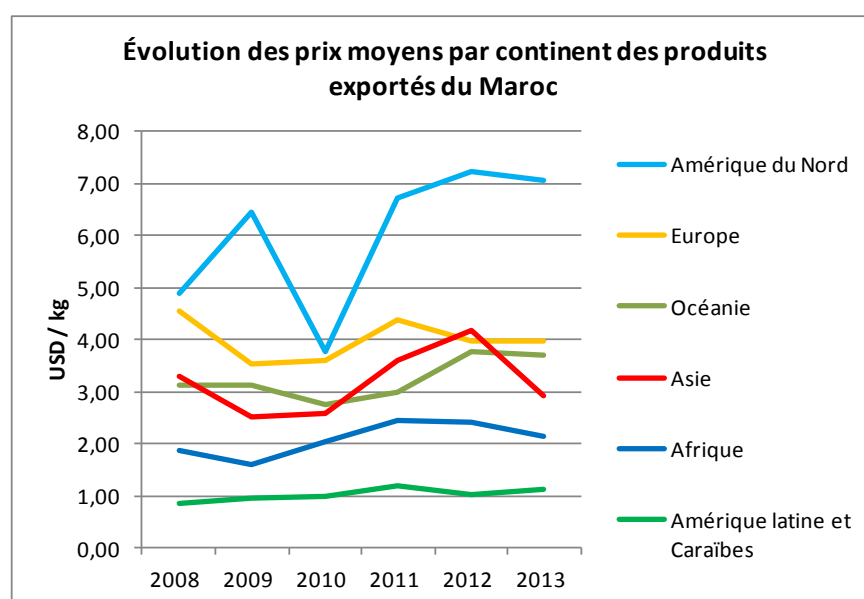


Graphique 9



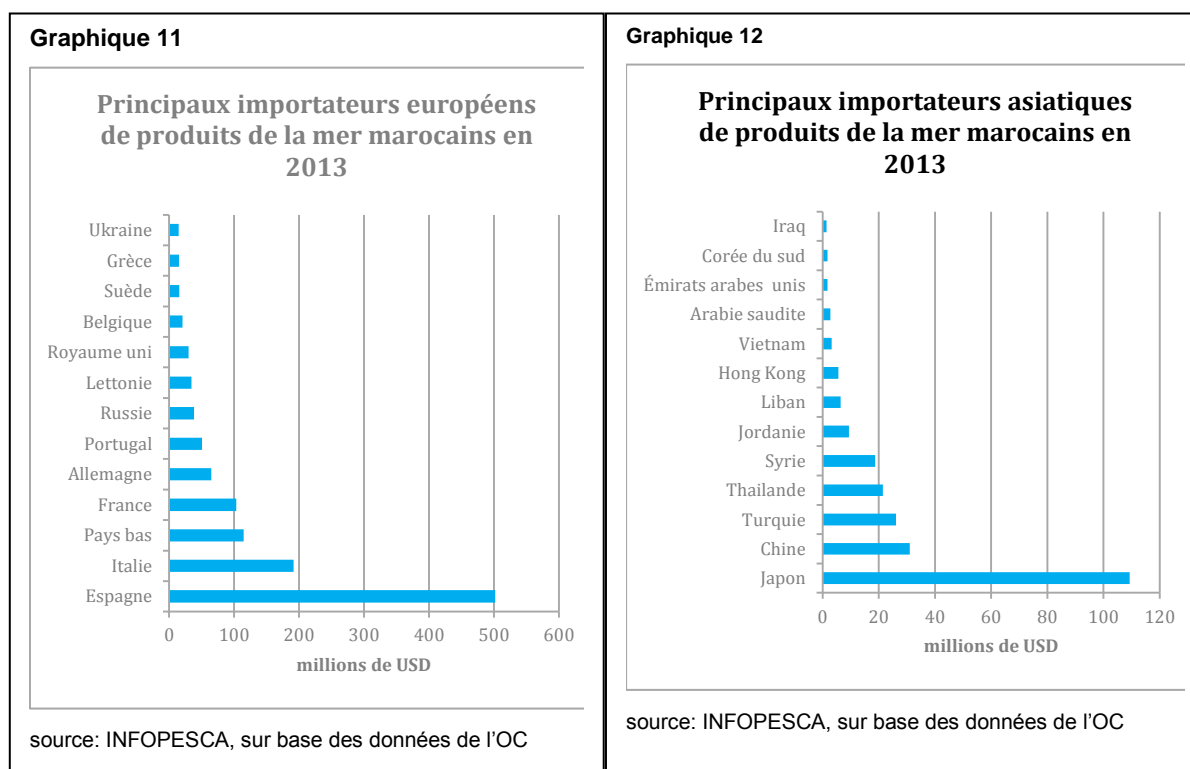
source: INFOPECSA, sur base des données de l'OC

Graphique 10



source: INFOPECSA, sur base des données de l'OC

Les produits exportés sont assez différents selon les continents, ce qui est illustré par la différence des prix. En Amérique latine (Brésil surtout), ce sont des matières premières pour conserveries qui sont exportées alors que pour l'Amérique du Nord ce sont des produits industrialisés finis (graphique 10).

Figure 42. Principaux importateurs asiatiques de produits de la mer marocains

41 pays européens importent des produits de la mer du Maroc, dont 13 pour plus de 10 millions de dollars pendant l'année 2013. L'Espagne est de très loin le principal client, ce qui est facilement compréhensible au vu de la tradition de consommation des produits de la mer en Espagne, du déclin de sa production nationale, et de sa localisation géographique par rapport au Maroc. Entre les pays européens, cependant, les Pays Bas se distinguent par leurs achats croissants de produits marocains (ils ont quintuplé en 12 ans). À la différence de l'Espagne, ce n'est pas tant pour alimenter leur population que les Pays Bas achètent les produits marocains, mais pour alimenter leur commerce, en particulier de crevettes, dont ils sont des intermédiaires importants sur le marché international.

33 pays asiatiques importent des produits de la mer du Maroc, dont 13 pour plus de 1 million de dollars pendant l'année 2013. Le Japon est de loin le principal acheteur mais il s'agit d'un acheteur assez irrégulier. En effet, le Japon a acheté pour 228,2 millions de USD en 2002, pour 34,3 millions en 2004, pour 59,4 millions en 2011 et pour 109,4 millions en 2013. La Chine et surtout la Turquie se présentent comme des marchés en ascension pour les produits marocains, alors que la Syrie se maintient comme client stable, malgré sa grave situation domestique.

37 pays africains importent des produits de la mer du Maroc, dont 15 pour plus de 5 millions de dollars pendant l'année 2013 (graphique 13). Chaque pays achète des produits de la mer marocains très divers comme l'attestent les prix moyens payés par ces pays (graphique 14).

Figure 43. Principaux importateurs africains de produits de la mer marocains

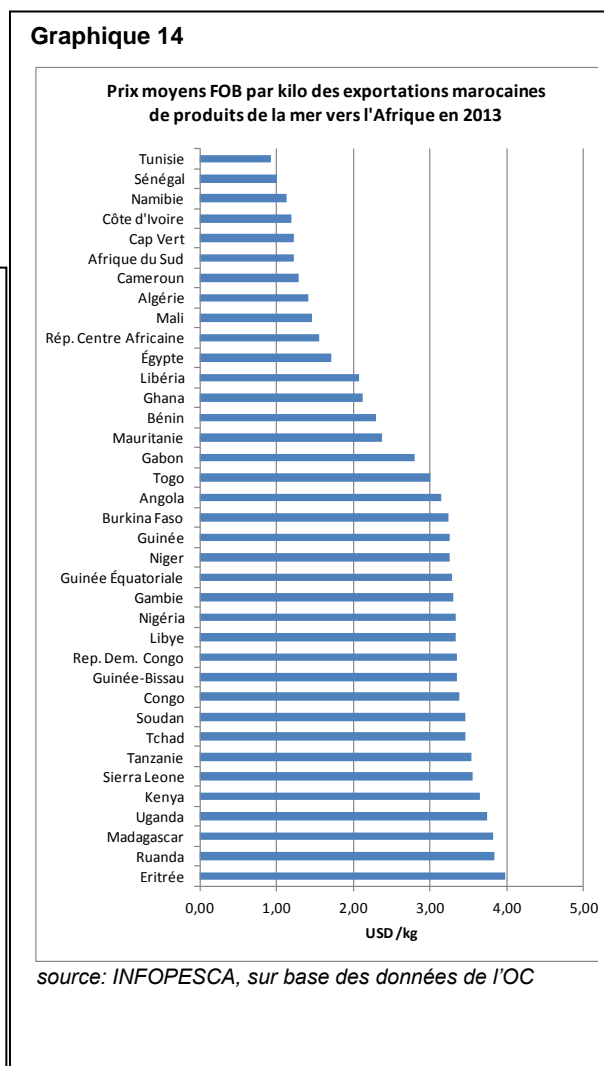
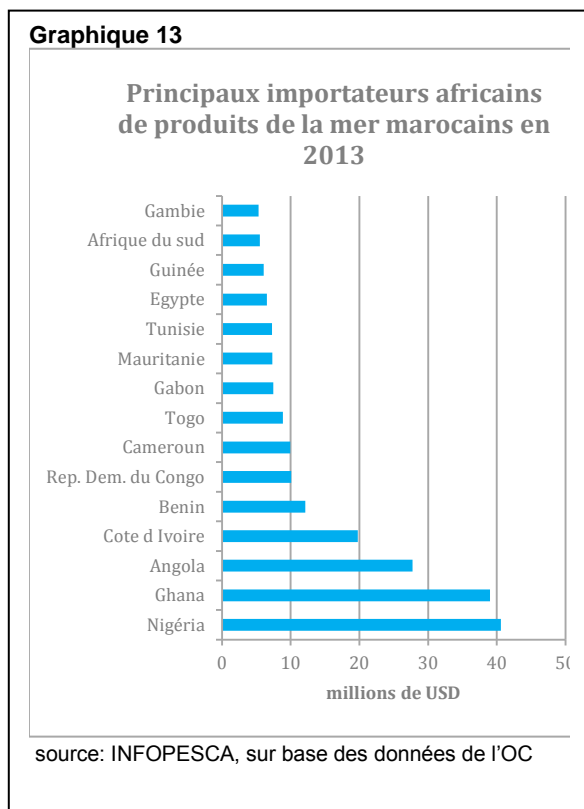
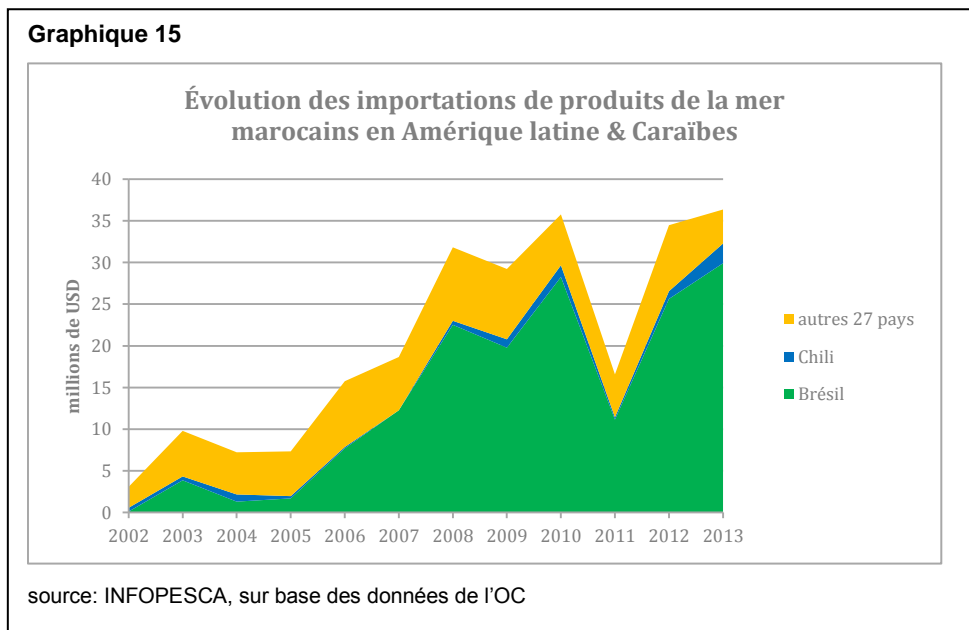
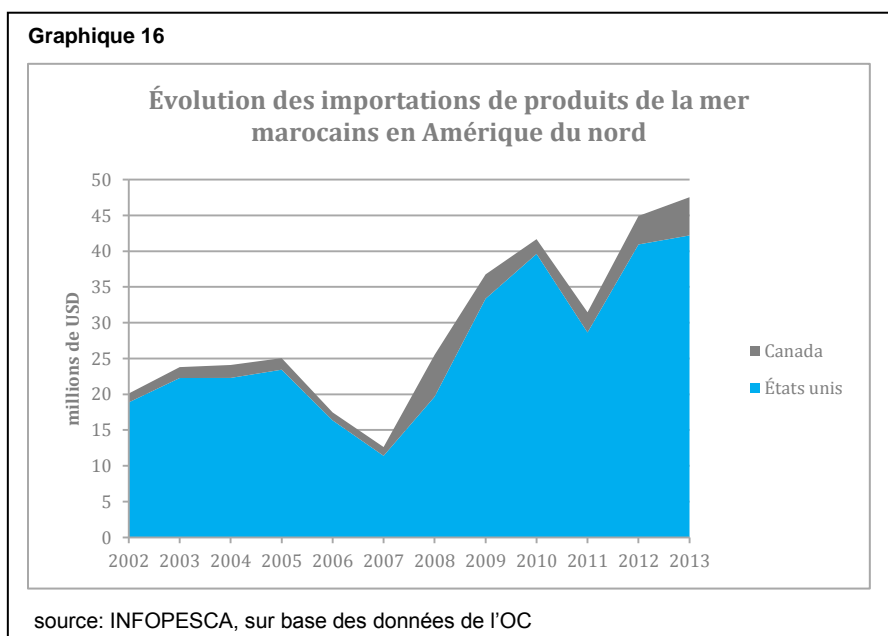


Figure 44. Evolution des importations de produits de la mer marocains en Amérique Latine & Caraïbes



Le Brésil est de loin le principal pays importateur d'Amérique latine et des Caraïbes, suivi du Chili et de 27 autres pays. Les importations brésiliennes se concentrent sur les sardines congelées, destinées aux conserveries brésiliennes pour une distribution sous leurs marques dans le pays. Les autres pays acheteurs d'Amérique latine et des Caraïbes importent divers produits, en particulier des conserves.

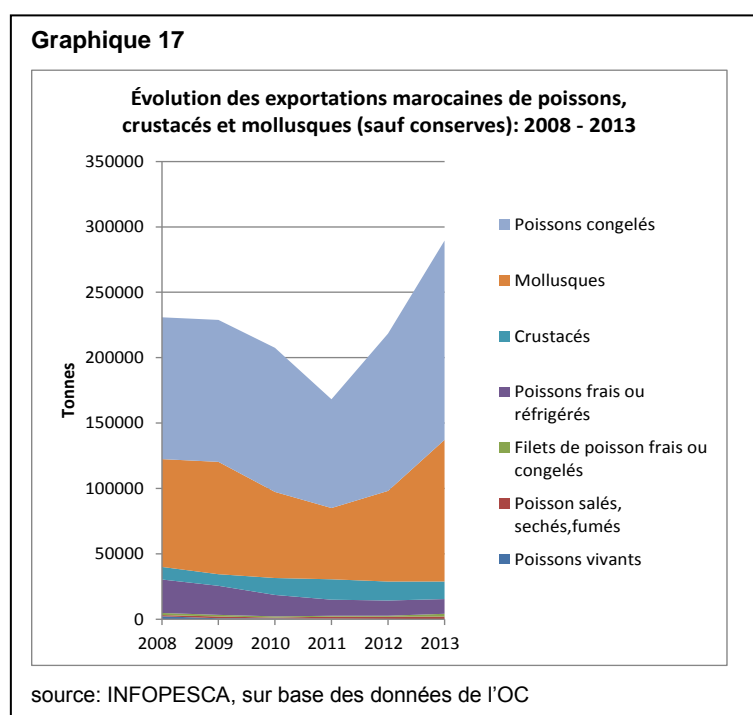
Figure 45. Evolution des importations de produits de la mer marocains en Amérique du Nord



Principaux clients des produits de la mer marocains en Amérique du Nord, les États-Unis concentrent leurs achats sur les conserves, alors qu'au Canada ce sont plutôt des produits congelés et des bocaux d'anchois, plus que les boîtes de conserve, qui sont importées.

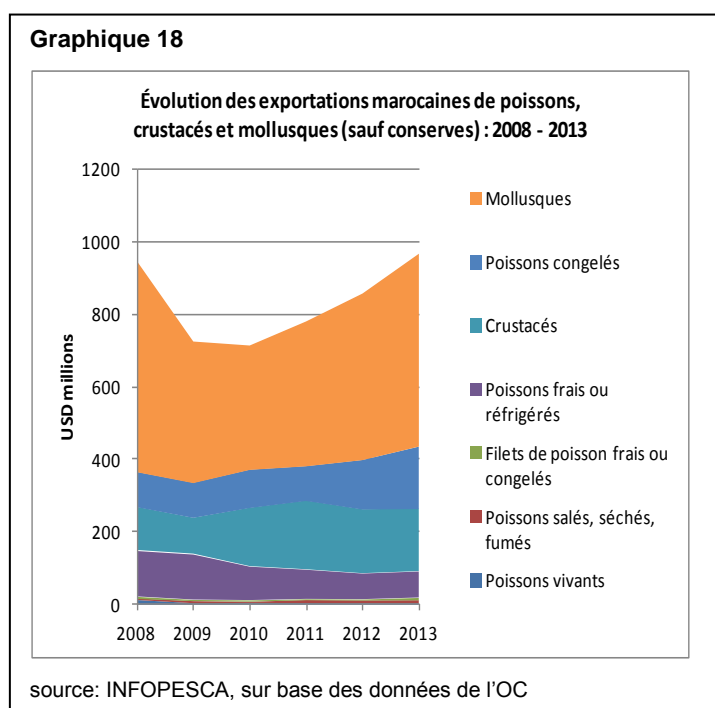
38.3. Les exportations de poissons, crustacés et mollusques (sauf conserves)

Figure 46. Evolution des exportations marocaines de poissons, crustacés et mollusques (en quantité)



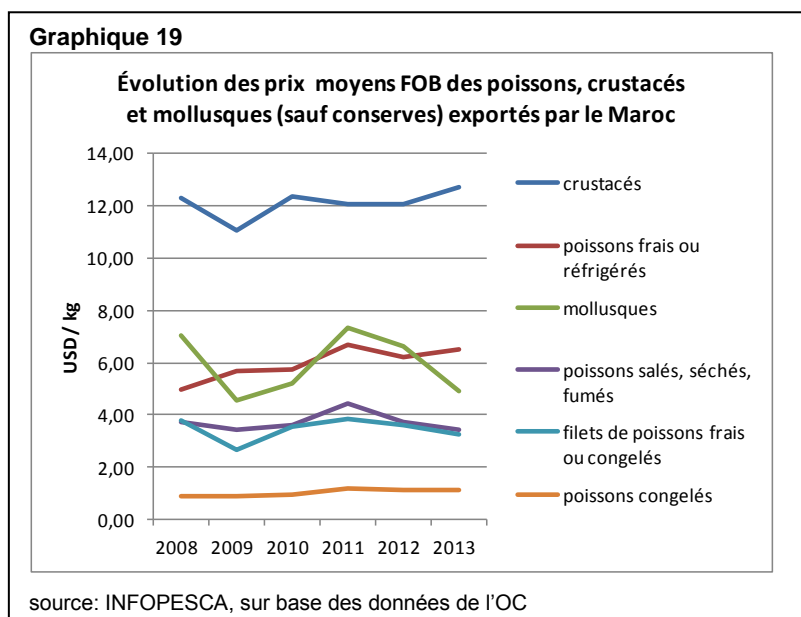
Depuis la fin du XXème siècle, les exportations marocaines de poissons congelés ont augmenté sensiblement (les volumes ont été multipliés par 7 en l'espace de 12 ans). Il s'agit, en 2013, principalement de sardines (78%) et de maquereaux (11%). La catégorie mollusque est surtout constituée, en 2013, de poulpes (57%) et de calamars (33%) congelés.

Figure 47. Evolution des exportations marocaines de poissons, crustacés et mollusques (en valeur)



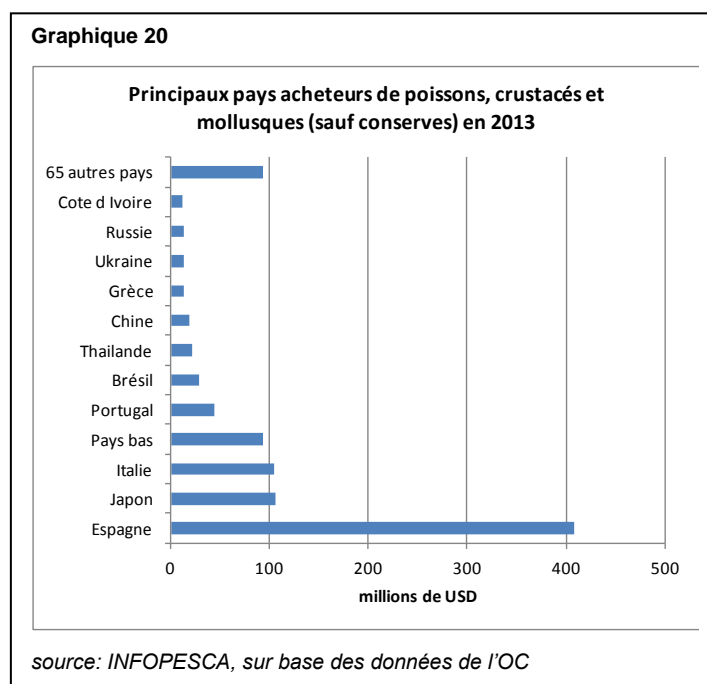
Les crustacés (88% de crevettes, 7% de crabes et 4% de langoustes) obtiennent de loin les meilleurs prix FOB par kilo exporté, suivis par les poissons blancs exportés frais et les mollusques.

Figure 48. Evolution des prix moyens FOB des poissons, crustacés et mollusques exportés



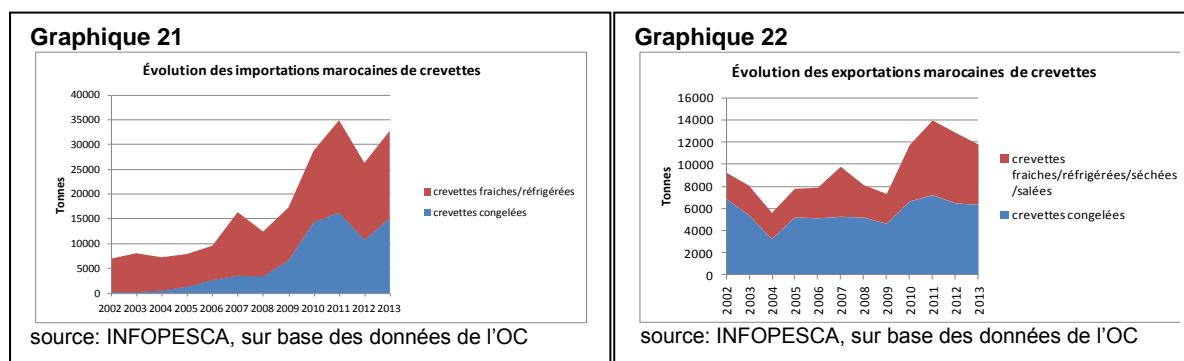
L'Espagne constitue de loin le principal marché pour ces produits : c'est la principale destination des mollusques (50% des exportations marocaines) et des poissons frais (75% des exportations marocaines) ainsi que la seconde destination des crustacés (39% des exportations marocaines, après les Pays bas qui en reçoivent 53%) et des poissons congelés (10% des exportations marocaines, après le Brésil, qui en reçoit 16%). De son côté le Japon a été le second principal importateur de poulpes du Maroc en 2013 (en absorbant 20% des exportations de ce produit cette année).

Figure 49. Principaux pays acheteurs



38.3.1. Le cas des crevettes

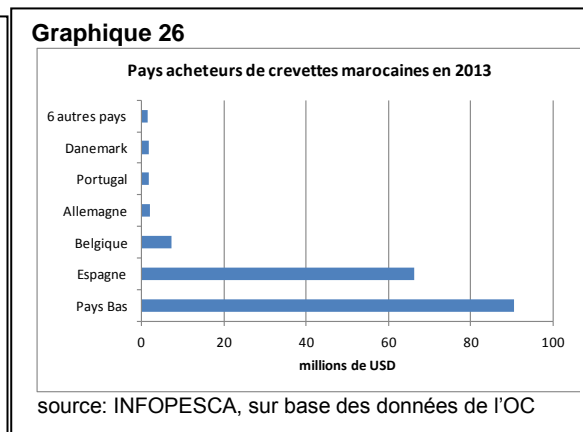
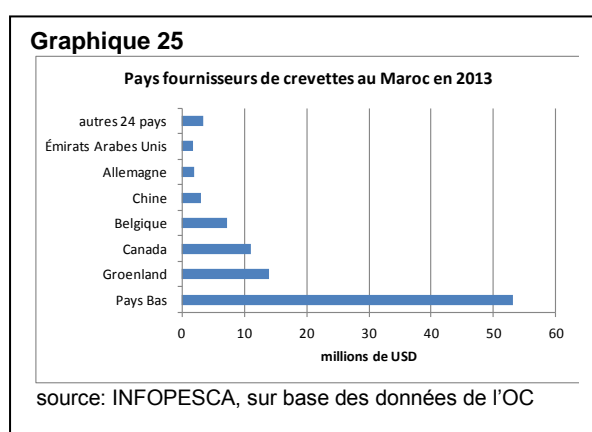
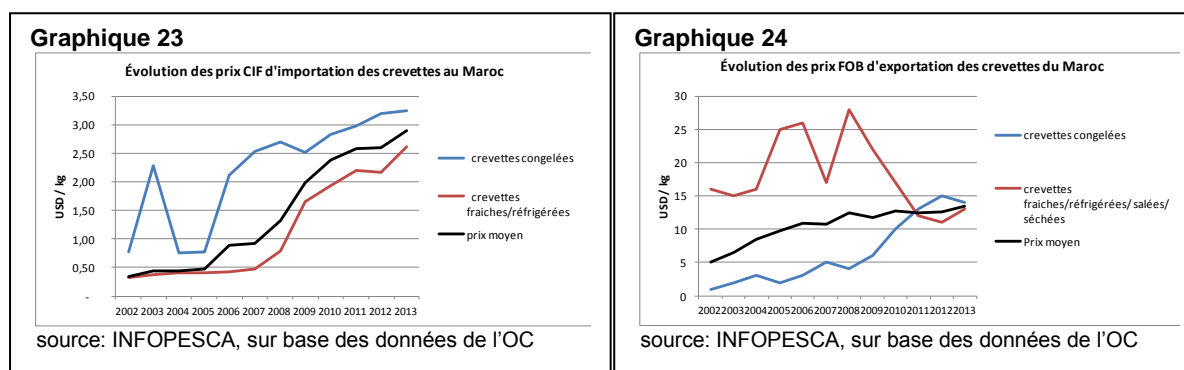
Figure 50. Importations et exportations de crevettes



Le Maroc a exporté 11.784 tonnes de crevettes en 2013 pour une valeur de 158,9 millions de dollars. C'est naturellement beaucoup plus que les 1.466 tonnes de crevettes roses et les 53 tonnes de crevettes royales capturées cette année au Maroc par la pêche côtière et artisanale. La réponse se trouve dans les importations de 32.862 tonnes en 2013, pour une valeur de 95,4 millions de dollars. Les quantités importées étant beaucoup plus importantes que les quantités exportées (2,8 fois plus, en 2013) indiquent des activités de traitement – étêtage, décorticage, éveinage, cuisson, qui produisent ce taux de conversion entre matière première et produit fini.

Alors que le produit fini exporté a perdu en moyenne 64% de son poids par rapport à la matière première importée, le prix moyen a été multiplié par 4,6. La différence de valeur (63,5 millions de dollars en 2013) rémunère le travail et le capital des entreprises de traitement au Maroc. Il s'agit donc ici d'un secteur qui travaille une matière première en grande partie importée, pour la réexporter après divers traitements qui font intervenir une main d'œuvre importante car ces traitements sont majoritairement manuels (décorticage, éveinage, etc.).

Figure 51. Evolution des prix

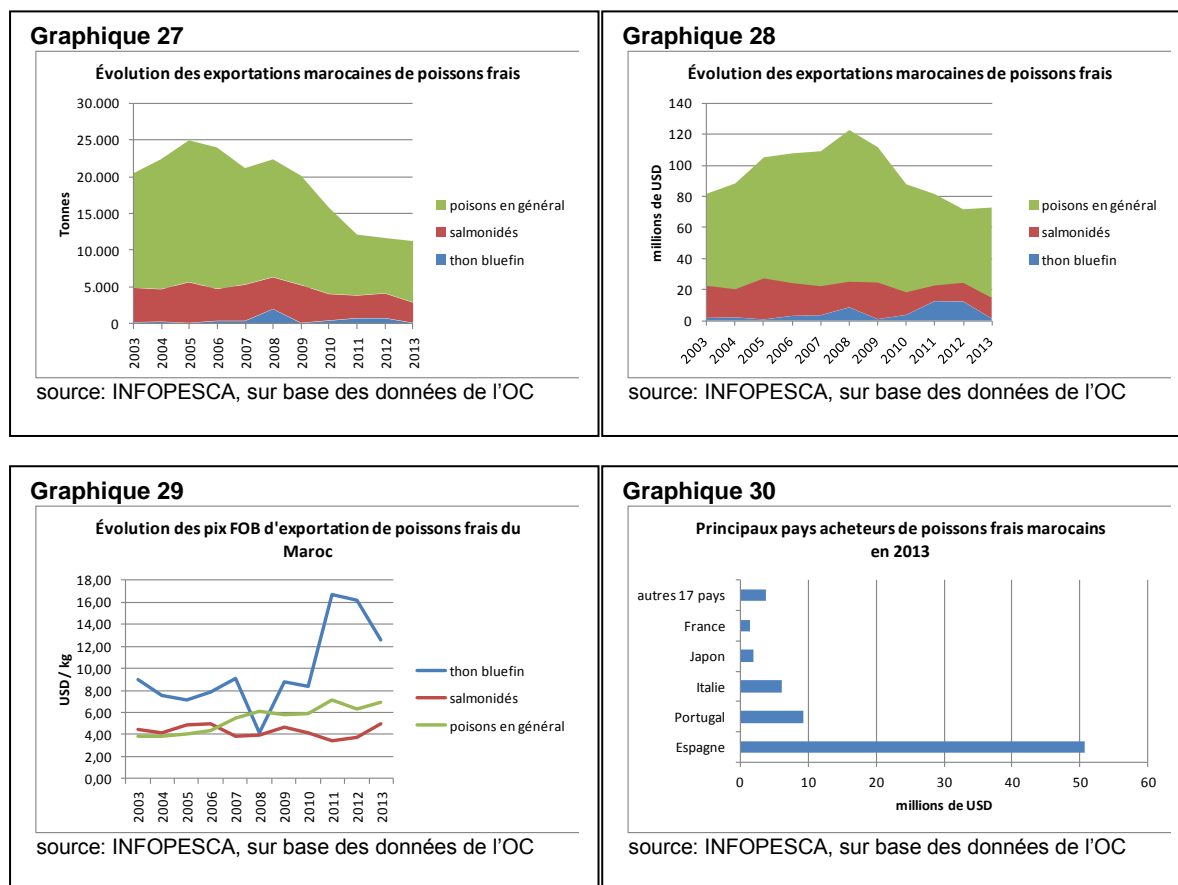


Alors que l'on peut imaginer qu'au moins une partie des crevettes achetées par l'Espagne seront effectivement consommées dans ce pays, en ce qui concerne les Pays Bas, il semble clair que ce pays n'est dans ce cas qu'une plateforme commerciale, achetant de la matière première brute sur les marchés mondiaux, l'envoyant au Maroc pour traitement, puis rachetant les produits finis pour les revendre sur les marchés internationaux. Naturellement, le coût du traitement des crevettes au Maroc, demandant une nombreuse main d'œuvre qualifiée, plus le coût du transport aller-retour entre la Hollande et le Maroc sont compensateurs, en comparaison à un hypothétique traitement des crevettes en Hollande même.

38.3.2. Le cas du poisson frais

Les exportations de poissons frais se trouvent en diminution régulière au cours des dernières années (graphiques 27 et 28). Le commerce de poissons frais comporte une importante valeur ajoutée qui est la logistique de transport. L'Espagne, de par sa localisation géographique et sa tradition de consommation de poissons est naturellement le premier acheteur de poissons frais du Maroc. La distance de Madrid à Agadir est de 1400 km de routes, plus 30 km de traversée maritime. Avec un camionneur espagnol, la valeur ajoutée au poisson frais marocain est essentiellement espagnole. La même logique s'applique au Portugal, où d'ailleurs Lisbonne est plus proche du Maroc que Madrid.

Figure 52. Evolution des exportations, evolution des prix et principaux acheteurs

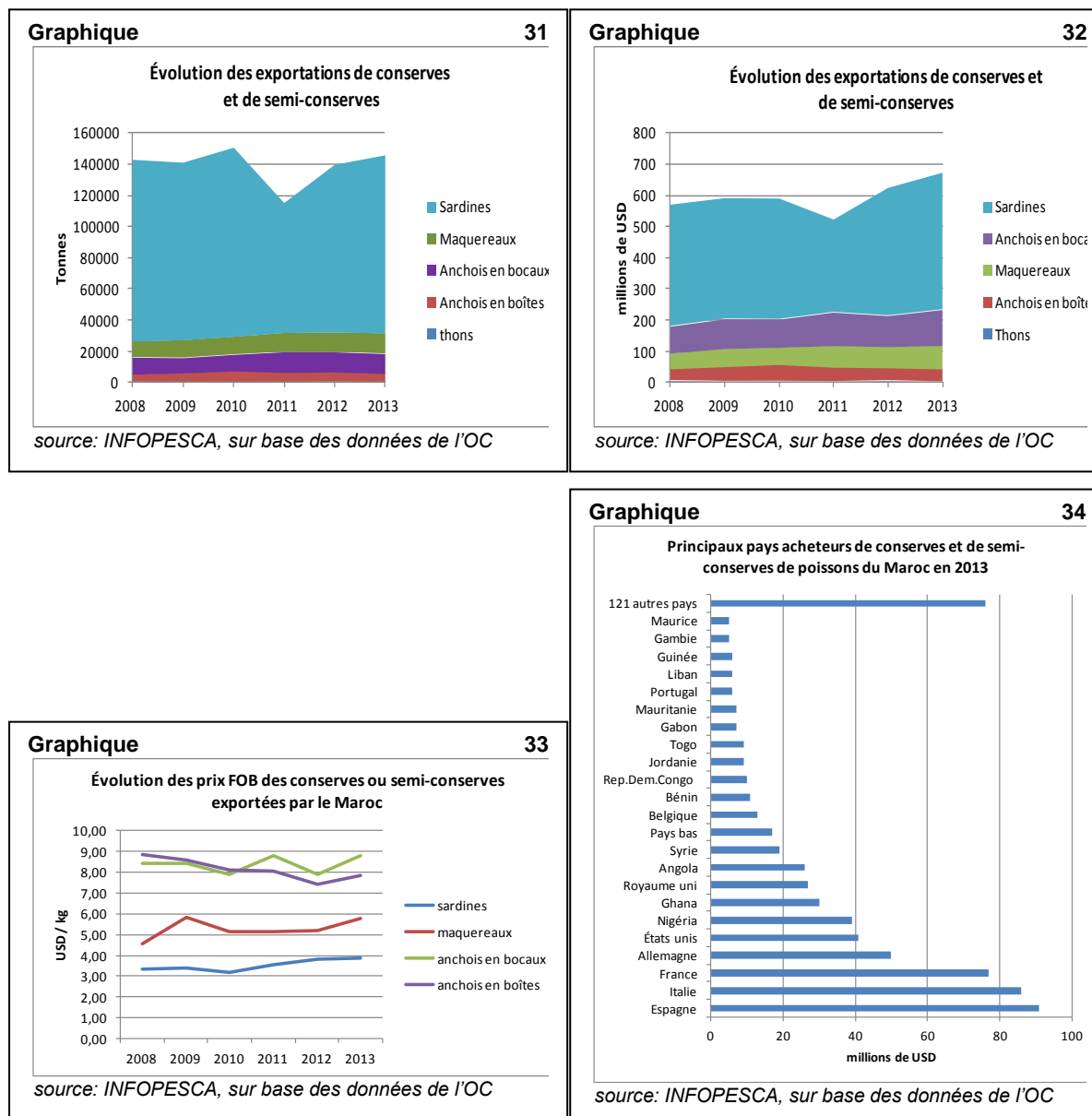


Les prix FOB d'exportation de poissons frais pour l'Italie, le Japon et la France sont sensiblement plus chers (près du triple) de ceux des exportations pour l'Espagne et le Portugal. La composition de ces exportations explique en partie cette différence de prix, le Japon achetant surtout du thon rouge (bluefin), plus cher que les autres espèces.

38.4. Les exportations de conserves et de semi-conserves

Les conserves et semi-conserves de poissons sont exportées à 144 pays dont 23 ont acheté pour plus de 5 millions de USD en 2013. Ces 23 pays sont responsables de 88% de la valeur de ces exportations totales (graphique 34).

Figure 53. Evolution des exportations selon les produits

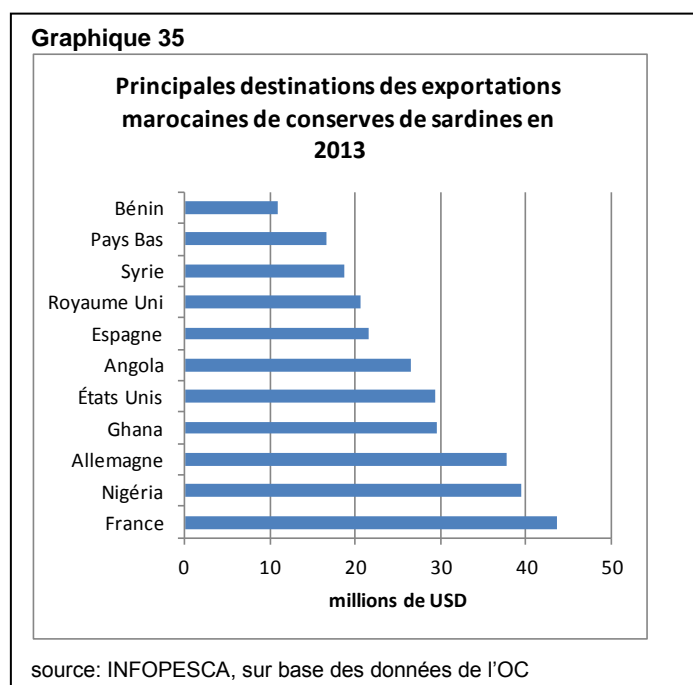


Les conserves de sardine constituent un des produits traditionnels du Maroc et ses exportations au cours de la dernière décennie ont été stables, entre 100.000 et 120.000 tonnes par an, à l'exception de la mauvaise année de 2011 (81.000 tonnes).

43 pays ont importé pour plus de 1 million de dollars en conserves de sardines marocaines en 2013 et 11 pays en ont importé pour plus de 10 millions de dollars (graphique 29). Il est intéressant de noter que les prix moyens FOB des conserves de sardine vendues varie fortement selon les pays, de USD 2,76/kg pour le Bénin à USD 6,61/kg pour les Etats-Unis et un prix moyen global de USD 3,87/kg en 2013. Nous notons également la croissance des exportations de conserves de sardine vers les pays africains au sud du Sahara. Leurs achats annuels de conserves de sardines marocaines ont en effet triplé entre 2002 et 2013, passant de 60 à 180 millions de dollars.

Les conserves de maquereaux constituent un créneau en développement, ayant augmenté continuellement, de 5.400 tonnes en 2003 à 12.500 tonnes en 2013. 4 pays européens se partagent 92% des exportations marocaines de conserves de maquereaux en 2013 : Italie (59%), Espagne (21%), Allemagne (7%) et Belgique (6).

Figure 54. Principales destinations des exportations marocaines de conserves de Sardines



Les exportations de conserves d'anchois, présentés en bocaux, ont également augmenté régulièrement au cours de la dernière décennie passant de 7.200 tonnes en 2002 à 12.200 tonnes en 2013, tandis que les exportations d'anchois présentés en boîtes ont diminué pendant cette même période, passant de 5.300 tonnes en 2002 à 4.300 tonnes en 2013.

6 pays se partagent 94% des exportations marocaines d'anchois en bocaux : Espagne (49%), France (21%), Italie (17%), Allemagne (6%), États-Unis (5%) et Royaume Uni (3%). En ce qui concerne les anchois en boîtes, ce sont 7 pays qui se partagent 95% des exportations marocaines : Italie (37%), France (22%), États-Unis (13%), Espagne (10%), Japon (5%), Royaume Uni (4%) et Belgique (4%).

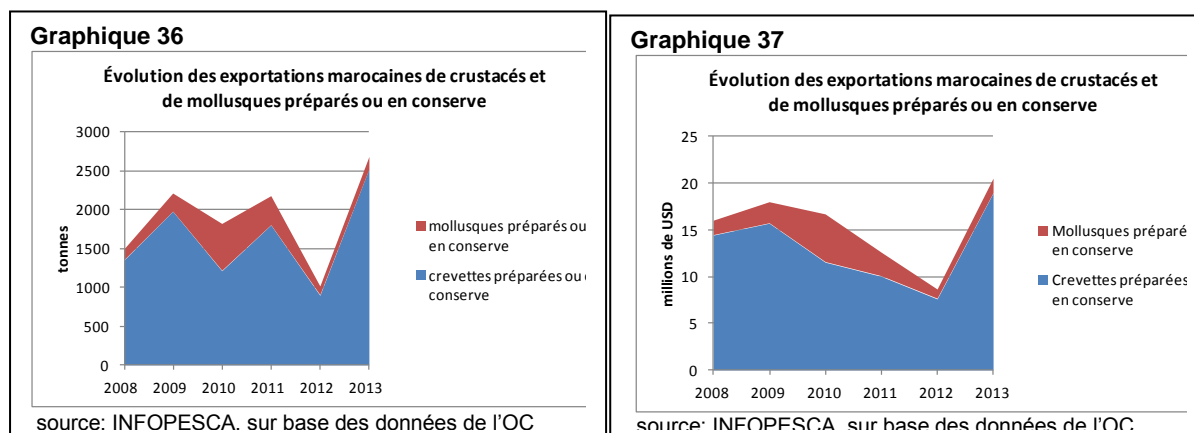
38.4.1. Les importations d'anchois

Le Maroc importe des anchois semi-préparés d'Argentine. Il s'agit de l'espèce *Engraulis anchoita*, capturée dans les eaux argentines, très similaire à l'*Engraulis encrasicolus* des eaux marocaines. En 2013, l'Argentine a exporté au Maroc 1.491 tonnes d'anchois pour une valeur FOB de USD 2.497.400 (USD 1,67/kg). C'est un peu plus du triple des 452 tonnes exportées en 2012 (au prix FOB de USD 1,72/kg).

1491 tonnes d'anchois semi-préparé (salés) sont équivalents à 1983 tonnes de poids vif, soit quelques 12,5% des captures marocaines d'anchois en 2013. Les anchois d'origine argentine sont donc intégrés aux lignes marocaines de transformation, en particulier des lignes de conserves en bocaux dont les exportations sont en croissance continue : 12.200 tonnes en 2013 pour une valeur FOB de USD 111,9 millions, soit un prix moyen de USD 9,17/kg.

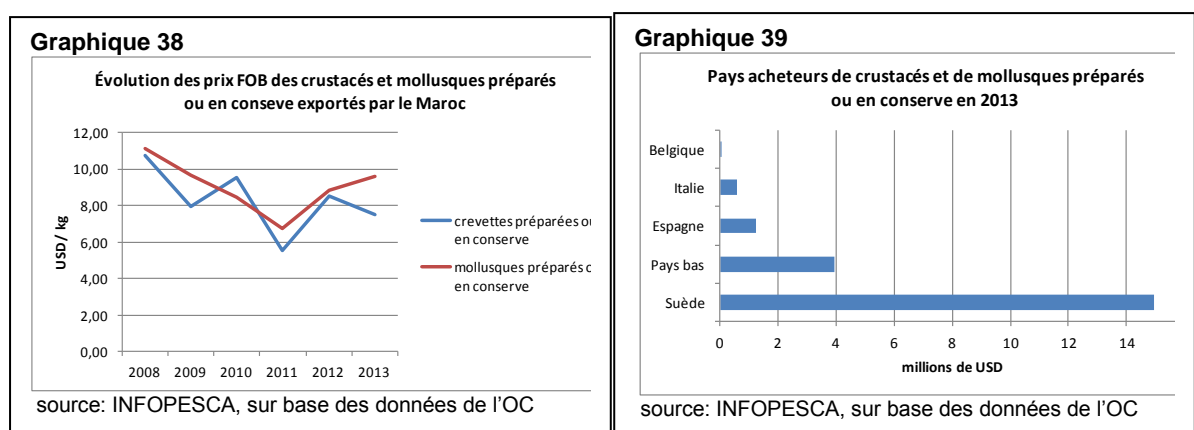
38.5. Les exportations de crustacés et de mollusques préparés ou en conserve

Figure 55. Evolution des exportations de crustacés et de mollusques



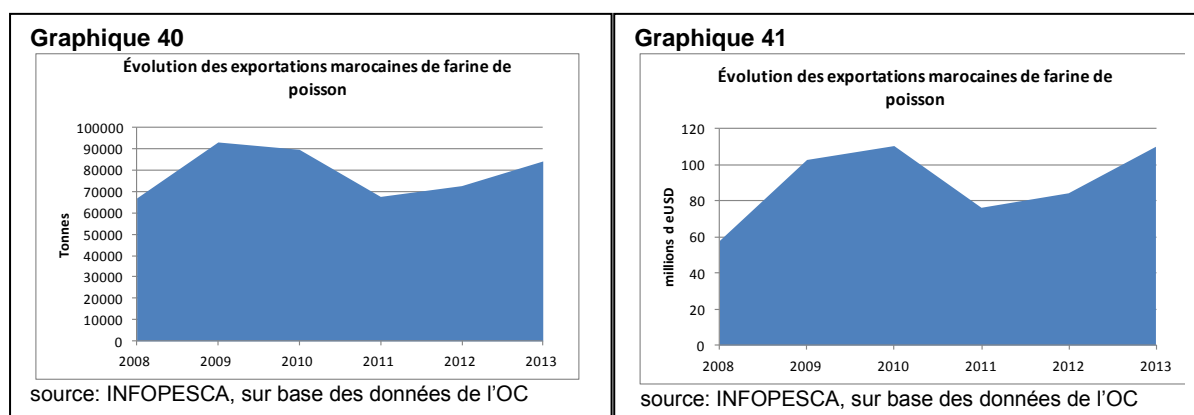
Les exportations de conserves de crustacés et de mollusques viennent en complément des exportations de conserves de poissons. La Suède est le grand client de ces produits, suivie par les Pays Bas (graphique 39). Ce sont naturellement des produits à prix plus élevés que les conserves de poisson.

Figure 56. Evolution des prix et pays acheteurs



38.6. Les exportations de farine de poisson

Figure 57. Evolution des exportations de farine de poisson

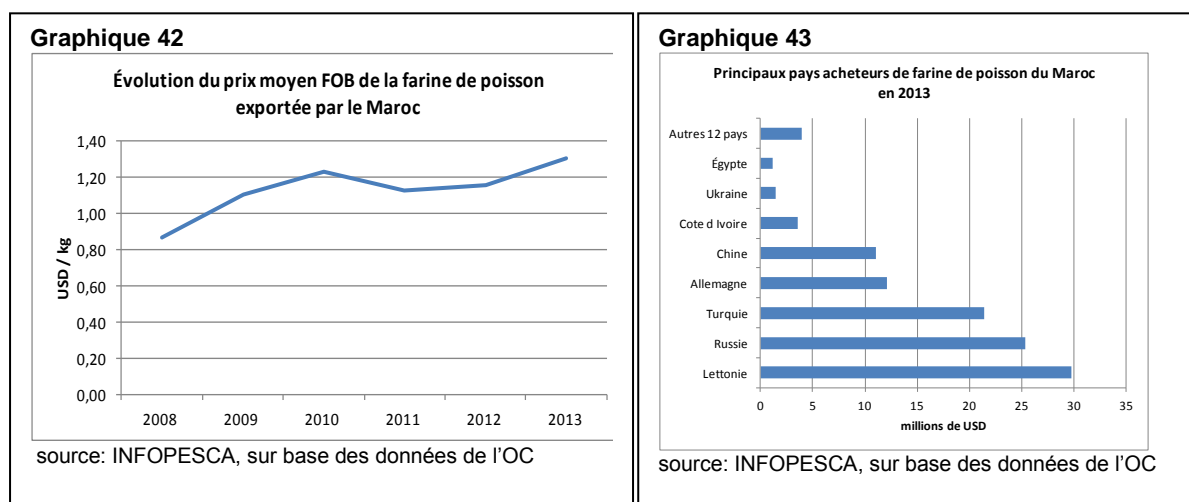


La farine de poisson est obtenue de petits poissons pélagiques (au Maroc, c'est surtout la sardine) en particulier lors des captures abondantes, quand les usines de traitement (conserveries et usines de congélation) sont déjà bien fournies, ou quand les apports des senneurs sont de moindre qualité. S'y ajoutent les déchets (têtes, viscères...) des industries de traitement, en particulier les conserveries.

La farine de poisson est surtout utilisée dans la composition des rations animales. Au Maroc, une partie de la farine de poisson pourrait ainsi se destiner à l'aviculture. En effet, l'aviculture a fortement augmenté dans le pays au cours des dernières décennies, pour atteindre 420.000 tonnes de chair de poulet et 75.000 tonnes de chair de dinde en 2013. Plus du tiers des protéines animales dans la ration alimentaire moyenne du Marocain provient de cette aviculture. Cependant, la plupart de la farine de poisson produite au Maroc est exportée : les 84.000 tonnes de farine exportées en 2013 sont équivalents à quelques 373.000 tonnes de matière première fraîche.

Les prix de la farine de poisson se trouvent en hausse en fonction surtout de la demande de l'industrie aquacole, en forte croissance de par le monde. Il est intéressant de noter que les 8 pays du graphique 43 sont destinataires de 96% des exportations totales de farine de poisson du Maroc. La Lettonie n'est pas particulièrement une grande productrice aquacole et la farine de poisson y est utilisée également dans des rations pour autres animaux.

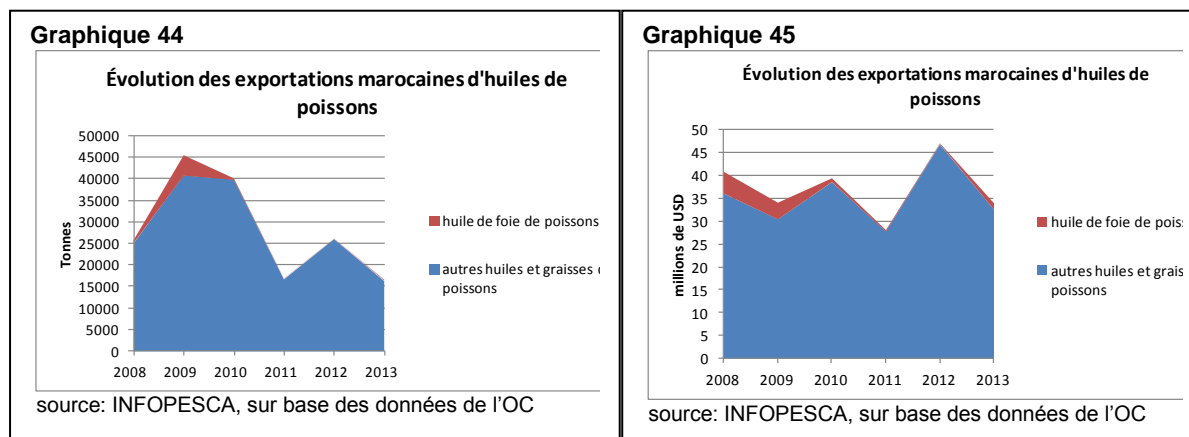
Figure 58. Evolution des prix et principaux pays acheteurs



38.7. Les exportations d'huile de poisson

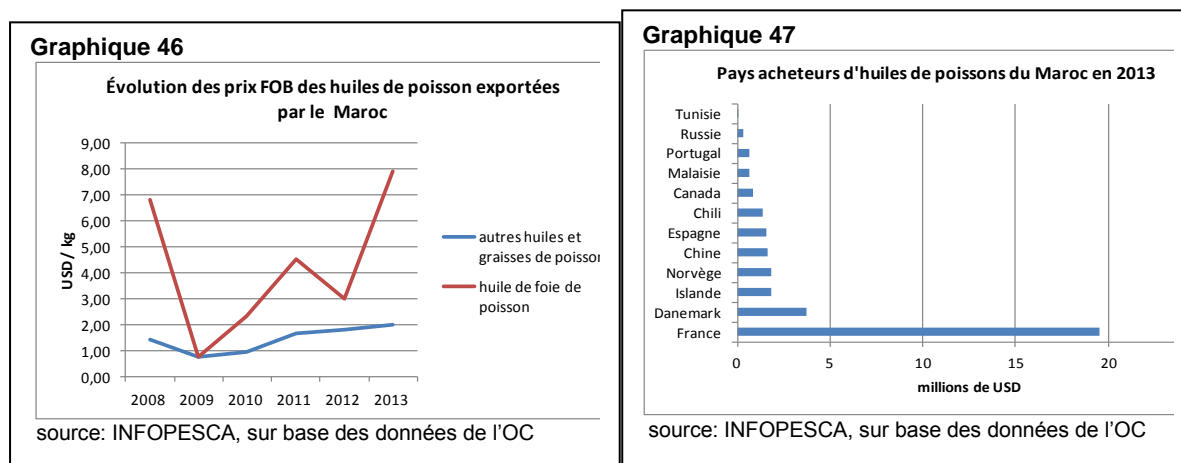
Complémentaire (en moyenne 1000 kg de poissons frais = 225 kg de farine + 50 kg d'huile) à la production de farine de poisson, celle de l'huile de poisson est très utilisée pour les rations d'aquaculture. Naturellement, les huiles obtenues de foies de poisson passent par un procédé industriel différent. Ce sont en général des huiles destinées à d'autres finalités, en particulier l'industrie pharmaceutique. Les petites quantités de cette huile de foie, produites au Maroc ont été irrégulièrement exportées au Canada et également un peu au Portugal.

Figure 59. Evolution des exportations d'huiles de poisson



Les huiles de poisson « classiques » ont surtout été exportées en France, pays qui a absorbé 57% des exportations totales marocaines d'huiles de poisson (graphique 47).

Figure 60. Evolution des prix et pays acheteurs d'huile de poisson



38.8. Les exportations d'autres produits non-comestibles de poisson

Les exportations d'autres produits non-alimentaires de poissons, de crustacés et de mollusques sont assez limitées. Ce sont surtout la Tunisie (5375 tonnes en 2013) et la Turquie (3114 tonnes) qui en sont destinataires. L'Australie (62 tonnes) et la Chine (2 tonnes) sont des acheteurs très marginaux.

Figure 61. Evolution des exportations d'autres produits non-comestibles de poissons

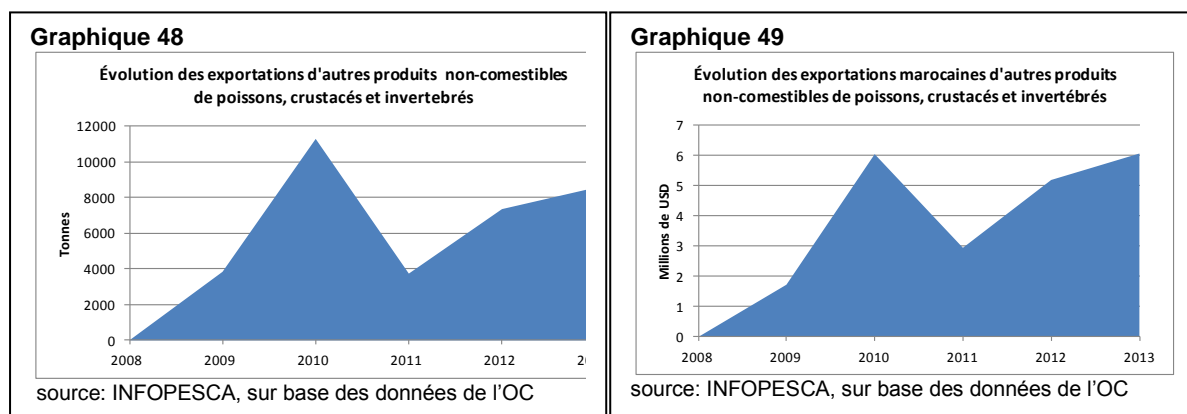
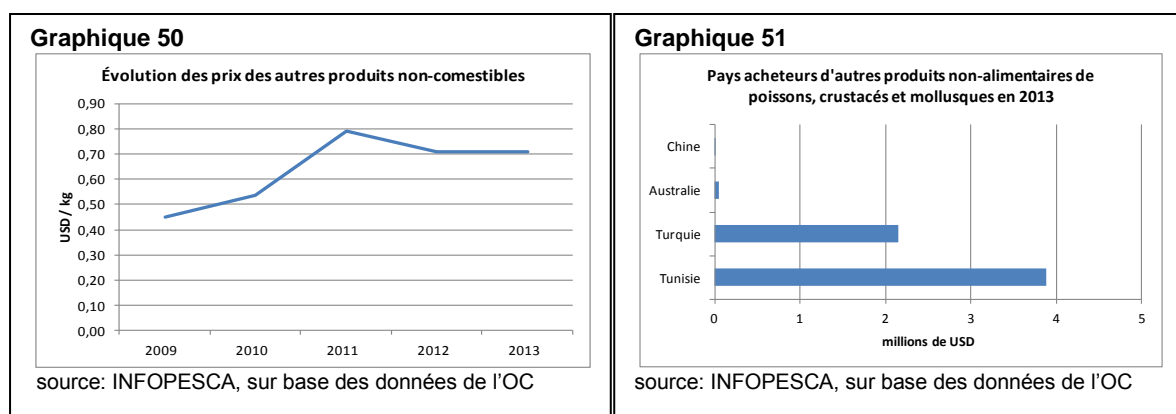


Figure 62. Evolution des prix, pays acheteurs



38.9. Conclusions sur les exportations marocaines de produits de la mer

Les exportations marocaines de produits de la mer, de 1,8 milliards de dollars en 2013 sont importantes dans le contexte général de l'économie du pays. Si 160 pays ont réalisé des achats de produits de la mer marocains au cours des dernières années, ce sont 4 pays européens qui achètent la moitié de ces exportations : l'Espagne, l'Italie, la Hollande et la France. Les exportations de poissons frais se trouvent en diminution alors que celles de produits congelés progressent et que les exportations de conserves sont relativement stables.

L'augmentation de la consommation domestique au Maroc ainsi que le fait que le niveau des captures se trouve proche de son potentiel maximum tandis que l'aquaculture se trouve encore à ses débuts, pourrait laisser dubitatif sur les possibilités d'expansion des exportations marocaines de produits de la mer.

Nous notons cependant une tendance au cours des dernières années à l'importation de produits bruts (en particulier des crevettes et des anchois) qui sont travaillés dans les industries de transformation au Maroc avant d'être ré-exportés. Ce mode de travail bien connu dans plusieurs pays asiatiques (Thaïlande ou Chine, par exemple) ou en Amérique latine (cas des industries maquiladoras au Mexique) semble en expansion au Maroc.

39. LES GRANDES TENDANCES DES MARCHES MONDIAUX POUR LES PRODUITS DE LA MER MAROCAINS

Si la compréhension des exportations actuelles des produits de la mer marocains constitue un pas important pour atteindre l'objectif du présent projet, la compréhension de l'évolution des marchés internationaux représente un pas complémentaire indispensable.

Le commerce international des produits halieutiques atteindrait, selon les prévisions de la FAO, 57,8 millions de tonnes en 2013 (soit 0,3% de plus qu'en 2012) pour une valeur de USD 136,4 milliards (soit 5,6% de plus qu'en 2012). Le commerce continental entre pays asiatiques, entre pays africains et entre pays latino-américains est en pleine croissance.

Tableau 21. Commerce international des produits de la mer (en milliards d'USD), par continents et par principaux pays

Pays	Exportations		Importations	
	2012	2013*	2012	2013*
<i>Total Asie</i>	52.1	52.8	44.3	42.7
Chine	21,0	22,3	12,3	12,9
Japon	1,8	1,9	18,0	15,2
Thaïlande	8,1	7,2	3,1	3,2
Vietnam	7,0	7,1	1,2	1,3
Inde	3,4	3,8	0,1	0,1
Indonésie	3,6	3,7	0,1	0,1
Corée du Sud	2,0	1,7	3,7	3,6
Philippines	0,8	1,0	0,2	0,2
<i>Total Amérique Latine</i>	14,9	14,3	4,3	5,2
Chili	4,3	4,6	0,4	0,4
Équateur	2,9	3,1	0,2	0,2
Pérou	3,3	2,4	0,1	0,2
Argentine	1,3	1,5	0,2	0,2
Brésil	0,2	0,2	1,2	1,5
Mexique	1,1	1,0	0,6	0,8
Panama	0,1	0,2	0,1	0,1
<i>Total Afrique</i>	5,2	5,2	5,4	5,6
Maroc	1,7	1,8	0,1	0,2
Nigeria	0,1	0,1	1,5	1,4
Afrique du sud	0,6	0,5	0,4	0,4
Namibie	0,8	0,8	0,0	0,1
Sénégal	0,3	0,3	0,0	0,0
Ghana	0,0	0,0	0,2	0,3
<i>Total Europe</i>	43,6	46,6	53,5	56,8
Union Européenne**	28,3	30,4	47,1	49,7
Norvège	8,9	9,7	1,4	1,3
Russie	3,1	3,5	2,7	3,0
Islande	2,2	2,2	0,1	0,1
<i>Total Amérique du Nord</i>	10,5	10,4	20,3	20,3
Etats Unis	5,8	5,7	17,6	17,5
Canada	4,3	4,3	2,7	2,7
<i>Total Océanie</i>	3,0	3,0	2,0	2,0

Pays	Exportations		Importations	
	2012	2013*	2012	2013*
Australie	1,0	1,1	1,6	1,6
Nouvelle Zélande	1,2	1,2	0,2	0,1
Total Monde	129,3	132,2	129,8	132,6

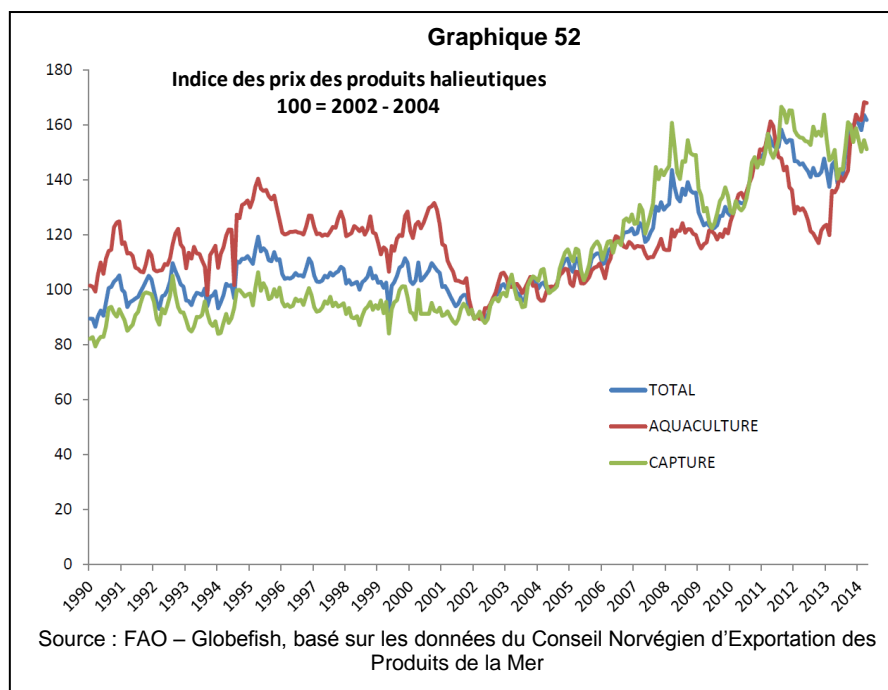
Source : FAO-Globefish

* - estimation FAO

** - ces données de l'Union européenne incluent le commerce entre pays de l'Union. En ne considérant que le commerce extra-UE, les exportations sont de 5,5 et 6 milliards de USD pour 2012 et 2013 respectivement, et les importations sont de 24,9 et 26 milliards de USD pour 2012 et 2013 respectivement.

En 2013, tirés par une demande mondiale croissante, les prix des divers produits halieutiques sur les marchés mondiaux ont été à la hausse, en particulier pour certaines espèces provenant de l'aquaculture et ayant connu des problèmes de production au cours de l'année (crevettes, saumons) mais également pour les petits pélagiques et pour les poissons blancs (graphique 52). En 2013 la production mondiale des produits halieutiques a suivi sa croissance ininterrompue depuis 1945, atteignant 160 millions de tonnes (estimation FAO). Il est clair que la demande mondiale des produits halieutiques suit, elle aussi, sa croissance ininterrompue depuis 1945 (voir chapitre 5).

Figure 63. Indice des prix des produits halieutiques



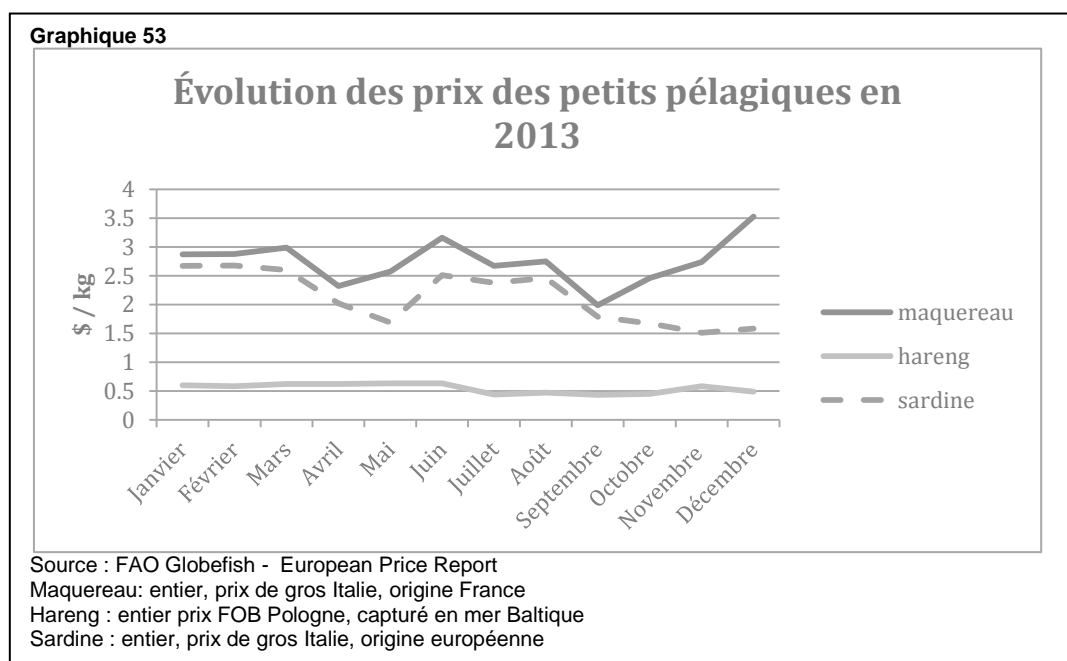
39.1. Le marché mondial des petits pélagiques

Les principales espèces de petits pélagiques considérées sur les marchés internationaux sont les maquereaux, les harengs et les sardines. Les anchois, bien que pêchés en grandes quantités, particulièrement sur la côte Pacifique de l'Amérique du Sud se retrouvent moins sur les marchés internationaux en tant que produits comestibles sauf, justement, les anchois marocains.

Les stocks de maquereaux de l'Atlantique Nord et des mers adjacentes se portent très bien et, en 2013, le quota pour l'UE était de 338.392 tonnes. Il a été fixé à 611.205 tonnes pour 2014. Pour l'ensemble du Nord-Est Atlantique, le quota du maquereau en 2014 est de 1,24 millions de tonnes. Les captures norvégiennes dans les eaux de ce pays ont même diminué en 2013, diminuant d'autant ses exportations de maquereau congelé qui n'ont pas dépassé 245.100 tonnes (comparées aux 263.400 tonnes pendant la même période de 2012). Au premier trimestre 2014, la Norvège exportait

ses maquereaux congelés à un prix moyen de USD 1,94/kg (comparé à USD 1,58/kg au premier trimestre 2013).

Figure 64. Evolution des prix des petits pélagiques



Fin mars 2014 un accord a été obtenu entre les pays de l'Atlantique Nord (UE, Norvège, Islande et Russie) concernant les quotas de harengs. Ceux-ci ont été fixés à 418.487 tonnes pour 2014, soit une réduction de 33% par rapport au quota de 2013. Les exportations de hareng norvégien ont légèrement augmenté en 2013, atteignant 121.400 tonnes, en comparaison aux 205.100 tonnes de 2012, au cours du premier semestre 2013, avec 87.300 tonnes (comparées aux 119.600 tonnes de la même période de 2012). Ces harengs norvégiens sont surtout destinés à la Russie (78.700 tonnes), l'Ukraine (40.000 tonnes), la Lituanie (36.100 tonnes) et les Pays Bas (12.400 tonnes). Les Pays bas de leur côté sont également de gros exportateurs de harengs congelés (133.300 tonnes en 2013) en particulier vers le Nigéria (59.300 tonnes) et l'Égypte (42.800 tonnes).

En ce qui concerne les sardines, la situation du Maroc en 2014 se trouve renforcée par le fait que la Namibie a suspendu sa production de sardines cette année. Cela affecte déjà plusieurs pays dans leurs approvisionnements en conserves de sardines, particulièrement en Afrique et en Europe qui sont traditionnellement des marchés pour les conserves namibiennes. La tendance des prix est donc à la hausse.

Les grands marchés internationaux de conserves de sardines sont les pays de l'Union Européenne, en particulier la France (importations totales de 16.500 tonnes en 2013 dont 11.900 du Maroc), le Royaume Uni (importations totales de 12.500 tonnes en 2013, dont 4.700 tonnes du Maroc) et l'Allemagne (importations totales de 7.100 tonnes en 2013, dont 4.800 tonnes du Maroc). Suivent les États-Unis, ayant importé 27.400 tonnes de conserves de sardine en 2013, dont 4.700 tonnes du Maroc.

39.2. Le marché mondial des céphalopodes

En 2013, le commerce international de poulpes s'est bénéficié de bonnes captures de nombreux pays producteurs, en particulier le Maroc où le quota de pêche avait été relevé de 37%, à 21.500 tonnes cette année. La Mauritanie et le Mexique ont également eu de bonnes prises.

Les grands pays importateurs ont augmenté leurs achats, profitant d'une offre plus importante. Le Japon a donc importé 58.400 tonnes de poulpes en 2013, soit 23.2% de plus qu'en 2012. Les importations japonaises du Maroc ont plus que triplé pour atteindre 19.800 tonnes en 2013,

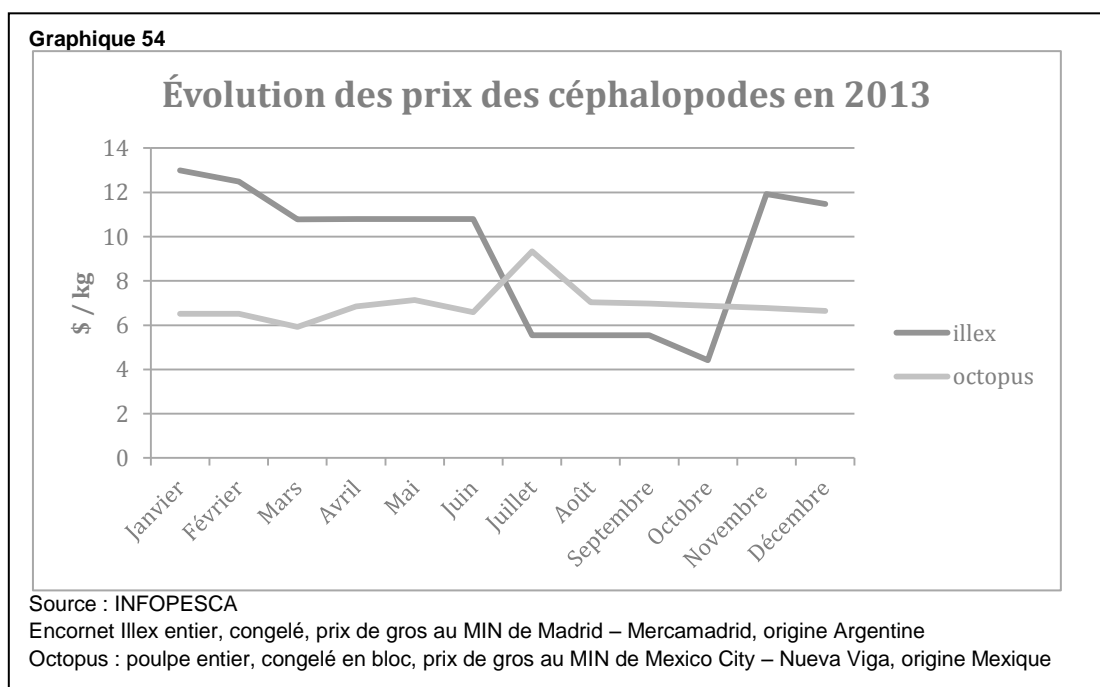
comparées aux 6.500 tonnes de 2012. La Mauritanie continue cependant le premier fournisseur de poulpes au Japon avec 23.800 tonnes en 2013

Grand pays importateur également, l'Espagne a augmenté ses importations de 30,5%, à 41.500 tonnes en 2013 comparées aux 31.800 tonnes de 2012. Ici aussi les poulpes marocains ont fait une percée, avec 21.100 tonnes, soit 48,6% de plus qu'en 2012. Les autres fournisseurs de poulpes à l'Espagne sont le Portugal (7.000 tonnes), la Mauritanie (4.900 tonnes) et la Chine (2.600 tonnes), plus quelques autres pays avec de moindres quantités.

En Italie les importations de poulpes sont légèrement diminuées (42.300 tonnes en 2013 comparées à 43.300 tonnes en 2012) mais les poulpes marocains ont également fait une percée, importées à hauteur de 14.300 tonnes en 2013 (7.600 tonnes en 2012), ce qui a compensé les baisses d'approvisionnement d'autres pays comme le Mexique, le Sénégal, l'Indonésie, l'Inde et le Vietnam, entre autres.

Les prix de gros des poulpes marocains congelés en Espagne ont atteint, fin 2013, de USD 9,00/kg (taille T2, soit poulpes de 3 kg à 4,5 kg chacun) à USD 7,00/kg (taille T6, soit poulpes de 0,8 kg à 1,2 kg chacun).

Figure 65. Evolution des prix des céphalopodes



Par contre, les captures de calmars en Afrique du sud ont été très décevantes cette année, sans doute en fonction d'aléas océanographiques/climatiques pas encore bien expliqués. Par contre, un peu plus au sud et de l'autre côté de l'Atlantique, les prises autour des îles Malouines ont été plutôt bonnes.

Les importations espagnoles de calmars en 2013 ont diminué de 17% par rapport à 2012, avec un total de 96.900 tonnes, dont 40,3% en provenance des Malouines, 16,7% d'Inde, 11,1% de Chine, puis 9,2% du Maroc. Il faut dire qu'ici également le Maroc a fait une avancée avec ses 8.900 tonnes vendues en Espagne en 2013 comparées aux 5.200 tonnes de 2012.

Également grand importateur de calmars, le Japon a, quant à lui, augmenté ses achats à 93.200 tonnes en 2013, soit 24,1% de plus qu'en 2012. Ses principaux fournisseurs ont été la Chine (42,5% des apports), suivie du Pérou (15,4%) et du Chili (7,9%).

En ce qui concerne les encornets, les captures ont également été réduites en 2013, ce qui a eu des reflets dans les importations des trois principaux importateurs à l'échelle mondiale : l'Espagne, l'Italie et le Japon. Celles d'Espagne ont diminué de 16% pour atteindre 34.400 tonnes en 2013 (41.000

tonnes en 2012), en provenance surtout du Maroc (46,2%), de l'Inde (13,9%) et de la Mauritanie (10,2%). Les importations italiennes ont diminué de 18,1%, atteignant 20.400 tonnes en 2013. Ses principaux fournisseurs sont la France (25%), l'Espagne (22%) et la Tunisie (17%). Finalement, au Japon, la réduction a également eu lieu, de 18,5% pour atteindre 13.2000 tonnes importées en 2013, principalement de Thaïlande (34%), du Maroc (22,7%) et du Vietnam (18,9%).

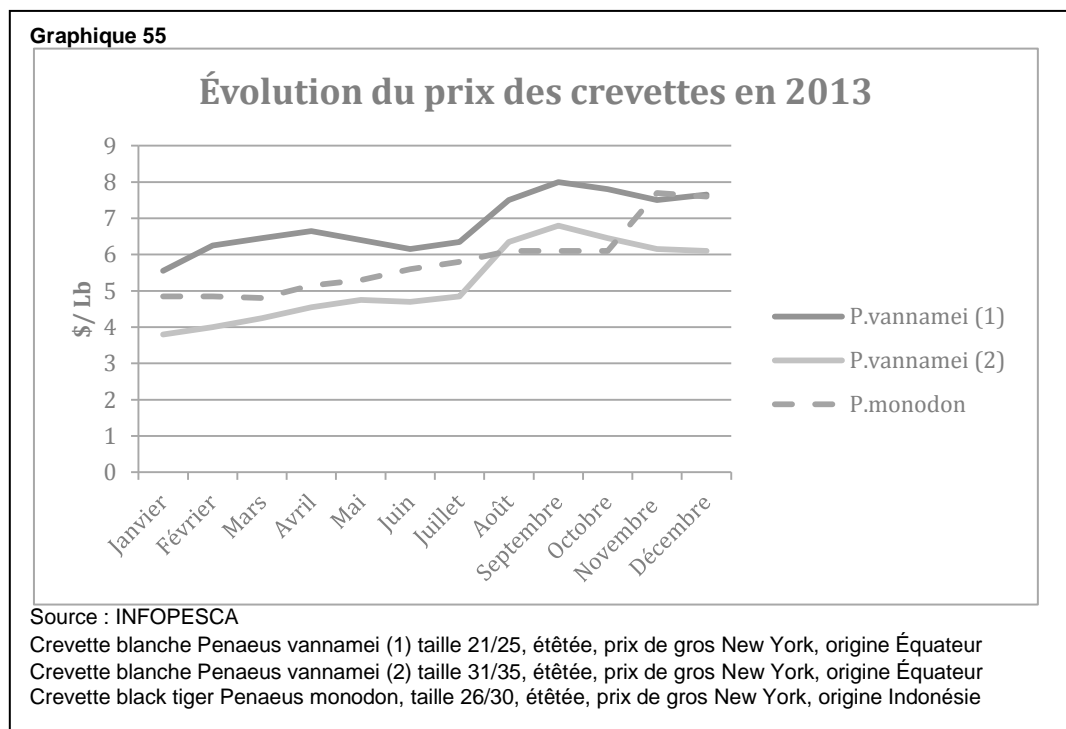
39.3. Le marché mondial de crustacés

Le marché international de la crevette inclut les crevettes d'élevage ainsi que celles capturées dans toutes les mers du globe, aussi bien dans les eaux tropicales que dans les eaux froides. Les espèces ne sont pas les mêmes : leurs tailles varient, ainsi que leurs saveurs et naturellement leurs prix.

En 2013, les crevettes d'élevage ont été affectées par l'épidémie EMS (de par la sigle anglaise du Syndrome de Mortalité Précoce), surtout la Thaïlande où la production a chuté de moitié et ne dépassait pas les 300.000 tonnes en 2013. On s'attend à une reprise thaïlandaise pour 2014 atteignant peut-être 400.000 tonnes. En Chine également la production de crevettes d'élevage a considérablement baissé, de 21,4% avec 1,1 millions de tonnes, comparées aux 1,4 millions de tonnes de 2012. En Inde, la production a légèrement augmenté mais elle a été affectée par plusieurs difficultés, incluant des pluies torrentielles, des problèmes sanitaires de la tache blanche et des problèmes politiques, surtout dans l'Etat de Andhra Pradesh où les transports sont restés paralysés pendant une longue période.

En ce qui concerne les captures de crevettes sauvages, les résultats ont été variables au cours de l'année. Les captures américaines dans les eaux du golfe de Mexique, avec 18.366 tonnes au cours du premier semestre 2013 ont légèrement diminué (-2%) par rapport à la même période de 2012. Par contre les captures ont été bonnes en Argentine avec 91.000 tonnes de *Pleoticus mielleri* capturées pendant les 11 premiers mois de l'année, bien plus que les 79.926 tonnes capturées au cours des 12 mois de 2012. L'Espagne constitue le principal marché de cette espèce argentine (28.434 tonnes), suivie du Japon (10.154 tonnes) et de l'Italie (8.590 tonnes).

Figure 66. Evolution du prix des crevettes



Les perspectives globales d'offre réduite de crevettes sur les marchés ont naturellement fait grimper les prix.

D'une manière générale, la demande est restée assez faible sur les marchés traditionnels. Au Japon, la hausse des prix de la crevette s'est ajoutée à la faiblesse du yen par rapport au dollar. En yens, le prix d'importation de la crevette thaïlandaise avait augmenté de 50% en juillet, ce qui a refroidi un peu la demande du marché. Au cours du premier semestre 2013, les importations japonaises de crevettes se situaient cependant à 122.200 tonnes, soit légèrement sous le niveau de 123.100 tonnes atteint pendant la même période de 2012.

Aux États-Unis, les 223.800 tonnes importées au cours du premier semestre 2013 sont restées inférieures de 6,7% aux quantités importées pendant la même période de 2012. À la fin de l'année 2013, l'hiver particulièrement froid a affecté la fréquentation des restaurants. La demande pour les crevettes a donc diminué car, aux États-Unis, c'est surtout dans les bars et les restaurants que celles-ci sont consommées. On s'attendait à ce que la demande reprenne à la fin de l'hiver, début 2014.

L'Union européenne a également diminué ses importations, avec 752.200 tonnes en 2013, soit 3,8% moins qu'en 2012. En fait les importations extracommunautaires n'ont été que de 569.700 tonnes en 2013 car au moins 4 pays, le Danemark (avec 47.600 tonnes), la Hollande (avec 34.600 tonnes), l'Espagne (avec 23.000 tonnes), et la Belgique (avec 22.600 tonnes) sont comptés deux fois, l'une pour leur importation de pays tiers et l'autre pour leur réexportation à d'autres pays de l'UE.

Finalement c'est de Chine qu'est venu l'optimisme, avec une demande croissante malgré la hausse des prix. En 2013, les importations chinoises ont atteint 71.300 tonnes, soit 30,3% de plus qu'en 2012. Les principaux fournisseurs du marché chinois sont le Canada, la Thaïlande, le Groenland, l'Équateur et l'Argentine. Par contre, la Chine a légèrement diminué ses exportations de crevettes pour n'atteindre que 269.900 tonnes en 2013 (273.700 tonnes en 2012). Ses principaux clients sont le Japon, les USA et la Malaisie.

Normalement les productions de crevettes d'élevage devraient présenter des améliorations en 2014 et la production mondiale est en voie de légère croissance cette année.

39.4. Le marché mondial de poissons blancs

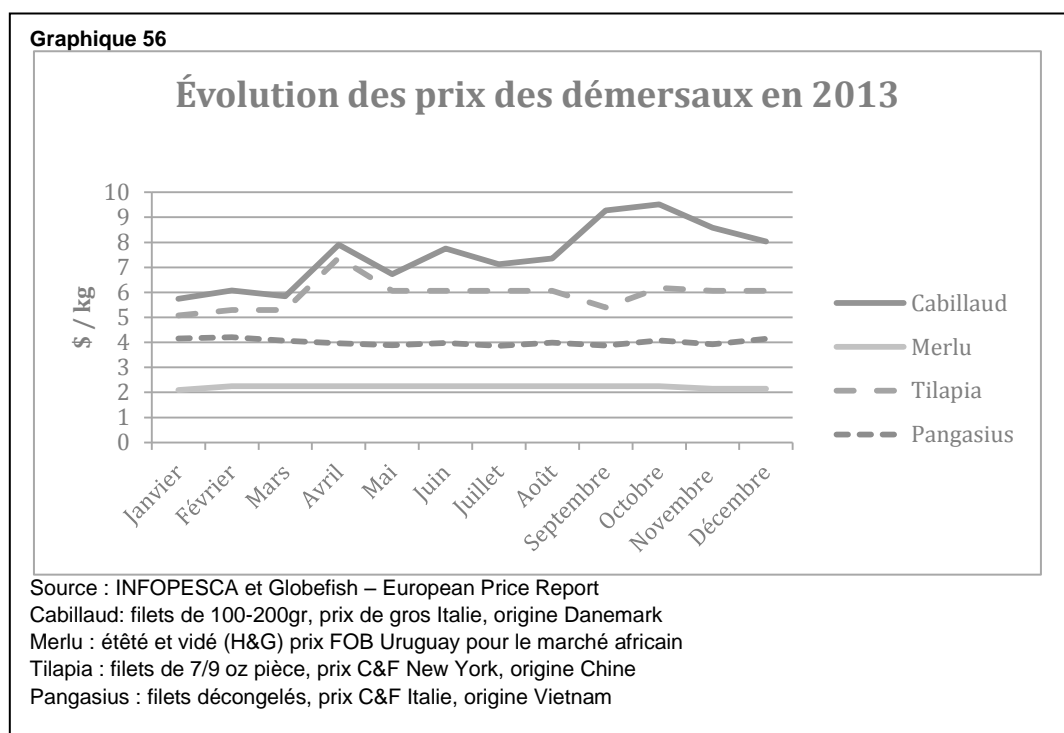
Sous l'appellation « poissons blancs » nous retrouvons une large gamme d'espèces, particulièrement les poissons démersaux (cabillaud, haddock ou aiglefin, merlu, colin d'Alaska...) mais également, au sens large et commercial, des poissons d'eau douce qui disputent les mêmes créneaux commerciaux, comme le tilapia, le pangasius ou la perche du Nil.

La récupération de plusieurs stocks de démersaux, en particulier le cabillaud de la mer de Barent a permis l'augmentation des quotas de pêche partagés entre la Norvège, la Russie et l'Union européenne. Ce quota a été fixé à 1.062.616 tonnes pour 2013. En Islande également, le quota de pêche au cabillaud a été augmenté de 9,5% pour atteindre les 214.000 tonnes. Il est donc surprenant de constater que malgré une production particulièrement importante en 2013, la tendance des prix, déjà à un niveau élevé, ait été, dans certains cas, encore à la hausse pendant l'année.

Une grande partie du cabillaud pêché dans les eaux de l'Atlantique nord et adjacentes est envoyé en Chine pour filetage et congélation. Les importations allemandes de filets de cabillaud congelés (25.200 tonnes en 2013) proviennent pour 43% de Chine. De même, la Chine est le premier fournisseur de cabillaud congelé du Royaume Uni, à hauteur de 20.400 tonnes sur le total de 87.500 tonnes importées en 2013.

Les captures de colin d'Alaska par la Russie sur sa côte Pacifique ont atteint les 1.555.800 tonnes en 2013, soit 4,1% de moins qu'en 2012. En décembre 2013, le colin d'Alaska pêché dans les eaux russes était négocié sur le marché de gros de Vladivostok à USD 1680/ 1700 la tonne. Une grande quantité de ces prises russes est achetée par des entreprises de transformation chinoises qui le réexportent ensuite sous forme de filets congelés. En 2013, l'Allemagne a importé 137.100 tonnes de filets de colin d'Alaska, dont 87.500 tonnes de Chine. Pendant cette même année, la France en a importé 50.900 tonnes, dont 20.900 tonnes de Chine. Le quota du colin d'Alaska pour 2014 a été établi à 376.036 tonnes dans les eaux américaines, soit 7,7% de moins que le quota de 2013. Il est de 1.740.400 tonnes pour 2014 dans les eaux russes, soit 3% de moins qu'en 2013.

Figure 67. Evolution des prix des démersaux



En Argentine, les quotas pour le merlu *hubbsi* ont été fixés à 322.000 tonnes pour 2014, soit 10.000 tonnes de plus qu'en 2013, ce qui atteste le bon état des stocks, aussi bien au sud du parallèle 41°S (Patagonie) qu'au nord. Les prix se sont maintenus assez stables tout au long de l'année.

Dans le même créneau de marché des démersaux, nous trouvons également quelques espèces d'aquaculture en eau douce, en particulier le tilapia, le pangasius et la perche du Nil.

Le marché du tilapia a été affecté en 2013 par une chute de l'ordre de 30% de la production chinoise (par rapport aux 1,5 millions de tonnes de 2012). Les exportations chinoises ont quand même atteint 316.700 tonnes en 2013, soit 8,9% de plus qu'en 2012. 57,5% de ces exportations concernent les filets de tilapia congelés, destinés principalement aux marchés européens et d'Amérique latine. Les exportations de tilapia entier congelé ont augmenté au cours des dernières années pour atteindre une part de 42,5% des exportations. Celle-ci est destinée principalement au marché africain et du Moyen-Orient.

Aux États-Unis, la demande s'accroît et, en 2013, la marque du milliard de dollars a été franchie pour les importations d'un total de 210.200 tonnes de tilapias surtout sous forme de filets congelés (159.800 tonnes) mais également sous forme de filets frais (26.700 tonnes) et de poisson entier congelé (23.700 tonnes). La Chine est de loin le premier fournisseur de tilapias congelés (entiers ou en filets) et les pays d'Amérique latine (surtout le Honduras, le Costa Rica, l'Équateur et la Colombie) sont les principaux fournisseurs de tilapias frais.

En ce qui concerne le pangasius, la production vietnamienne de 2013 aurait atteint les 1.200.000 tonnes qui étaient l'objectif en début d'année. Les producteurs vietnamiens et les exportateurs se sont cependant sentis découragés par les prix du marché, équivalents ou même inférieurs à leurs coûts de production. L'Association des producteurs et exportateurs vietnamiens de produits halieutiques a proposé en conséquence de former une entreprise qui puisse représenter tous les producteurs et exportateurs du pays pour diminuer les coûts et les surenchères et pour discuter directement avec les supermarchés et les distributeurs européens au moyen d'une criée électronique basée dans le port de Zeebrugge en Belgique.

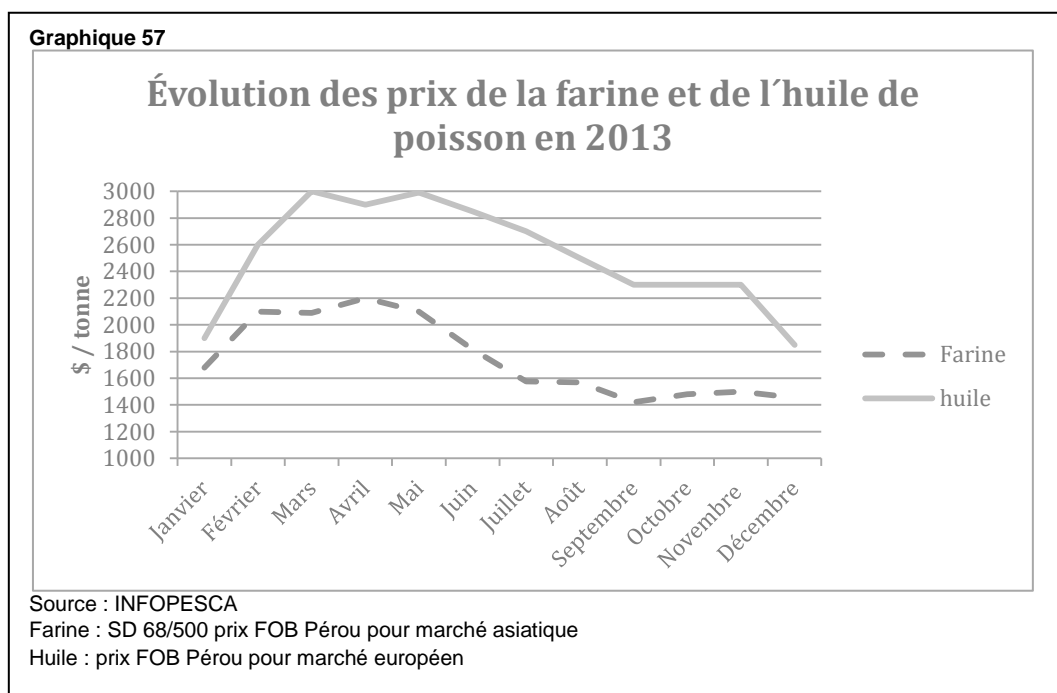
En 2013, la production mondiale de pangasius a été de l'ordre de 1,6 millions de tonnes, dont 75% au Vietnam. 500.000 tonnes de filets ont été négociées sur le marché international. Les exportations vietnamiennes auraient atteint USD 1,76 milliards, soit 1% de plus, en valeur, qu'en 2012.

L'UE constitue le principal marché pour le pangasius (141.416 tonnes de filets congelés importées en 2013, soit 1,4% de moins qu'en 2012), suivie des États-Unis (108.400 tonnes importées en 2013, soit 7,4% de plus qu'en 2012).

Pour le reste du monde les exportations vietnamiennes de pangasius ont plutôt augmenté, comme cela s'est avéré en Amérique latine, en Inde et en Chine. D'autres pays, surtout en Asie, mais également sur d'autres continents, comme la République dominicaine dans les Caraïbes, ont également commencé à produire du pangasius bien qu'ils ne puissent vraiment pas faire compétition avec le Vietnam pour le moment.

39.5. Le marché mondial de farine et d'huile de poisson

Figure 68. Evolution des prix de la farine et de l'huile de poisson



En 2013 la production de farine de poisson de l'ensemble des 5 principaux producteurs mondiaux a baissé de 18% par rapport à 2012, pour atteindre 1.477.000 tonnes, dont 855.000 tonnes pour le Pérou et le Chili, 190.000 tonnes pour la Norvège et le Danemark et 176.000 tonnes pour l'Islande. La forte baisse des productions latino-américaine (-26,4%) n'a pas pu être compensée par l'augmentation de la production danoise, norvégienne (+35,7%) et islandaise (+4%).

La farine de poisson est surtout utilisée dans la fabrication de rations animales, en particulier pour l'aquaculture. Les recherches d'alternatives continuent, telle la farine de soja dont les prix sont restés à des niveaux assez bas (fin 2013, il était possible d'acheter trois kilos de farine de soja pour le prix d'un kilo de farine de poisson). Pour les rations animales destinées aux volailles ou aux porcs, ces alternatives sont déjà de plus en plus utilisées.

Les exportations péruviennes (846.700 tonnes en 2013) sont largement allées vers la Chine (63,2%), puis vers l'Allemagne (10,7%), le Japon (5,6%) et plusieurs autres petits acheteurs. De leur côté, les exportations chiliennes (239.900 tonnes) ont principalement été destinées à la Chine (43,8%), au Japon (9,6%), à l'Espagne (7,2%) et plusieurs autres petits acheteurs.

Complémentaire (en moyenne 1000 kg de poissons frais = 225 kg de farine + 50 kg d'huile) à la production de farine de poisson, celle de l'huile de poisson suit naturellement la même tendance. La production des 5 principaux pays producteurs en 2013 a été de 441.000 tonne, soit 7,9% de moins qu'en 2012. Les prix de l'huile ont atteint un record à USD 3,00/kg par deux fois en 2013, pour revenir ensuite à des niveaux plus « normaux » en fin d'année, un peu sous la barre des USD 2,00/kg FOB Pérou pour le marché européen. En effet, le Danemark et la Belgique constituent ses principaux

acheteurs de l'huile de poisson, à hauteur de 51,7% des 98.800 tonnes exportées par le Pérou en 2013.

Pour 2014 et 2015, l'annonce d'un phénomène climatique El Niño particulièrement fort laisse prévoir une forte réduction de la production sud-américaine et la continuation des prix élevés sur le marché international.

39.6. Conclusions sur les grandes tendances des marchés mondiaux

Sur des périodes annuelles, les marchés des centaines de différents produits de la mer varient selon les situations ponctuelles d'offre et de demande.

Sur une période plus longue (décennie), nous vérifions que les fortes augmentations de production des diverses espèces, en particulier celles fortement influencées par l'aquaculture, ont répondu partiellement à une forte augmentation de la demande mondiale, faisant que la tendance générale des prix à longue échéance soit à la hausse.

40. PRINCIPALES EXIGENCES TECHNIQUES ET DE QUALITE DES MARCHES INTERNATIONAUX POUR LES PRODUITS DE LA MER MAROCAINS

40.1. Les exigences de l'Union Européenne

Pour importer des produits de la mer dans un pays de l'UE, il faut présenter:

- Certificat de l'Autorité compétente
- Certificat de Circulation EURMED (ou EUR1)
- Lettre de transport
- Facture avec la valeur de la marchandise

L'organisme responsable de la sécurité alimentaire de l'Union européenne est la Direction Générale Santé et consommateurs (DG-SANCO). C'est cette Direction qui établit les règles concernant les importations de produits alimentaires, entre autres ceux de la pêche et de l'aquaculture, et qui garantit que ces produits suivent les mêmes standards que ceux produits ou capturés dans les pays-membres de l'UE.

40.1.1. Procédures de reconnaissance de l'Autorité compétente

Les exportations de produits halieutiques vers l'UE ne peuvent se faire que d'un établissement dument autorisé par l'Autorité compétente du pays exportateur (au Maroc, l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires – ONSSA).

La reconnaissance des pays désirant exporter vers l'UE se base sur l'impartialité de son Autorité compétente, sur ses instruments législatifs, son infrastructure, ses connaissances et sur son système de travail.

C'est l'Office Alimentaire et Vétérinaire (OAV) de la Commission Européenne qui détermine la capacité de l'Autorité compétente d'un pays à donner les garanties officielles demandées par l'UE. Les missions de l'OAV forment la base de confiance entre l'UE et l'Autorité compétente du pays en ce qui concerne sa conformité réglementaire.

Les résultats des inspections de l'OAV dans tous les pays visités sont publics et de libre accès. Ils se basent sur la compétition à égalité de conditions entre les pays de l'UE et les pays tiers en ce qui concerne la santé publique, l'environnement et les conditions sociales.

Pour pouvoir exporter à l'UE, les pays tiers doivent suivre 6 étapes:

1.- L'autorité compétente du pays tiers présente une demande formelle à DG SANCO qui inclue la confirmation de suivi des normes légales de l'UE.

2.- DG SANCO envoie un questionnaire à remplir, concernant des informations additionnelles sur les lois pertinentes, les autorités compétentes, les aspects d'hygiène...

3.- Pour les produits de l'aquaculture, il faut présenter un plan de contrôle des résidus du pays exportateur et celui-ci doit être approuvé.

4.- Suite à une première évaluation, l'OAV procède à une inspection pour vérifier les informations produites.

5.- Si les résultats de l'inspection sont favorables, DG SANCO propose l'inclusion du pays dans la liste des pays exportateurs à l'UE.

6.- Si les Pays Membres de l'UE sont favorables à la proposition de la Commission, celle-ci adopte les conditions spécifiques pour les importations du pays tiers.

40.1.2. Procédures d'autorisations aux établissements:

Ces autorisations sont accordées par l'Autorité compétente du pays autorisé à exporter pour l'UE. L'Autorité compétente:

- Vérifie la conformité des établissements aux exigences européennes
- Établit une liste de tous les établissements autorisés à exporter vers l'UE
- L'Autorité compétente communique la liste à l'UE ainsi que ses actualisations régulières
- Les exportateurs doivent en outre recevoir un certificat sanitaire
- Les établissements autorisés reçoivent un code d'identification "n° UE ».

Pour recevoir l'autorisation d'exporter vers les pays de l'UE, les établissements passent par 4 étapes :

1.- Autorisation

L'Autorité compétente reconnue par l'UE :

- réalise les inspections et les contrôles officiels le long de la chaîne de production
- garantit que les produits de la pêche et de l'aquaculture sont aux normes pertinentes de santé animale

2.- Registre des établissements producteurs

Pour les produits de la pêche :

Les bateaux sont dûment enregistrés et autorisés et suivent la réglementation IUU ;

Les exportations vers l'UE viennent de bateaux et d'établissements inspectés et approuvés.

Pour les produits de l'aquaculture

Les unités de production primaire sont dûment enregistrées et sous un programme de vigilance hygiénique-sanitaire ;

Ils proviennent d'une zone approuvée et autorisée pour les mollusques bivalves vivants, les échinodermes et les gastéropodes marins ;

Ils bénéficient d'un plan de contrôle de contaminants.

3.- Certification sanitaire

Les exportations vers l'UE doivent être accompagnées d'un certificat sanitaire qui détermine les conditions à remplir et qui indiquent les vérifications réalisées. La certification prend en compte :

- Les principes généraux de santé animale
- Les principes généraux d'hygiène
- Les exigences de marquage sanitaire et d'étiquetage
- Les exigences de sécurité chimique
- Les exigences de sécurité biologique
- Des mesures spéciales de protection pour certains pays
- D'autres exigences spécifiques : étiquetage commercial

4.- Contrôles – réalisés dans les PIFs (Postes d'Inspection aux Frontières de l'UE)

- Contrôle documentaire systématique
- Contrôle d'identité
- Contrôle physique

Figure 69. Localisation des postes d'inspection aux frontières en Espagne

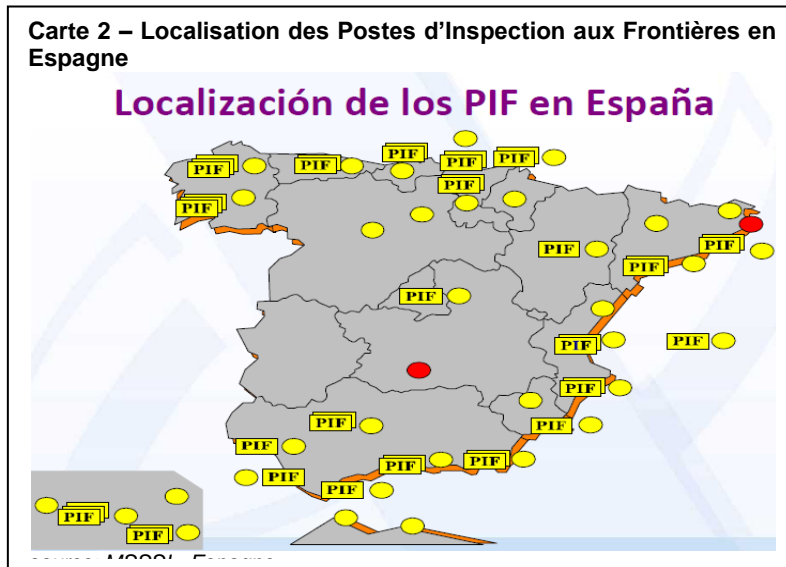


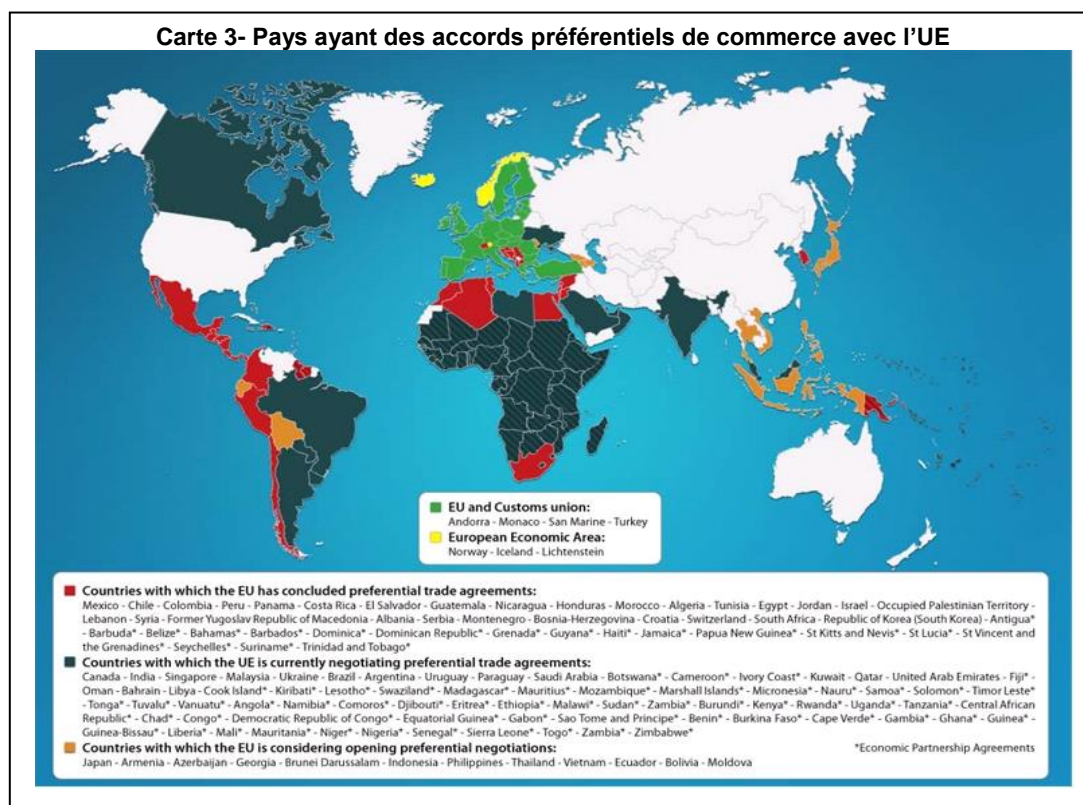
Figure 70. Le formulaire EUR-MED

321/104	FR	Journal officiel de l'Union européenne	8.12.20
CERTIFICAT DE CIRCULATION DES MARCHANDISES			
1. Exportateur (nom, adresse complète, pays)	EUR-MED N° A 000 000 Consulter les notes au verso avant de remplir le formulaire		
3. Destinataire (nom, adresse complète, pays) (mention facultative)	2. Certificat utilisé dans les échanges préférentiels entre et (indiquer les pays, groupes de pays ou territoires concernés)		
6. Informations relatives au transport (mention facultative)	4. Pays, groupe de pays ou territoire dont les produits sont considérés comme originaires	5. Pays, groupe de pays ou territoire de destination	
8. Numéro d'ordre; marques, numéros, nombre et nature des colis ⁽¹⁾ , désignation des marchandises	7. Observations <input type="checkbox"/> Cumulation applied with (nom du pays/des pays) <input type="checkbox"/> No cumulation applied. (Marquer d'un X la mention applicable.)		
11. VISA DE LA DOUANE Déclaration certifiée conforme Document d'exportation ⁽²⁾ Modèle n° Bureau de douane: Pays ou territoire de délivrance: À le (Signature)	9. Masse brute (kg) ou autre mesure (l, m ³ , etc.) 10. Factures (Mention facultative)		
12. DÉCLARATION DE L'EXPORTATEUR Je soussigné déclare que les marchandises désignées ci-dessus remplissent les conditions requises pour l'obtention du présent certificat. À le (Signature)			
13. DEMANDE DE CONTRÔLE, à envoyer à: Le contrôle de l'authenticité et de la régularité du présent certificat est sollicité. À le (Signature)			
14. RÉSULTAT DU CONTRÔLE Le contrôle effectué a permis de constater que le présent certifié <input type="checkbox"/> a bien été délivré par le bureau de douane indiqué et que les mentions qu'il contient sont exactes. <input type="checkbox"/> ne répond pas aux conditions d'authenticité et de régularité requises (voir les remarques ci-annexées). À le (Signature) <input type="checkbox"/> Marquer d'un X la mention applicable.			
Notes 1. Le certificat ne doit comporter ni grattages ni surcharges. Les modifications éventuelles qui y sont apportées doivent être effectuées sur les indications erronées et en ajoutant, le cas échéant, les indications voulues. Toute modification ainsi opérée doit être approuvée par qui a établi le certificat et visée par les autorités douanières du pays ou territoire de délivrance. 2. Les articles indiqués sur le certificat doivent se suivre sans interligne et chaque article doit être précédé d'un numéro d'ordre. Immédiatement au-dessous du dernier article doit être tracée une ligne horizontale. Les espaces doivent être bâtonnés de façon à rendre impossible l'adjonction ultérieure. 3. Les marchandises sont désignées selon les usages commerciaux avec les précisions suffisantes pour en permettre l'identification.			

40.1.3. Informations utiles sur la législation alimentaire de l'UE :

- D.G. SANCO
- Lien: http://ec.europa.eu/food/international/trade/im_cond_fish_en.pdf
- Exigences pour l'importation d'un produit dans l'UE (législation alimentaire, marque CE, étiquetage, etc.)
- Page de la Commission Européenne Consultations du TARIC
- Lien : http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=fr
- Pour connaître les établissements de pays tiers autorisés à exporter des aliments vers l'UE :
- Liste des établissements autorisés
- Lien: http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/establishments/third_country/index_fr.htm
- Perspectives générales concernant l'importation de denrées alimentaires dans l'UE
- D.G. SANCO, conditions d'importation
- Lien: http://ec.europa.eu/health/index_en.htm

Figure 71. Pays ayant des accords préférentiels de commerce avec l'UE



La liste des 642 entreprises marocaines (dont 308 bateaux congélateurs) autorisées à exporter des produits de la mer à l'Union Européenne est présentée en annexe.

40.2. Les exigences des États-Unis

Les exigences et les procédures d'importation aux États-Unis sont sensiblement différentes que pour l'Union Européenne. Ces procédures passent par la FDA (Food and Drug Administration) américain.

40.2.1. Procédures d'importation de la FDA

Tous les aliments exporté aux États-Unis doit se conformer aux mêmes exigences que les aliments produits et traités aux États-Unis.

Exigence de base: tous ces aliments doivent être inoffensifs (surs) et libre de contamination :

- Microbienne
- Chimique
- D'impuretés

Les produits traités doivent suivre les bonnes pratiques de fabrication qui s'y appliquent. Ils doivent en outre :

- Être convenablement étiquetés et
- Suivre les réglementations et les procédures en vigueur (registre, préavis, etc.)

40.2.2. Registre des Établissements

Toutes les unités de fabrication ainsi que les emballeurs désirant exporter aux États Unis doivent s'enregistrer. Il est important de noter que ce sont les unités de fabrication et non les compagnies ou entreprises qui doivent être dument enregistrées. Une entreprise possédant dix unités de fabrication devra avoir dix registres individuels, un pour chaque unité. Les informations complètes et actualisées sur ces registres sont disponibles sur les sites web de la FDA :

- <http://www.access.fda.gov/>
- <http://www.fda.gov/downloads/food/guidanceregulation/ucm113935.pdf>
- <http://www.fda.gov/food/guidanceregulation/guidancedocumentsregulatoryinformation/labelingnutrition/ucm387432.htm>

40.2.3. Procédures d'importation aux États Unis

À la grande différence des procédures pour exporter vers l'Union Européenne où ce sont les entreprises exportatrices des pays tiers qui sont responsables des produits qu'ils exportent, aux États-Unis, ce sont les importateurs qui sont les responsables des produits qu'ils importent.

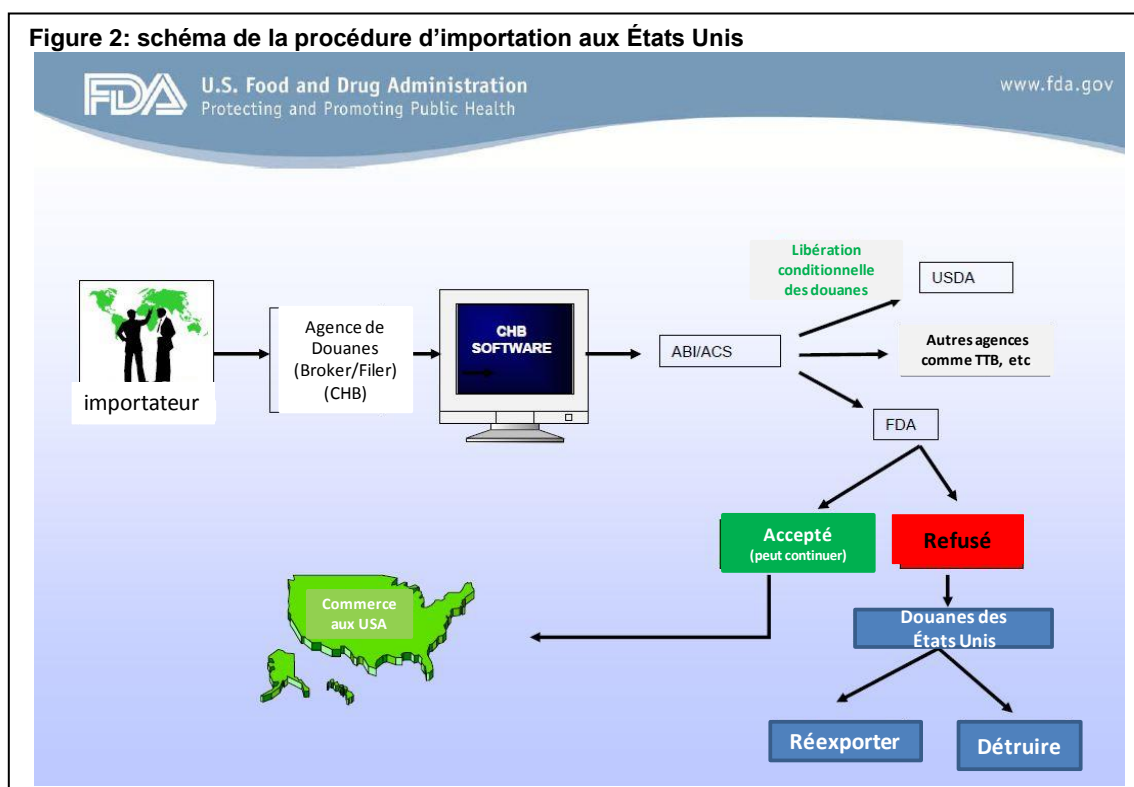
La procédure suivie est la suivante :

- L'importateur présente une notification d'entrée des produits à la Douane des États-Unis ;
- La Douane notifie la FDA ;
- Le FDA détermine si le produit peut être admis ou s'il est nécessaire de l'examiner

Si la FDA ne procède pas à l'inspection de l'envoi, le produit peut se vendre sur le marché américain après le paiement de la taxe d'importation.

Si la FDA procède à l'inspection de l'envoi, elle prend des échantillons pour analyses et le responsable doit garder l'envoi et le maintenir sans changements jusqu'au résultat des analyses. Si les produits sont jugés conformes à la réglementation en vigueur, l'envoi est libéré après le paiement de la taxe d'importation correspondante.

Si les produits sont jugés non-conformes un avis de « détention et audience » est émis. L'importateur peut alors demander un reconditionnement du produit. Si finalement l'admission sur le territoire américain n'est pas autorisée, l'importateur devra réexporter l'envoi ou le détruire.

Figure 72. schéma de la procédure d'importation aux États Unis

40.3. Conclusions sur les exigences des principaux marchés

Les normes sanitaires de l'Union Européenne ainsi que celles des États-Unis font référence à l'échelle mondiale. Le fait que 327 établissements marocains de transformation des produits de la mer, 7 entrepôts frigorifiques et 308 bateaux congélateurs soient dûment autorisés à exporter à l'Union Européenne (voir annexe) montre bien que ces normes, que nous pouvons qualifier comme critère « order qualifying », ne représentent pas un problème pour ces entreprises.

41. LES DIFFÉRENTS ACHETEURS ET LEURS PRÉFÉRENCES

Une fois satisfaites les exigences des autorités des pays importateurs, en particulier leurs exigences sanitaires (que nous pouvons qualifier comme « order qualifying », il faudra également satisfaire les demandes et les attentes des clients, acheteurs de produits de la mer dans les différents pays.

Diverses catégories d'acheteurs de produits de la mer opèrent sur les marchés internationaux. Chacune de ces catégories a ses propres objectifs et par conséquent ses propres exigences en termes d'approvisionnement. Nous pouvons les classer selon leurs places respectives dans la chaîne de distribution ou selon les produits travaillés. Ainsi les industries de transformation ont des exigences bien différentes que les traders ou que les chaînes de supermarchés.

En général, les entreprises de transformation cherchent des fournisseurs réguliers, alors que les traders cherchent d'abord les bonnes affaires là où elles se trouvent. Ce sont des points de vues très différents. Les premiers cherchent d'abord à établir des relations durables avec des fournisseurs. D'une manière générale, ils demandent : La Qualité du produit, la Régularité de l'approvisionnement et finalement le Prix adéquat. Dans cet ordre. Quand un fournisseur peut fournir la qualité et la régularité demandée, il peut alors négocier plus facilement les prix.

Pour les traders, à l'affût des bonnes affaires, il s'agit essentiellement d'une affaire de prix. Ils sont donc attentifs au jour-le-jour des cotisations et des informations de première main concernant les zones de production, en particulier les informations météorologiques (par exemple la venue et l'amplitude du phénomène El Niño), zoo-sanitaires (la transmission des épidémies, comme l'EMS des

crevettes), politiques (fermeture du marché russe aux produits européens), etc. Ces informations privilégiées leur permettent ainsi d'acheter bon marché dans un endroit du monde et de le revendre plus cher dans un autre endroit. C'est la base de leur négoce.

Pour les grands intermédiaires qui sont à la fois grossistes et détaillants, comme les chaînes de supermarchés par exemple, les politiques d'achat varient selon les entreprises. Si d'une manière générale toutes les chaînes de supermarché cherchent à établir des liens durables avec leurs fournisseurs, certaines travaillent avec leurs propres marques et non avec celles de leurs fournisseurs.

Pour les exportateurs, il est toujours important d'avoir l'initiative de vendre sur le marché international plutôt que de n'être qu'un fournisseur passif répondant aux demandes d'acheteurs qui viennent sur le terrain dans les zones de production, en quête des produits qui les intéressent.

Il est naturellement aussi de la plus grande importance pour les exportateurs de bien maîtriser leurs coûts de production et de distribution, ce qui peut leur permettre une plus grande flexibilité lors des négociations de prix, en particulier si les acheteurs ne sont pas vraiment attirés à développer des relations commerciales durables.

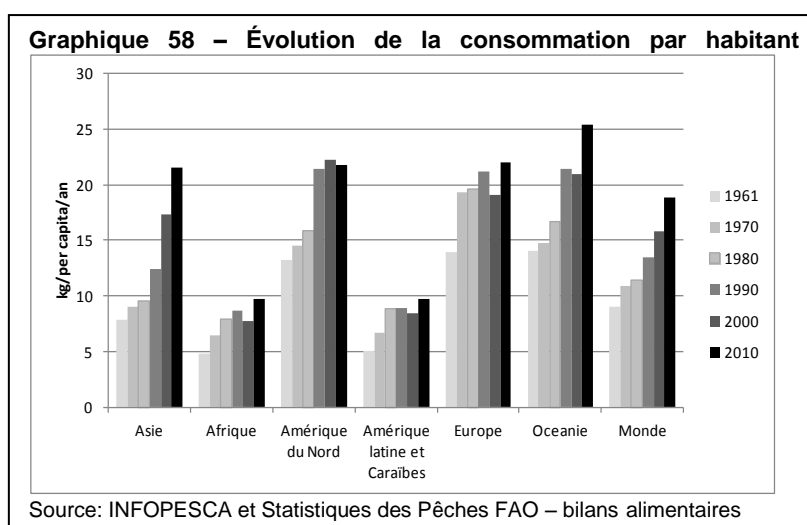
42. LES OPTIONS DE MARCHÉ POUR LES PRODUITS DE LA MER MAROCAINS

La consommation mondiale de produits halieutiques est en constante croissance depuis la fin de la 2^{de} Guerre Mondiale (graphique 59), tirée d'un côté par la croissance démographique sur tous les continents et d'un autre côté par l'augmentation régulière de la consommation par habitant.

42.1. La croissance de la consommation entre 1961 et 2010

Au cours des 50 dernières années, la population mondiale a augmenté de 124,35% et la consommation moyenne par habitant a augmenté de 110% pendant cette même période. Ces deux taux de croissance s'additionnent. En fait, c'est surtout en Asie que la consommation des produits de la mer s'est développée de façon spectaculaire pendant cette période, avec une croissance de 577% (de 13,3 millions de tonnes en 1961 à 89,8 millions de tonnes en 2010 – voir graphique 60), la consommation par habitant étant passée de 7,8 kg à 21,6 kg par an. Naturellement, la forte volonté politique de la Chine de développer sa production halieutique et aquacole, ainsi que la consommation de ces produits par sa population, a fortement influencé la moyenne asiatique.

Figure 73. Evolution de la consommation par habitant

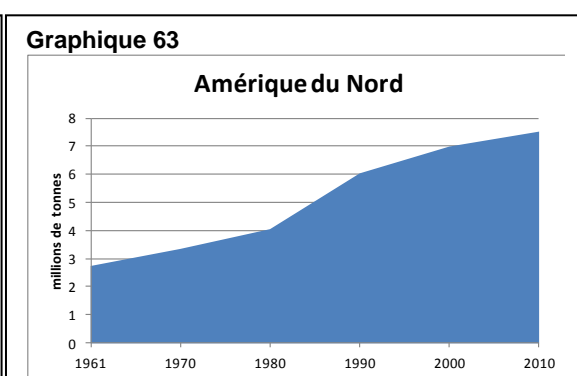
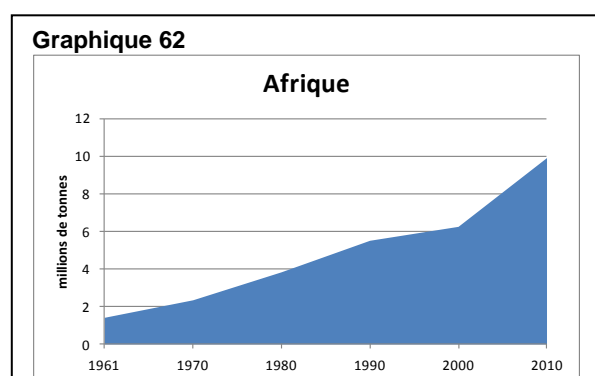
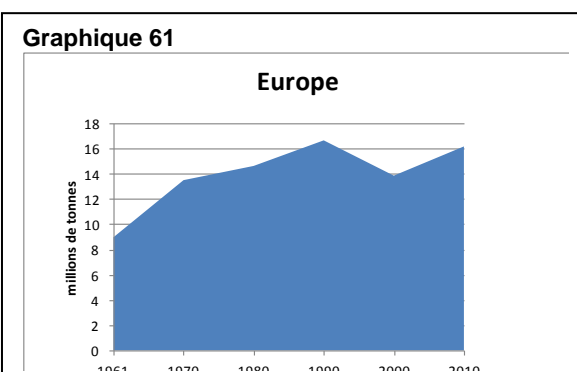
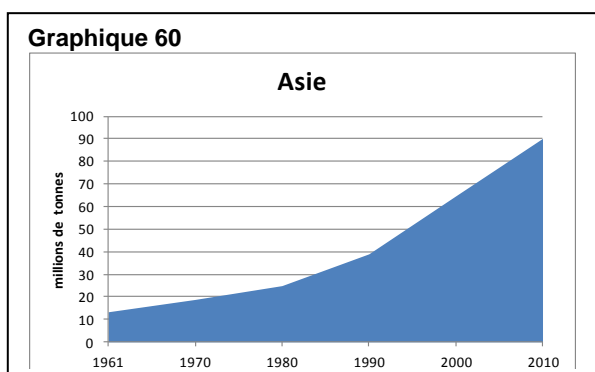
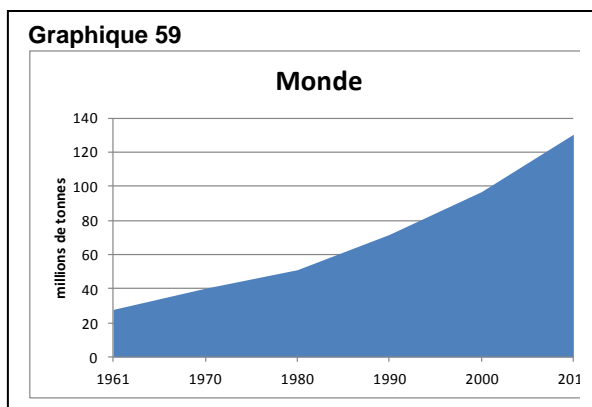


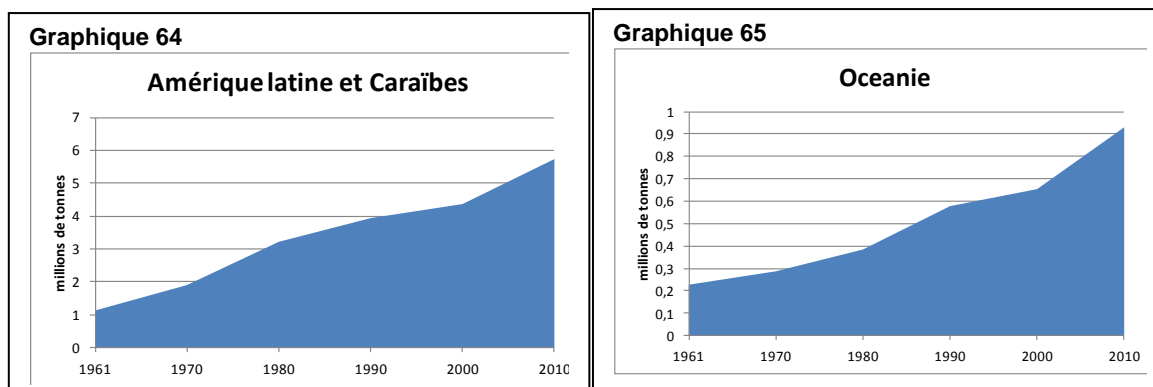
En 2010 nous observons que la consommation annuelle moyenne par habitant est supérieure à 20 kg en Asie, en Amérique du Nord, en Europe et en Océanie, alors qu'elle est encore inférieure à 10 kg en Afrique et en Amérique latine. Mais ce sont bien ces deux continents qui sont en plein

développement de leur consommation, justement pour rattraper ce retard causé, en grande partie, par un réseau de distribution et de détaillants (poissonneries, restaurants spécialisés, supermarchés, etc.) encore largement insuffisant.

En Europe (continent européen, et non l'UE), la diminution de la consommation totale entre 1990 et 2000 (graphique 61) a été due à la fin de l'Union soviétique et de ses satellites de l'Europe de l'Est. La production halieutique de ces pays, basée sur des méthodes et des outils peu viables selon la nouvelle logique économique adoptée, s'est effondrée, entraînant une forte diminution de la consommation dans ces pays.

Figure 74. Croissance de la consommation mondiale et par continents de produits halieutiques





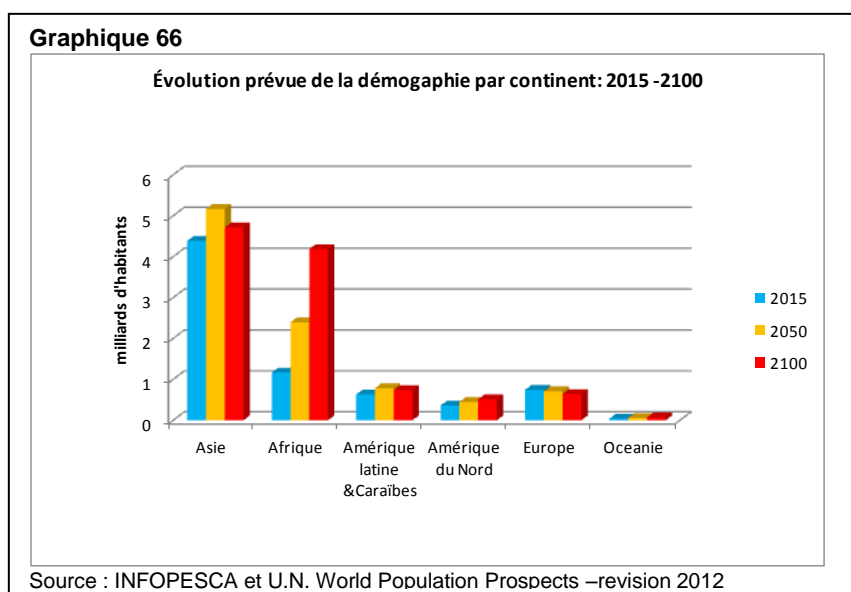
Source : INFOPECSA et Statistiques des Pêches FAO 2011 – Bilans alimentaires

La croissance de la consommation mondiale de poissons, crustacés, mollusques et autres produits halieutiques durant le dernier demi-siècle n'a été possible que grâce au fort développement de l'aquaculture, aussi bien en eau douce qu'en mer. Selon les projections de la FAO, 2014 sera l'année où la consommation annuelle moyenne mondiale par habitant atteindra ou même dépassera les 20 kg.

42.2. La croissance prévue de la consommation mondiale au XXIème siècle

Nous pouvons entrevoir l'évolution de la consommation des produits halieutiques au cours des prochaines décennies en nous basant sur les prévisions de l'ONU (estimation moyenne) sur le développement démographique des continents et des pays. Celles-ci indiquent une stabilisation de la population mondiale à l'horizon 2100, avec un léger déclin dans la plupart des continents, en particulier l'Asie. L'Afrique, par contre, selon ces estimations, verra une croissance démographique particulièrement forte, passant des actuels 1,1 milliards d'habitants à 4,2 milliards en l'espace de 85 ans (graphique 66).

Figure 75. Evolution prévue de la démographie par continent



Dans plusieurs pays, les autorités de santé publique se sont manifesté pour recommander une augmentation de la consommation des produits halieutiques, deux fois par semaine pour certains ou même plus (voir par exemple *Dietary Guidelines for Americans – 2010*, de l'US Department of Agriculture et de l'US Department of Health and Human Services). Dans ce contexte, une consommation moyenne annuelle de 30 kg semble un objectif pouvant être atteint à l'horizon 2050, y compris en Afrique et en Amérique latine où cette consommation par habitant triplerait en 40 ans. La population mondiale, estimée à 7.326.797.000 habitants en 2015, devrait atteindre 9.552.994.000 habitants en 2050 et 10.855.948.000 habitants en 2100. Une consommation moyenne annuelle de 30

kg par habitant dès 2050 nous amènerait à devoir disposer de 286,6 millions de tonnes de produits halieutiques en 2050 et de 326,6 millions de tonnes en 2100, en sachant que la production actuelle (2013) est estimée à 160 millions de tonnes, dont 90 millions provenant de la pêche et 70 millions provenant de l'aquaculture. Les 90 millions de tonnes en provenance de la pêche représentent une production relativement stabilisée. Toute la croissance de la production de poissons, de mollusques et de crustacés devra donc provenir de l'aquaculture qui devra passer des actuelles 70 millions de tonnes à 196,6 millions de tonnes en 2050, soit une croissance de 3% par an au cours des prochaines 35 années. Rien d'impossible si nous considérons que le taux de croissance moyen de l'aquaculture au cours des 35 dernières années (1976 -2011) a été de 8,4% par an.

De l'avis de la plupart des experts, il ne semble pas y avoir de difficultés techniques insurmontables à augmenter substantiellement la production aquacole mondiale au cours des années à venir. Les institutions de recherche du monde entier travaillent sur l'aquaculture de nouvelles espèces, en particulier les espèces marines. Elles travaillent également à de nouvelles sources de protéines pour les rations de poissons, avec des micro-algues ou des insectes, par exemple, et aussi à de nouvelles modalités comme l'aquaculture océanique.

Pour avoir une idée de l'évolution de la demande au cours des prochaines décennies, nous pouvons comparer deux hypothèses, l'une se basant sur la stabilisation de la consommation par habitant et par an au niveau de 2010 sur chacun des continents. La seconde hypothèse se base sur une continuation de croissance de consommation par habitant et par an atteignant 30 kg sur tous les continents. Ces hypothèses de consommation moyenne par habitant combinée aux prévisions de croissance démographique sont illustrées par les graphiques 68 à 74.

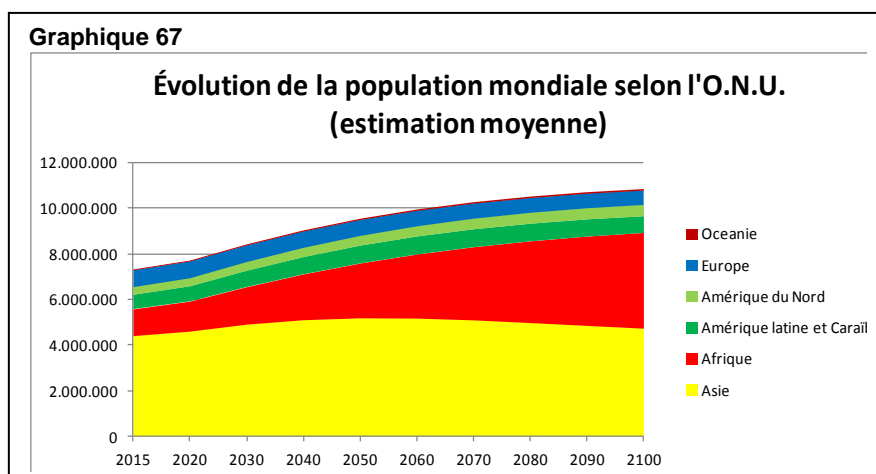
Ces graphiques indiquent clairement que la croissance de la consommation sera particulièrement importante en Afrique et, dans une moindre mesure, en Amérique latine.

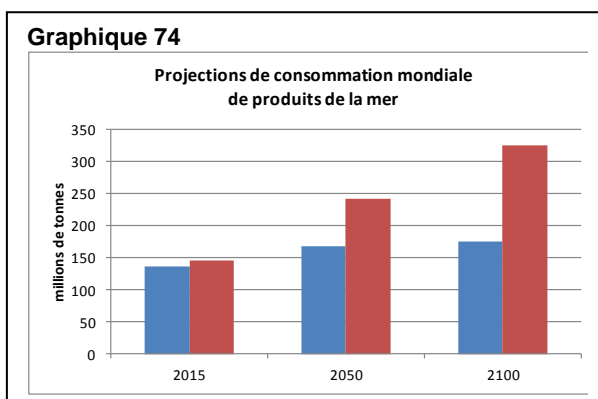
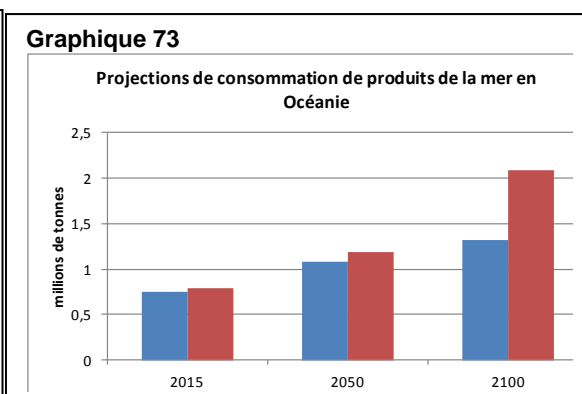
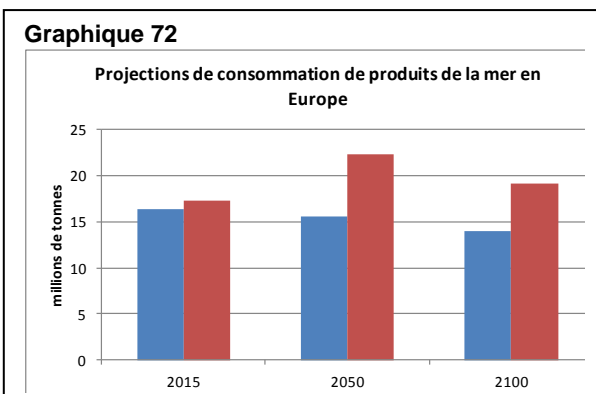
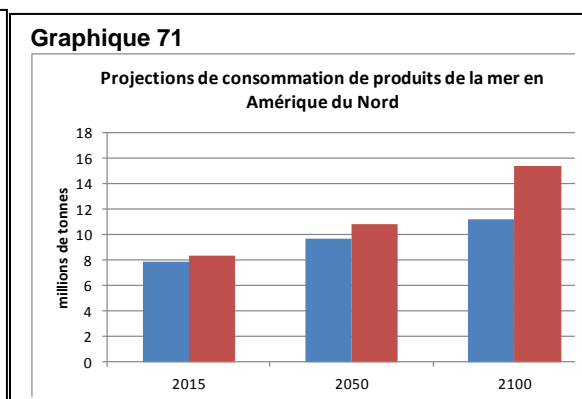
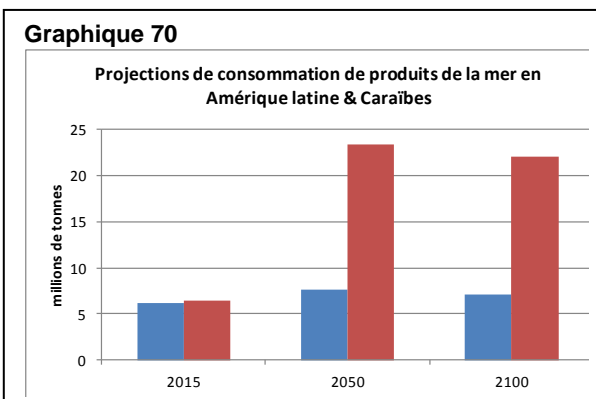
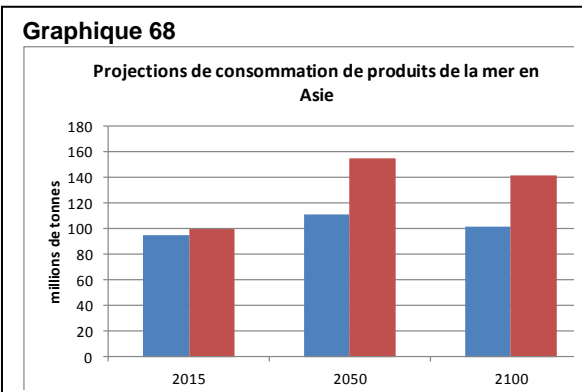
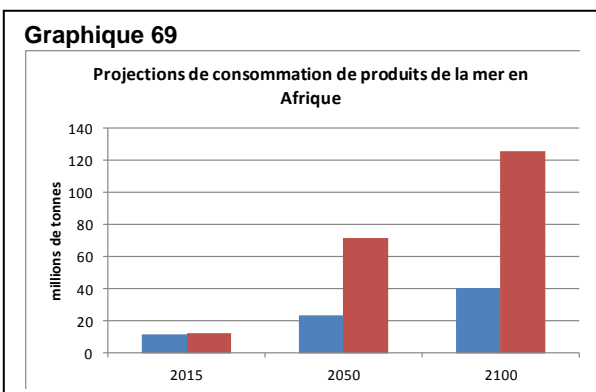
L'Asie continuera naturellement pendant plusieurs décennies et jusqu'à la fin du siècle, comme principal pôle consommateur de produits halieutiques. En grande partie, la consommation asiatique continuera approvisionnée par la production asiatique. L'Amérique du Nord et l'Océanie ne devront pas trouver de difficulté à augmenter la production de ces deux régions au même rythme que leur consommation. Pour l'Amérique latine et les Caraïbes, si la volonté politique de développer l'aquaculture se confirme, les grands bassins d'eau douce et les eaux littorales ne devront pas tarder à produire de grandes quantités d'espèces très variées.

En Europe, la diminution des captures et les difficultés d'augmenter substantiellement la production aquacole rendent probable des besoins accrus d'importation de produits halieutiques.

En Afrique, bien qu'il existe de bonnes conditions pour la croissance de la production aquacole, il n'en est pas moins qu'il s'agit d'une course entre l'augmentation de cette production et celle de la consommation.

Figure 76. Evolution de la population mondiale selon l'ONU





Source : INFOPECSA et U.N. World Population Prospects –revision 2012

- hypothèse 1 : niveau de consommation 2010 par habitant maintenu tout au long du XXIème siècle.
- hypothèse 2 : niveau de consommation annuel par habitant 2015 actualisé et 30kg à partir de 2050.

42.3. L'Afrique : un marché halieutique en pleine expansion

L'image de l'Afrique pourvoyeuse de matières premières pour les marchés « du nord » a bien changé. En effet, la production halieutique africaine a sensiblement augmenté au lendemain de la seconde guerre mondiale, passant de 1 million de tonnes capturées en 1945 à 4 millions de tonnes lors des indépendances pendant les années 1970. Actuellement (2011) les captures sont de l'ordre de 7,5 millions de tonnes. Au cours des dernières 30 années, les captures africaines ont augmenté en moyenne de 2,33% par an, un peu moins que l'augmentation de la population du continent pendant cette période, qui a été de 2,55% par an. La différence, naturellement, c'est que la population du continent continuera à croître encore pendant un bon nombre d'années, tandis que les ressources naturelles halieutiques sont déjà exploitées à leur potentiel maximum.

Par contre l'aquaculture se développe très rapidement dans beaucoup de pays. L'aquaculture africaine n'a dépassé la marque des 100.000 tonnes par an qu'en 1991. Depuis lors, elle croît à un rythme de 13,77% par an, ayant dépassé les 1,5 millions de tonnes en 2011. L'aquaculture était responsable de 0,2% de la production halieutique totale de l'Afrique en 1951. Cette part est passée à 2% en 1991 puis à 20% en 2011. L'Afrique compte 4 grands pays producteurs aquacoles : l'Égypte, le Nigéria, la Tanzanie et l'Ouganda, qui sont responsables de 93% de la production aquacole du continent. Cependant de nombreux autres pays, comme le Kenya, le Ghana, la Zambie et Madagascar, entre autres, développent rapidement cette activité également.

Néanmoins, c'est dans la consommation que l'Afrique montre pleinement son dynamisme. Ayant dépassé le milliard d'habitants en 2009, la population du continent croît à un rythme de 2,5% par an.

Avec une consommation africaine de 9,4 kg par habitant en 2009 (selon la FAO), ce sont 9,4 millions de tonnes qui ont été consommées cette année. Avec un prix moyen au détail de USD 5,00/kg, le marché africain des produits halieutiques peut donc s'estimer à USD 47 milliards pour cette année 2009, y compris les USD 3,4 milliards de produits importés (USD 5,6 milliards en 2013). À titre de comparaison, les exportations africaines de produits halieutiques ont été de USD 4,5 milliards cette année, soit moins de 10% du marché intérieur continental (USD 5,2 milliards en 2013). Ce qui impressionne, c'est que la croissance de la consommation, au cours des 5 années précédentes, a atteint 10% par an, effet conjoint d'une plus grande consommation par habitant et de la croissance démographique. À ce rythme, le marché africain pour poissons, mollusques et crustacés pourrait bien doubler avant 2025. 12 pays africains consomment déjà plus de 19 kg par habitant et par an, dont le Cameroun, le Sénégal, ou le Ghana, et 3 pays, Gabon, Sierra Leone et Seychelles en consomment plus de 30 kg.

Le rythme de croissance des importations africaines au cours des dernières 15 années (7,9% par an en moyenne) dépasse de loin celui de ses exportations (2,4% par an en moyenne pendant cette même période) et illustre bien les besoins de ce grand marché. Plusieurs exportateurs d'autres continents n'ont pas attendu pour se faire présent sur ce marché, que ce soit la Chine qui y exporte des quantités croissantes de tilapias congelés, la Hollande qui a au Nigéria son principal client pour ses exportations de harengs, ou même l'Uruguay qui place en Afrique 1/3 de ses exportations, particulièrement des courbines au Nigéria.

42.4. L'attractivité des marchés pour les produits marocains

Il y a plusieurs manières de juger l'attractivité des marchés pour les produits marocains, et cette attractivité est relative selon que l'on examine le secteur halieutique comme un grand ensemble, selon la manière de classer les produits ou encore selon les caractéristiques des entreprises. Par ailleurs, il existe des dizaines de variables pour classer les marchés, par pays, par exemple, par centrales de distribution multinationales (cas des grandes chaînes internationales de supermarchés), par de différentes façons de classer les produits, que ce soit par espèce ou par mode de présentation. Et il y a également le facteur humain des entreprises, de sensibilités et de capacités d'ententes entre acheteurs et vendeurs. Ce dernier facteur est rarement cité car difficilement mesurable - mais très souvent c'est lui qui fait toute la différence.

Une entreprise exportatrice marocaine peut ainsi se développer facilement sur les marchés d'Europe de l'Est tandis qu'une autre le fera plutôt sur le marché hollandais et une autre encore sur le marché espagnol. C'est respectivement le cas des entreprises SARMAFISH, Maroc Fish et Don Felix (voir annexe).

Une variable qui n'est pas souvent mentionnée dans les analyses des marchés halieutiques concerne les diasporas nationales. Si l'on considère la diaspora chinoise de par le monde, par exemple, on comprend mieux pourquoi les Etats Unis (ou vivent 3,5 millions de chinois) constituent le second plus grand marché importateur de concombres de mer, après la Chine. À son échelle, le Maroc compte également une importante diaspora distribuée dans une centaine de pays, de quelques 4,5 millions de personnes, équivalente à 13% de la population établie au Maroc. Les deux tiers de cette diaspora marocaine se trouvent dans 4 pays : la France, l'Espagne, la Hollande et la Belgique. Les communautés marocaines hors du Maroc représentent naturellement des marchés privilégiés pour « des produits bien de chez nous » mais également des intermédiaires de grande valeur entre les producteurs marocains et les entreprises importatrices des pays où ils vivent et qu'ils connaissent bien, en particulier leurs mentalités et leurs façons de faire des affaires.

Le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH) est sans doute passible de critiques sur sa manière de classer les groupes de produits de la mer, mais il a le grand avantage d'exister et de présenter des chiffres que l'on peut analyser et comparer. Les analyses du chapitre 2 sont basées sur les statistiques du SH qui permettent de comprendre l'évolution des exportations marocaines au cours des dernières années.

De même, la section MAR (Market Analysis and Research) du Centre de Commerce International a utilisé ces statistiques du SH associées à d'autres (balance commerciale globale, PIB, avantages fiscaux et tarifaires, commerce total avec le Maroc...), selon une méthodologie spécifique, pour obtenir une classification des marchés présentant les meilleurs taux d'attractivité (voir annexe 1).

D'une manière générale, les 8 pays les plus attractifs selon cette méthodologie sont, dans l'ordre : l'Espagne, la France, l'Italie, l'Allemagne, le Portugal, les États-Unis, le Royaume Uni et la Belgique. En autres mots, ce sont des pays de l'Union Européenne et les Etats Unis d'Amérique.

Naturellement, quand on détaille les groupes de produits, certains de ces pays changent ou leur ordre d'attractivité. Ainsi pour les conserves, si l'Espagne et la France continuent en tête, l'ordre change pour d'autres pays, et l'Allemagne et le Portugal sont remplacés par les Pays Bas et la Suisse.

Tableau 22. Les caractéristiques des marchés attractifs (1)

Produits de la Mer	Marché 1	Marché 2	Marché 3	Marché 4
	Espagne	France	Italie	Allemagne
Critères attractifs du marché potentiel pour les entreprises marocaines (ex. tendance de prix en hausse, accord commercial, etc.)	Proximité géographique; tradition d'échanges commerciaux; consommation annuelle de 1,95 millions de tonnes et importations annuelles de 1,97 millions de tonnes, dont 77.500 tonnes du Maroc (2013).	Proximité géographique; tradition d'échanges commerciaux; facilité de langue; consommation annuelle de 2,17 millions de tonnes et importations annuelles de 1,90 millions de tonnes dont 4.139 tonnes du Maroc (2013)	Consommation annuelle de 1,52 millions de tonnes et importations annuelles de 1,35 millions de tonnes, dont 105.000 tonnes du Maroc.	Consommation annuelle de 1,21 millions de tonnes et importations annuelles de 1,83 millions de tonnes, dont 3.000 tonnes du Maroc
Critères minimums requis permettant d'entrer sur le marché cible (« order qualifying criteria »)	Être sur la liste des entreprises marocaines autorisées à exporter des produits de la mer à l'Union Européenne (voir annexes 2 et 3) Si l'entreprise n'est pas encore sur cette liste et si ses installations et méthodes de travail sont conformes aux exigences européennes, en faire la demande auprès de l'ONSSA			
Critères permettant de remporter un contrat/marché (« Order winning criteria »)	Qualité des Produits (en accord avec les normes sanitaires internationales et avec des critères gastronomiques) Régularité des envois Prix (ces trois critères sont dans cet ordre. Si les deux premiers sont garantis, le troisième peut être discuté)			
Autres facteurs entrant en ligne de compte (ex. délai de paiement, coût, temps, etc.)	Diaspora marocaine estimée à 792.000 personnes. Les contacts commerciaux en espagnol sont un plus	Diaspora marocaine estimée à 1.314.000 personnes.	Diaspora marocaine estimée à 525.000 personnes. Les contacts commerciaux en italien sont un plus	Diaspora marocaine estimée à 120.000 personnes. Les contacts commerciaux en allemand sont un plus

Tableau 23. Les caractéristiques des marchés attractifs (2)

Produits de la Mer	Marché 5	Marché 6	Marché 7	Marché 8
	Portugal	États Unis	Royaume Uni	Belgique
Critères attractifs du marché potentiel pour les entreprises marocaines (ex. tendance de prix en hausse, accord commercial, etc.)	Proximité géographique, consommation annuelle de 602.000 tonnes et importations annuelles de 598.000 tonnes, dont 18.400 tonnes du Maroc.	consommation annuelle de 6,75 millions de tonnes et importations annuelles de 4,57 millions de tonnes, dont 1.600 tonnes du Maroc.	consommation annuelle de 1,23 millions de tonnes et importations annuelles de 1,24 millions de tonnes, dont 3.460 tonnes du Maroc.	consommation annuelle de 277.000 tonnes et importations annuelles de 572.000 tonnes, dont 7.360 tonnes du Maroc.
Critères minimums requis permettant d'entrer sur le marché cible (« order qualifying criteria »)	Être sur la liste des entreprises marocaines autorisées à exporter des produits de la mer à l'Union Européenne (voir annexes)	Les unités de production doivent être enregistrées auprès du FDA.	Être sur la liste des entreprises marocaines autorisées à exporter des produits de la mer à l'Union Européenne (voir annexes)	
Critères permettant de remporter un contrat/marché (« Order winning criteria »)	Qualité des Produits (en accord avec les normes sanitaires internationales et avec des critères gastronomiques) Régularité des envois Prix (ces trois critères sont dans cet ordre. Si les deux premiers sont garantis, le troisième peut être discuté)			
Autres facteurs entrant en ligne de compte (ex. délai de paiement, coût, temps, etc.)	Diaspora marocaine estimée à 4.000 personnes. Les contacts commerciaux en portugais sont un plus	Diaspora marocaine estimée à 150.000 personnes. Les contacts commerciaux en anglais sont indispensables.	Diaspora marocaine estimée à 70.000 personnes. Les contacts commerciaux en anglais sont indispensables.	Diaspora marocaine estimée à 408.000 personnes. Les contacts commerciaux en flamand sont un plus.

42.5. Conclusions sur les principales options de marché

Il n'y a pas de doutes que l'Europe constitue actuellement, et de loin, le principal marché pour les produits de la mer marocain. En Europe, le principal marché est naturellement l'Espagne, de par sa proximité géographique, sa forte consommation des produits de la mer et ses relations de longue date avec les producteurs halieutiques marocains. La France représente également un marché important de par ses relations traditionnelles avec le Maroc, y compris par la force de la diaspora marocaine en France. Les exportations marocaines enregistrées en 2013 peuvent augmenter assez largement. D'autres pays, comme l'Allemagne ou le Royaume Uni peuvent également augmenter largement leurs importations en provenance du Maroc, en particulier pour des produits finis destinés directement à la consommation.

Toutefois, chaque fois plus, d'autres régions du globe, en particulier l'Afrique, présentent des tendances de forte croissance de leurs consommation de produits de la mer, tandis que la demande européenne restera stable.

La connaissance de ces marchés émergents par les exportateurs marocains est importante à cultiver pour pouvoir les mettre à profit, en particulier avec des produits qui seront fournis par l'aquaculture marocaine.

43. CONCLUSIONS GENERALES

Ce rapport présente une approche du secteur halieutique marocain par rapport aux actuels marchés internationaux de ses divers produits, ainsi que l'appréciation de la possible évolution du marché mondial des produits halieutiques au cours des prochaines années.

Il nous permet de mieux considérer l'objectif du projet MOR/20/137A de Développement des Exportations pour la Création de l'Emploi (EDEC), particulièrement celui des femmes et des jeunes.

Le fait que le premier marché des produits halieutiques marocains soit l'Europe est parfaitement normal quand on considère la situation géographique du Royaume, situé à une distance de 15 km du continent européen et justement de l'un de ses principaux marchés consommateurs : l'Espagne. L'Europe est particulièrement acheteuse de produits frais, de crevettes et de poulpes congelés, ainsi que de conserves de petits pélagiques (sardines, maquereaux, anchois). Les marchés européens sont cependant très dynamiques et la présence directe sur le marché, en particulier lors des expositions internationales de produits halieutiques permet de se maintenir actualisé et d'adapter les productions en conséquence des évolutions des marchés.

C'est sans surprise également que nous constatons que les pays africains, en particulier ceux de la côte Atlantique et de la Méditerranée, constituent le second grand marché pour les produits marocains, en particulier les conserves de petits pélagiques ainsi que quelques poissons congelés.

En Asie, c'est surtout le Japon qui s'intéresse, de façon irrégulière, selon les aléas de la production de poulpes asiatiques, aux poulpes congelés marocains.

Aux Amériques, nous avons les Etats Unis qui achètent des conserves haut-de-gamme, et le Brésil qui achète des sardines congelées pour les mettre en boîte dans ses propres conserveries.

En tout, ce sont quelques 150 pays différents qui achètent directement au Maroc, sans compter les réexportations des traders hollandais, espagnols ou belges. Les produits marocains exportés à tous ces pays sont visiblement en accord avec toutes les normes internationales et nationales qui s'y appliquent. Cependant, pour la plupart de ces 150 pays, ce sont de petites ou de très petites quantités qui sont exportées, ce qui laisse penser qu'il s'agit là d'expériences avec des clients éventuels.

Nous constatons donc que les produits marocains arrivent bien, en quantités très variables, pratiquement partout dans le monde.

Les produits demandant le plus de main d'œuvre sont ceux où les activités de transformation sont par nature très manuelles. C'est le cas des conserveries, où les sardines sont mises en boîte manuellement,

c'est également le cas des entreprises de transformation des crevettes où l'étêtage et le décorticage sont largement manuels.

Les industries de transformation des crevettes ainsi que celles des anchois méritent une mention spéciale car ce sont des industries qui importent leurs matières premières pour les réexporter traitées. Cela fournit justement de l'emploi, particulièrement à des femmes et à des jeunes. La transformation des crevettes et des anchois montre que lorsqu'on parle de développer l'exportation des produits de la mer pour créer des emplois, ces produits de la mer ne doivent pas nécessairement provenir de la production primaire marocaine. Il peut également provenir d'importations de matières premières diverses. L'importation – traitement – réexportation est d'ailleurs une activité en cours dans plusieurs pays. C'est par exemple le cas de la Chine qui importe du colin d'Alaska pour le fileter et le réexporter, c'est le cas de la Thaïlande qui importe du thon congelé pour le réexporter sous forme de conserves, c'est le cas également du Mexique et ses divers établissements de transformation à la frontière des Etats Unis (appelés « maquiladoras »).

Les plats cuisinés à base de poissons constituent également des produits demandant une main d'œuvre importante et qu'il serait possible de développer au Maroc pour l'exportation. Encore faudra-t-il naturellement bien choisir quels plats cuisinés préparer, en accord avec les potentiels clients, tout en vérifiant leur effective viabilité économique du coût de production et de distribution par rapport aux prix de vente possibles.

Quelques pays importent et réexportent des produits halieutiques rien que pour des motifs commerciaux dans la logique du *trading* de bien contrôler les sources d'approvisionnement ainsi que les clients destinataires qui leur font confiance. L'idéal naturellement c'est de pouvoir joindre le contrôle du commerce international des produits aux travaux de transformation de la matière première et de ne pas être seulement un fournisseur de main d'œuvre relativement bon marché. La diaspora marocaine dans plusieurs pays, notamment européens, est un élément très positif pour un meilleur contrôle de la chaîne de distribution.

Le secteur halieutique du Maroc jouit d'une perspective d'avenir très prometteuse : la consommation mondiale de poissons, de crustacés et de mollusques se trouve en pleine expansion. La proximité du riche marché européen (même s'il s'agit d'un marché décroissant) est complémentaire à la proximité d'un marché africain en très forte expansion (même si son pouvoir d'achat est encore assez restreint).

Pour la continuation du projet et le développement d'activités d'exportation qui puissent effectivement permettre de nouveaux emplois en particulier de femmes et de jeunes, c'est spécialement auprès des entreprises déjà exportatrices (c'est-à-dire enregistrées soit à la DG-SANCO, soit au FDA, soit encore auprès des autorités compétentes d'autres pays importateurs), spécialement dans le domaine de la transformation demandant de la main d'œuvre, qu'il faudra travailler. Ces entreprises ont déjà des clients et c'est avec ces clients qu'elles pourront définir des nouveaux produits tout en cherchant à diversifier leurs carnets de commandes également avec de nouveaux clients. Toute activité de commercialisation cherche à adapter les produits, les prix, les réseaux de distribution, et les activités de promotion aux marchés visés.

D'un autre côté, les contacts avec des acheteurs internationaux doivent se faire sur la base de produits déjà définis et de premières productions expérimentales : les acheteurs, qu'ils soient grossistes, supermarchés ou *traders* ne sont accessibles que pour discuter des propositions concrètes ou les parties sont bien identifiées et les produits déjà existants, même si ceux-ci peuvent être modifiés selon les demandes spécifiques de l'acheteur.

Les parties prenantes, qui sont les entreprises intéressées et qui seront bénéficiaires par le projet pour qu'elles puissent embaucher du personnel, devront donc manifester leurs besoins spécifiques concernant leurs produits et leurs clients actuels. Chaque cas sera un cas, avec une gamme de produits destinés à un ensemble de clients bien identifiés, situés à divers niveaux de la chaîne de distribution, avec une analyse des prix et des coûts de production et de distribution.

Pour trouver des marchés et des clients pour une gamme de produits, il n'y a pas de secrets : il faut se rendre sur ces marchés, proposer et discuter avec les clients existants ou potentiels. Le prochain pas très rapide (sous peine d'oubli ou de ne pas être pris au sérieux) est d'envoyer des échantillons. Si ceux-ci sont acceptés, les premières commandes ne tarderont pas.

Chapitre 6. Plan de travail sectoriel

44. RECOMMANDATIONS POUR LE SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Tableau 24. Recommandations pour le secteur des produits de la mer

RECOMMANDATIONS	Type d'activité	Acteurs impliqués	Institutions d'appui	Indicateurs de progrès	Activités de mise en œuvre principales préconisées
Régulariser l'approvisionnement	Approvisionnement /Amont	- Transformateurs - Exportateurs de frais - Consommation nationale	- MPM - MPM, Marine et gendarmerie royales, ONP - Marine et gendarmerie royales, ONP - DPM, ONP	Tx de croissance approvisionnement Tx de croissance de l'utilisation de la capacité de production Tx de croissance des exportations	- Modernisation de la flotte - Respect du repos biologique - Lutte contre capture de juvéniles - Contrôle au débarquement et à la criée
Contrôle des outils de pêche et du zonage des pêcheries (mailles des filets, type,...)	Approvisionnement /Amont	INRH, MPM, FENIP	MCE, MPM		Contrôle des prises et mise en valeur de cette action
Protection de la biodiversité en voie de disparition	Amont	Toutes les entreprises	FENIP, INRH		Protéger les espèces vulnérables est un acte qui encourage l'image de marque et de ce fait l'export et l'acceptabilité auprès des citoyens occidentaux
Encourager et mieux encadrer la transformation des coproduits	Approvisionnement Production	Entreprises de fabrication de la FHP Entreprises de transformation des produits de la mer	ONP, FENIP, ANAFAP, MPM	Tx d'utilisation de la capacité de production des FHP Tx de croissance des exportations FHP Ventilation des captures par destination (statistiques ONP)	Assurer un quota pour les entreprises de la FHP Encourager et systématiser la récupération des coproduits
Valorisation des huiles et des déchets rejetés par les entreprises	Production	Toutes les entreprises	FENIP, MCE		Plans de gestion des déchets et valorisation
Mise à niveau des infrastructures industrielles en exploitant l'appui du FODEP (fonds de dépollution industrielle) pour les stations d'épuration	Production	Entreprises, MDE	MCE	Nombre d'entreprises ayant réalisé une station d'épuration	Programme d'Appui du FODEP (40% de la subvention acquise)

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DU CUIR

Renforcer les infrastructures d'analyses laborantines et mise à niveau des laboratoires pour effectuer les analyses actuellement non réalisées au Maroc	Approvisionnement Production Commercialisation	Toutes les entreprises du secteur	INRH, ONSSA, Laboratoires privés OFPPPT DPM EACCE	Nombre de nouveaux tests « rapatriés » au Maroc Nombre de nouv. Labo créés. Nombre de nouv. Laborantins recrutés	Renforcer les moyens des structures existantes Créer de nouvelles structures en région Former plus de laborantins, notamment les jeunes et les femmes Soutien technique fourni Equipement
Former une main d'œuvre compétente dans les métiers des produits de la mer et les métiers d'appui	Transformation	Entreprises de transformation et de valorisation des produits de la mer	INRH, OFPPPT, Centres privés	Nb. de disciplines pertinentes ajoutées Nb de jeunes formés Nb de centres créés	Introduire de nouvelles disciplines dans les centres de formation existants Créer de nouveaux centres de formation dans les principaux pôles
Audits production pour la minimisation des charges	Production	Toutes les entreprises	MCE, MCINET	Nb d'audits réalisés % de réduction des charges	Réduction des coûts de production par des audits énergie, matière, eau
Développer le parc aquacole (huitres notamment) avec l'environnement qui l'accompagne	Production	FENIP, MPM, ANDA	MCE, MPM, ANDA		Mise en place des conditions de développement de la filière aquacole
Certification des entreprises	Production, commercialisation	Toutes les entreprises	MCINET, MCE	Nb de nouvelles entreprises du secteur certifiées	Encourager la certification, 14000, RSO, 9000, protection de la biodiversité...
Renforcer l'infrastructure portuaire du pays	Commercialisation - Distribution	Entreprises exportatrices des produits de la mer	Ministère de l'équipement et de la logistique	Nb et montant des programmes d'équipement des ports dans les régions concernées	Mettre à niveau les ports commerciaux des régions productrices des produits de la mer
Encourager la formation de clusters spécialisés (zones industrielles et/ou consortiums complémentaires) et créer de la synergie entre les entreprises	Organisation du secteur et des entreprises exportatrices	Toutes les entreprises du secteur FENIP et associations	Ministère de l'Équipement et de la logistique Ministère des pêches maritimes Ministère du commerce et de l'industrie Ministère du commerce extérieur FENIP ONP, ONDA	Nb de nouveaux clusters formés dans l'industrie Nb d'entreprises faisant partie de ces clusters	Initier la création de clusters spécialisés dans les régions à travers la création des premières structures Accélérer l'aménagement des zones industrielles du littoral pour faciliter l'implantation et l'extension si besoin des unités industrielles Intégrer et encourager la formation de tels consortiums dans SYNERGIA Créer une synergie et de meilleurs liens entre les entreprises exportatrices

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Appui à la création d'un crédit maritime pour le financement des entreprises du secteur	Financement Export	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	FENIP, CCG, Maroc export, GPBM	Mise en place dudit financement	Mise en place d'un crédit pêche et produits de la mer
Développement Nouveaux produits Développer de nouveaux produits à l'exportation et comprendre pourquoi les entreprises n'utilisent pas les outils de NPD et comment les soutenir dans leurs efforts pour les encourager à l'innovation	Innovation Commercialisation	Toutes les entreprises	INRH, Centre marocain de l'innovation DPM Centre technique de valorisation des produits de la Pêche (Agadir) MPM. ANDA, Designers, Maroc Export, Industrie pharmaceutique, Centres de recherche	Nb et valeur de nouveaux produits à l'exportation % du chiffre d'affaires des entreprises alloués à la R-D.	Analyse des outils disponibles et soutien aux institutions et acteurs pour développer le NPD et l'encourager. Activation et utilisation des moyens et instruments existants au service de la NPD. Encourager l'innovation Encourager le design de nouveaux emballages Étudier les besoins et goûts de nouveaux marchés étrangers
Développement d'appellations d'origine garantie /contrôlée (produits de terroir)	Commercialisation	Toutes les entreprises et surtout exportatrices	ONSSA MCE FENIP	Nombre d'AOC/AOG	
Besoin d'une veille d'accès au marché sur les accords commerciaux signés et leurs clauses ainsi que les BNT et des données statistiques sur les partenaires commerciaux	Information Législation	Les entreprises exportatrices	DPM FENIP UNICOOP ANICOM	Mise en place de la plateforme	Création d'une application informatique intégrant ces données et assurant une aide à la prise de décision lors de négociations d'accords commerciaux avec des pays partenaires du Maroc
Besoin d'une veille technologique sur les équipements et procédés de fabrication utilisés au Maroc et aussi à l'étranger	Information	Toutes les entreprises	DPM	Mise en place de l'outil de veille	Création d'un outil de veille technologique
Accompagnement de l'analyse statistique, réalisation d'études sur les tendances des marchés étrangers et prospection sur les produits vendus	Information Prospection	FENIP, Entreprises susceptibles d'exporter	MCE Maroc Export ASMEX	Réalisation du coaching Création de l'observatoire	Coaching en analyse statistique pour pouvoir analyser les statistiques commerciales et interpréter les tendances. Créer un observatoire du marché international du poisson Systématiser l'étude des tendances dans les missions de Maroc export Veille sur les habitudes des consommateurs
Préparation et dissémination de rapports analytiques réguliers sur le commerce international des produits de la mer marocains, adaptés aux besoins des entreprises.	Information Prospection	Toutes les entreprises exportatrices et potentiellement exportatrices	INFOSAMAK MCE FENIP	Rapports publiés	Rapports adaptés aux besoins des entreprises et disponibles pour les entreprises.

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DU CUIR

Cibler des marchés moins exigeants autres que le marché européen et américain	Prospection	Toutes les entreprises	MCE, Maroc export		Prospecter d'autres marchés avec leurs contraintes
Etudier plus profondément le marché turc notamment ses conditions	Prospection	Entreprises exportatrices	MCE, FENIP, MCE	Enlèvement effectif des contraintes douanières	Lever les contraintes douanières sur le marché turc d'un commun accord avec les deux états
Mobilisation des attachés commerciaux des ambassades marocaines sur le thème des marchés des produits de la mer et de leurs opportunités	Information Prospection	Entreprises exportatrices	MAEC MCE FENIP	Rapports envoyés	Rapports réguliers sur opportunités des marchés
Dissémination de l'information (Maroc export...)	Information, Prospection	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	FENIP, ASMEX, MCE, Maroc export	Mailings et rapports envoyés Mise sur le site de Maroc Export des informations en question	Disséminer par mailing ou le site de Maroc export des informations disponibles
Formation à l'international	Promotion	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	MCE Maroc Export FENIP ASMEX	Mise en place effective du programme en question	Mettre en place un programme intégré de formation adapté aux besoins de l'industrie et destiné notamment pour les jeunes et les femmes
Développement et dissémination d'histoires réelles/romancées (story telling) sur le secteur halieutique marocain	Promotion	FENIP INFOSAMAK MCE		histoires	Peut-être, insérer ce genre d'histoires dans le magazine de Maroc Export
Développement de plans d'offensives commerciales par sous-secteur, selon le consensus de leurs entreprises.	Plans d'expansion commerciale	AMASCOP ANAFAP APROMER FIPROMER UNICOP ANICOM FENIP MCE Maroc Export		Plans et résultats	
Outils d'accompagnement à l'export	Export	Entreprises exportatrices	MCE	Examen de la nature des assouplissements	Assouplir les outils d'accompagnement en revoyant les conditions
Plus de visibilité des produits de la mer à l'étranger	Export	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	MCE, Maroc export, entreprises	Mise en place effective des présentoirs	Mise en place de présentoir dans plusieurs pays pour faire valoir et montrer les produits de la pêche
Buyers and sellers meeting entre acheteurs/vendeurs marocains et acheteurs/vendeurs latino-américains	Export	Entreprises exportatrices	INFOPECSA et INFOSAMAK MCE	Réalisation de la rencontre, rapport Nombre d'entreprises	Rapprochement commercial

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

			FENIP	bénéficiaires	
Encourager les partenariats entre entreprises marocaines exportatrices et entreprises étrangères	Export	Toutes entreprises	FENIP, ASMEX, Maroc Export, entreprises MCE	Nombre de partenariats réalisés	
Encourager les relations avec les Tradings	Commercialisation	Toutes les entreprises	FENIP ASMEX Maroc Export	Nombre de partenariats réalisés Tx de croissance du chiffre d'affaires réalisé à travers les tradings	Mettre en relation les entreprises du secteur avec les Tradings
Rapprochement commercial entre le Maroc et l'Amérique latine sur les produits halieutiques	Rapprochement commercial	Entreprises exportatrices	MCE FENIP INFOSAMAK et INFOPECA	Contrats effectivement signés Tx de croissance des exportations sur cette région	
Ouverture d'antennes et implantation d'entreprises à l'étranger	Commercialisation Export	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	Entreprises MCE FENIP Maroc export	Nb d'antennes ouvertes A moyen terme, % du CA réalisé à travers ces antennes	Encourager l'ouverture de points de vente à l'étranger Outils d'accompagnement et de facilitation pour les entreprises à s'installer à l'étranger pour mieux prospecter et exporter
Instaurer une communication régulière et fluide avec les autorités de tutelle	Chaîne de valeur entière	Toutes les entreprises du secteur	FENIP, MPM, MCE, ANDA, ONP, ONSSA, EACCE, Maroc Export	Mise en place et systématisation des réunions	Réunions régulières entre les associations / fédérations et autorités de tutelle et d'appui
Comprendre et analyser si le soutien que EDEC va apporter au secteur des produits de la mer peut créer des synergies avec des projets existants ou nouveaux projets du DPM pour les soutenir suivant les besoins	Chaîne de valeur entière	Toutes les entreprises du secteur	DPM, FENIP, MCE	Réalisation de l'analyse	Comprendre et analyser si besoin de soutien sur nouveaux projets tels que étude de la filière des petits pélagiques (2015), étude qui contient des analyses de chaîne de valeur et des études de marchés cibles pour le secteur

45. INTEGRATION DES DIMENSIONS GENRE ET JEUNES

Tableau 25. Intégration verticale des dimensions genre et jeunes

Titre Projet	Objectif	Institution d'appui	Partenaires	Activités de mise en œuvre du projet
Développement d'un système d'information des entreprises exportatrices	Ce projet vise à appuyer le CMPE à développer un Système d'information des entreprises exportatrices où les données seraient notamment désagrégées par sexe et par âge	Maroc Export	Ministère du Commerce extérieur Institutions d'appui au Commerce Les associations professionnelles sectorielles	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conception, développement et implantation d'un système d'information des entreprises exportatrices pour notamment la gestion d'une base de données désagrégées par sexe et par âge. ➤ Développement d'une interface web pour rendre accessible cette base de données par les différentes institutions partenaires du projet EDEC (IAC, associations professionnelles, entreprises exportatrices, etc.). ➤ Identification et réalisation d'actions ciblées au profit des femmes et des jeunes gérants d'entreprises exportatrices (sensibilisation, formation, leadership féminin et jeune, etc.). ➤ Définition du cahier de charges pour la mise en place de deux prix annuels femme et jeune dans le cadre des trophées de l'export.
Renforcement des capacités du Club Export de l'AFEM	Ce projet vise à renforcer les capacités du Club export de l'AFEM en vue d'accompagner ses membres en matière d'export	AFEM – Club Export	Ministère du Commerce extérieur Institutions d'appui au Commerce (CMPE, ASMEX, SMAEX, etc.) Les associations professionnelles sectorielles	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identification et mise à disposition des membres du Club Export d'une expertise en marketing et commerce international. ➤ Accompagnement individuel, coaching et participation à des foires internationales de femmes cheffes d'entreprises exportatrices de l'AFEM. ➤ Développement d'un module de formation en commerce international et sa dispensation aux jeunes femmes participant au programme de formation de création d'entreprises. ➤ Démarchage d'entreprises exportatrices (dans les 3 secteurs ciblés par le projet) dirigées par des femmes et non encore membres de l'AFEM.
Appui à la stratégie du CJD en matière d'export	Ce projet vise à appuyer le CJD en vue de la mise en œuvre de sa stratégie en matière d'export	CJD – Maroc	Ministère du Commerce extérieur Institutions d'appui au Commerce Les associations professionnelles sectorielles	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Portage de PME membres du CJD-Maroc à l'international par des grandes entreprises nationales. Le porteur met à disposition de la PME ses réseaux, son expérience sur le territoire en question, ses pratiques et les moyens qu'il a mis en place. ➤ Mise en place d'un système de Mentoring de jeunes entreprises exportatrices membres du CJD-Maroc par une entreprise expérimentée à travers un accompagnement de 12 mois. ➤ Organisation de missions (ou caravanes) d'export dans les pays d'Afrique subsaharienne avec lesquels le CJD-Maroc a développé des liens, notamment le Gabon, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, la Mauritanie, etc.

Tableau 26. Intégration transversale des dimensions genre et jeunes

Titre	Objectif	Institution d'appui	Partenaires	Activités de mise en œuvre du projet
Sessions de formation en leadership féminin	Ces sessions de formation visent l'accompagnement des femmes cadres des entreprises des 3 secteurs (20 femmes par secteur) en vue de leur permettre d'accéder à des postes de responsabilité	Entreprises des 3 secteurs PME, TPE Coopératives	Ministère du Commerce extérieur	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sélectionner le personnel cadre et staff féminin de PME, TPE et coopératives des 3 secteurs ciblés ➤ Organiser 3 sessions de formation en vue de renforcer leurs capacités administratives (leadership féminin)
Sensibilisation des DRH des entreprises des 3 secteurs ciblés en	Cette session vise la sensibilisation des DRH des entreprises (employant des femmes et des jeunes) des 3 secteurs ciblés en matière d'intégration des dimensions genre et jeunes dans le processus de gestion des ressources humaines (GRH)	Entreprises des 3 secteurs employant des femmes et des jeunes PME, TPE Coopératives	Ministère du Commerce extérieur	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sélectionner les DRH des entreprises, employant des femmes et des jeunes, des 3 secteurs ➤ Organiser un séminaire de sensibilisation des DRH en matière d'intégration des dimensions genre et jeunes dans le processus de gestion des ressources humaines (GRH) : recrutement, promotion, formation, évaluation de rendement, conciliation travail- famille, etc.
Sensibilisation au profit des responsables des associations professionnelles sectorielles	Cette session vise à sensibiliser les responsables des associations professionnelles des 3 secteurs ciblés pour une plus grande représentativité des femmes et des jeunes dans leurs associations	Associations professionnelles des 3 secteurs ciblés	Ministère du Commerce extérieur	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sélectionner des responsables des associations professionnelles des 3 secteurs ciblés ➤ Organiser un séminaire de sensibilisation au profit de ces responsables

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

RECOMMANDATIONS	Type d'activité	Acteurs impliqués	Institutions d'appui	Indicateurs de progrès	Activités de mise en œuvre principales préconisées	Activités proposées par les sections techniques	Durée des activités	Séquençage des activités entre 2015 et 2017
					Maroc			
4. Accompagnement de l'analyse statistique, réalisation d'études sur les tendances des marchés étrangers et prospection sur les produits vendus	Information Prospection	FENIP, Entreprises susceptibles d'exporter	MCE Maroc Export ASMEX INFOSAM AK	Réalisation du coaching Création de l'observatoire	Coaching en analyse statistique pour pouvoir analyser les statistiques commerciales et interpréter les tendances. Créer un observatoire du marché international du poisson Systématiser l'étude des tendances dans les missions de Maroc export Veille sur les habitudes des consommateurs	Programme de formation en analyse de marchés (Formation en ligne, suivi de 2 ateliers : analyse statistiques et conditions d'accès aux marchés et coaching à distance) destinés aux IAC, acteurs clés et réseau de consultants nationaux. À déterminer ultérieurement	1 an	Début 2015- Fin 2015
5. Préparation et dissémination de rapports analytiques réguliers sur le commerce international des produits de la mer marocains, adaptés aux besoins des entreprises.	Information Prospection	Toutes les entreprises exportatrices et potentiellement exportatrices	INFOSAM AK MCE FENIP	No. Personnes formées Rapports publiés localement	Formation pour la rédaction de rapports Rapports adaptés aux besoins des entreprises et disponibles pour les entreprises.	À déterminer ultérieurement		
6. Cibler des marchés autres que le marché européen et américain	Commercialisation	Toutes les entreprises	MCE, Maroc export	Études réalisées. Atelier de partage d'information des résultats des études.	Prospecter d'autres marchés avec leurs contraintes	1) Réaliser étude de marchés sur les possibilités offertes par les marchés alternatifs, avec une série de recommandations et identifications d'opportunités donnant lieu à des plans d'offensives commerciales (activité 9) Lien avec activité 11.c Lien avec activité 6 dans laquelle une identification des tradings spécialisés dans les produits de la Mer peut être réalisée. 2) Atelier de restitution avec présentation des opportunités (1j) aux acteurs du secteur	Préparation 20j par étude Préparation de l'atelier 3j	Q1 /Q2 2015 Q2 2015

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DU CUIR

RECOMMANDATIONS	Type d'activité	Acteurs impliqués	Institutions d'appui	Indicateurs de progrès	Activités de mise en œuvre principales préconisées	Activités proposées par les sections techniques	Durée des activités	Séquençage des activités entre 2015 et 2017
7. Mobilisation des attachés commerciaux des ambassades marocaines sur le thème des marchés des produits de la mer et de leurs opportunités	Information Prospection	Entreprises exportatrices	MAEC MCE FENIP	Rapports envoyés	Rapports réguliers sur opportunités des marchés Recommandation transversale valable pour les 3 secteurs	À déterminer ultérieurement		
8. Formation à l'international	Promotion	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	MCE Maroc Export FENIP ASMEX	Mise en place effective du programme en question	Mettre en place un programme intégré de formation adapté aux besoins de l'industrie et destiné notamment pour les jeunes et les femmes	Cf. « <i>Recommandation commune 1</i> »		
9. Développement de plans d'offensives commerciales par sous-secteur, selon le consensus de leurs entreprises.	Plans d'expansion commerciale	AMASCOP ANAFAP APROMER FIPROMER UNICOP ANICOM FENIP MCE Maroc Export		Plans réalisés Sélection et organisation des entreprises réalisées	L'idée est intéressante à développer	1) Développement des plans d'offensives commerciales par sous-secteur, se basant sur les résultats de l'action 6. 2) Coaching / sélection et organisation des entreprises intéressées EC (Voir activité transversale sur la sélection des entreprises)	Préparation plan d'offensives 20 j NC+10j IC	Q2/Q3 2015
10. Plus de visibilité des produits de la mer à l'étranger	Export	Toutes les entreprises susceptibles d'exporter	MCE, Maroc export, entreprises	Mise en place effective des présentoirs	Mise en place de présentoir dans plusieurs pays pour faire valoir et montrer les produits de la pêche. A préciser l'intervention de l'EDEC	Formation des attachés commerciaux et des représentants commerciaux pour promouvoir les produits et le savoir-faire marocains à l'étranger. (formation de promotion commerciale et d'intelligence commerciale)	Formation 2à3j	2015/2016
11. Rencontre acheteurs, trade mission, marketing tour etc - Trade/marketing tour en Amérique Latine	Export	Entreprises exportatrices	INFOPE CA et INFOSAM AK MCE FENIP ASMEX,	Marketing tour organisé Questionnaire de satisfaction des participants du tour bénéficiaires Journée de	Marketing tour, découverte et approfondissement de nouveaux marchés porteurs pour les produits marocains.	A.1) Organisation d'un marketing tour en Amérique latine (visites techniques, institutions, rencontre entreprises, etc) Durée 7 j Encadrement IC. Lien avec les résultats de l'activité 6 et 11.c (tradings) Préparation tour par IC : 25j (dont 7j sur place)	Durée de la mission 7j	2015-2016

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

RECOMMANDATIONS	Type d'activité	Acteurs impliqués	Institutions d'appui	Indicateurs de progrès	Activités de mise en œuvre principales préconisées	Activités proposées par les sections techniques	Durée des activités	Séquençage des activités entre 2015 et 2017
<p>- Encourager les relations avec les Tradings</p> <p>- Encourager les partenariats entre entreprises marocaines exportatrices et entreprises étrangères</p>	<p>Commercialisation</p> <p>Commercialisation/Prospection</p>	<p>Entreprises exportatrices</p> <p>Entreprises exportatrices</p>	<p>Maroc Export</p> <p>FENIP ASMEX, Maroc Export, MCE</p> <p>FENIP ASMEX, Maroc Export, MCE</p>	<p>partage d'information réalisée avec acteurs du secteur</p> <p>Nombre de Tradings identifiés</p> <p>Nombre de rencontre organisé avec les tradings au sein du Maroc et à l'international</p> <p>Tx de croissance du chiffre d'affaires réalisé à travers les tradings</p> <p>Nombres de tradings/acheteurs identifiés</p> <p>Nombre de partenariats réalisés</p> <p>Nombre de transaction réalisées</p> <p>Nombre de rencontres réalisées</p>	<p>Rapprochement commercial</p> <p>Identifier et cibler tradings.</p> <p>Mettre en relation les entreprises du secteur avec les Tradings</p>	<p>A.2) Journée partage/dissémination de l'information (1j) : présenter les opportunités identifiées pendant le marketing tour aux acteurs du secteur. À identifier si l'IC a besoin d'être présent ou non, si oui possibilité de frais supplémentaires.</p> <p>B.1 Étude pour recenser l'ensemble des tradings opérant au Maroc dans les trois secteurs clés, et identification des tradings spécialisés dans les produits de la Mer. Lien avec activité 6 dans laquelle une identification des tradings spécialisés dans les produits de la Mer peut être réalisée.</p> <p>B.2 Prospection nationale, organisée avec l'appui de la FENIP pour pouvoir entrer en contact avec les tradings et les rencontrer et organisation de discussion sur les opportunités existantes.</p> <p>Sous-composante EC :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Délivrance d'une formation sur la négociation internationale en préparation de la trade mission <p>C.1) Prospection internationale, organisée avec l'appui de la FENIP pour pouvoir entrer en contact avec les tradings et les rencontrer et organisation de discussions sur les opportunités existantes sur les marchés cible.</p> <p>C.2) Formation des entreprises sélectionnées à la participation aux foires commerciale (1J)</p> <p>C.3) Organiser rencontres partenaires potentiels/mise en relation entre entreprises marocaines du secteur et celles des pays cibles (incluant les tradings identifiés précédemment). Ev. organisées par la FENIP, l'ASMEX et Maroc Export notamment en marge de la participation à des foires et salons. (4j)</p> <p>C.4). Suivi commercial (1j) : formation, atelier post rencontres acheteurs/foires.</p>	<p>Suivi : 2j.</p>	<p>Q1/Q3 2015</p> <p>2015-2017</p>

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DU CUIR

RECOMMANDATIONS	Type d'activité	Acteurs impliqués	Institutions d'appui	Indicateurs de progrès	Activités de mise en œuvre principales préconisées	Activités proposées par les sections techniques	Durée des activités	Séquençage des activités entre 2015 et 2017
				Nombre d'entreprises formées au suivi commercial				

47. PROGRAMME DE RENFORCEMENT INSTITUTIONNEL (RÉSULTAT PRINCIPAL 2)

Tableau 28. Recommandations pour le renforcement institutionnel

Recommandations	Type d'activité	Acteurs impliqués	Institutions d'appui	Indicateurs de progrès	Activités de mise en œuvre principales préconisées	Activités proposées par les sections techniques	Durée des activités	Séquence des activités entre 2015 et 2017
Renforcer la capacité des IAC à élaborer des plans stratégiques et opérationnels afin de leur permettre de mieux traduire leurs mandats respectifs en activités soutenues visant au développement et à la mise à disposition de services d'appui à l'export	Appui institutionnel aux entreprises	Cadres au sein des IAC	Les IAC sectorielles et fonctionnelles couvertes par la cartographie	1 plan stratégique développé et validé pour la FENAGRI	Atelier de formation en planification stratégique, incluant la mise à disposition d'un guide méthodologique	Atelier de formation en planification stratégique, incluant la mise à disposition d'un guide méthodologique	5 jours ouvrables	1 ^{er} trimestre 2015
		Cadres au sein des IAC	Maroc Export FEDIC		Atelier de formation méthodologique à l'évaluation et au suivi des besoins des PME et TPE (organisé en même temps que l'atelier sur la planification stratégique)	Atelier de formation méthodologique à l'évaluation et au suivi des besoins des PME et TPE (organisé en même temps que l'atelier sur la planification stratégique)		
		Cadres au sein des IAC	AFEM CJD FENIP FENAGRI Autres IAC du secteur à déterminer		Assistance et accompagnement ciblés (coaching) à l'élaboration de plans stratégiques et opérationnels en faveur de la FENAGRI	Assistance et accompagnement ciblés (coaching) à l'élaboration de plans stratégiques et opérationnels en faveur de la FENAGRI - 2 missions de conseil et coaching	4 à 6 mois	2 ^{ème} et 3 ^{ème} trimestres 2015

FEUILLE DE ROUTE - SECTEUR DES PRODUITS DE LA MER

Renforcer la capacité des IAC en matière de conception, développement et diffusion d'un portefeuille de services d'appui à l'export répondant aux besoins et attentes des PME et TPE	Appui institutionnel aux entreprises	Cadres au sein des IAC	Les IAC sectorielles et fonctionnelles couvertes par la cartographie	1 portefeuille de services d'appui à l'export développé et mis en place au sein de la FENAGRI	Atelier de formation au développement de services d'appui à l'export pertinents	Atelier de formation au développement de services d'appui à l'export pertinents ^(*)	1 atelier de 5 jours	2 ^{ème} trimestre 2015
			IAC sectorielles du secteur agro-alimentaire AFEM CJD		Assistance et accompagnement ciblés (coaching) au développement d'un portefeuille de services d'appui en faveur de FENAGRI	Assistance et accompagnement ciblés (coaching) au développement d'un portefeuille de services d'appui en faveur de FENAGRI – 2 missions de conseil et coaching	4 à 6 mois	3 ^{ème} et 4 ^{ème} trimestres 2015
Développer ou renforcer les mécanismes de coopération interinstitutionnelle afin de favoriser les échanges d'information et d'expertise ainsi que de mutualiser les ressources entre les IAC ayant pour mission l'appui au développement et à la promotion des exportations dans le secteur agro-alimentaire	Réseau inter-institutionnel	Cadres au sein des IAC	Les IAC sectorielles et fonctionnelles couvertes par la cartographie	1 réseau inter-institutionnel d'appui au développement des exportations des produits agro-alimentaires	Atelier de formation visant à jeter les bases pour la création d'un réseau interinstitutionnel dans le secteur agro-alimentaire	Atelier de formation visant à jeter les bases pour la création d'un réseau interinstitutionnel dans le secteur agro-alimentaire	5 jours	1er trimestre 2016
Renforcer la capacité des IAC à suivre, évaluer et mesurer l'impact effectif de leurs services aux entreprises en introduisant un système de gestion axée sur les résultats	Appui institutionnel aux entreprises	Cadres au sein des IAC Cadres au sein des IAC	Les IAC sectorielles et fonctionnelles couvertes par la cartographie	1 système de mesure de la performance axé sur les résultats mis en place au sein de la FENAGRI	Atelier de formation sur la gestion axée sur les résultats incluant la mise à disposition d'un guide méthodologique	Atelier de formation sur la gestion axée sur les résultats incluant la mise à disposition d'un guide méthodologique	1 atelier de 5 jours regroupant toutes les IAC concernées	2 ^{ème} trimestre 2015
			Maroc Export IAC sectorielles du secteur agroalimentaire AFEM CJD		Assistance et accompagnement ciblés (coaching) dans la mise en place effective d'un système de gestion axée sur les résultats en faveur de la FENAGRI	Assistance et accompagnement ciblés (coaching) dans la mise en place effective d'un système de gestion axée sur les résultats	2 missions (3 jours chacune) de conseil et coaching dans chacune des IAC	3 ^{ème} et 4 ^{ème} trimestres 2016

^(*) Cet atelier regroupera toutes les IAC couvertes par la cartographie institutionnelle incluant celles qui interviennent dans la filière agro-alimentaire