

Une campagne oléicole record

Décidément c'est l'année de tous les records pour l'agriculture marocaine. Après les céréales, la production d'olives devrait atteindre un niveau sans précédent cette année. Les estimations du ministère de l'Agriculture prévoient une production d'environ 1,5 millionne tonnes, en hausse de 76% par rapport à la dernière campagne. Ce qui devrait générer pas moins de 160.000 tonnes d'huile d'olive, soit pratiquement le double du volume produit lors de la campagne 2008/2009.

L'amélioration des rendements a concerné toutes les régions oléicoles du pays, surtout Taza-Taounate- Al Hoceima- Marrakech-Tensift- Al Haouz.

Outre l'impact positif de la bonne pluviométrie enregistrée l'année dernière notamment durant les stades sensibles de la formation et du développement des fruits, la forte augmentation de la récolte d'olives s'explique également par l'entrée en production des nouvelles plantations réalisées

au cours de cette décennie, soit près de 100.000 ha. Ceci est dû en partie à l'arrivée de grands investisseurs qui ont lancé des projets sur des surfaces importantes selon les nouveaux modes intensifs de production. La progression pour les années à venir ne pourra être que plus importante lorsque la totalité de ces jeunes plantations vont

entrer en pleine production. L'amélioration des rendements a concerné toutes les régions oléicoles du pays, mais les plus fortes augmentations concernent surtout les régions de Taza-Taounate-Al Hoceima et Marrakech-Tensift-Al Haouz. Les rendements oscillent entre 1 et 3,5 tonnes par ha, soit une moyenne nationale de...1,9t/

Oléiculture



400.000 t d'olives sont autoconsommées par les agriculteurs eux-mêmes.

ha, et qui demeure faible de l'avis des spécialistes.

Faiblesses du secteur

L'abondance de la récolte cette année sera inévitablement confrontée à un certain nombre de problèmes, déjà vécus par le passé, mais qui n'ont pas été résolus jusqu'à présent.

- en années de bonne récolte, les unités de trituration, qui

sont pour la plupart de faible capacité, sont débordées. Et à défaut d'un stock adéquat, la pourriture s'installe très rapidement (moisissures...).

- la persistance de la technique du gaulage, pratiquée sur la majorité du patrimoine, contribue à déprécier la qualité des olives par les blessures et la forte charge d'impuretés. Plusieurs méthodes modernes de récolte sont actuellement disponibles. En plus de la réduction du temps de récolte et du coût de la main d'œuvre, ces méthodes ont l'avantage de limiter le nombre de pousses abattues et donc, le pourcentage d'impuretés qui augmentent l'acidité de l'huile. A noter que l'utilisation des filets empêche tout contact avec le sol, facilite la mise en caisse, et permet de satisfaire aux exigences de qualité. Cependant, la récolte mécanisée doit être

accompagnée d'une modernisation des unités de trituration pour réduire le temps de stockage.

- le matériel utilisé pour le ramassage des olives et leur transport s'avère le plus souvent inadapté compte tenu des dommages qu'il occasionne sur la qualité des fruits. A titre d'exemple, les sceaux en roseaux ou encore les sacs et récipients non aérés, favorisent le tassement et la fermentation des olives.

Une consommation encore faible

Rappelons qu'avec une consommation de 2,2 kg d'huile d'olive par habitant et par an, le Maroc arrive en queue de peloton des pays méditerranéens (Grèce 24,2kg, Espagne 12,3Kg, etc.). Pourtant, partout dans le monde, on reconnaît ses qualités gastronomiques

et ses bienfaits pour la santé. D'après les professionnels, les raisons qui limitent la consommation de l'huile d'olive, sont le prix élevé pour le budget du consommateur marocain (3 à 6 fois le prix d'une huile de graines) et le manque de promotion visant à faire connaître les avantages de l'huile d'olive et ses différentes qualités. En effet, la plupart des consommateurs marocains d'huile d'olive, ignorent pratiquement tout des techniques de fabrications et des normes de qualité de ce produit.

A noter que la majorité des huiles d'olive, commercialisées en vrac au Maroc appartiennent à la catégorie "lampantes", et

Limiter l'alternance

En récoltant vers le mois de novembre, on laisse à l'arbre le temps de se reposer avant la floraison. Les producteurs qui laissent les olives plus longtemps (jusqu'à décembre) pour se garantir une meilleure teneur en huile, ignorent sans doute que pendant ce temps l'arbre continue à nourrir les fruits. De ce fait, entre la récolte et la reprise de la floraison l'olivier n'a pas le temps de récupérer, ce qui contribue à l'accentuation du phénomène de l'alternance.

Avec 150.000 t d'huiles d'olive par an (en année normale), la Tunisie est le 4^e producteur mondial après l'Espagne, l'Italie et la Grèce.

Oléiculture

correspond au goût préféré par la majorité des consommateurs marocains: acidité assez élevée, au goût prononcé, corsé. Le taux élevé d'acidité est dû entre autres aux mauvaises et longues conditions de stockage avant trituration. Cependant, vu son prix et ses qualités, il faut en rationaliser l'usage. A l'exemple d'un restaurateur de Marrakech, qui préfère utiliser pour la cuisson une huile d'olive plus simple et moins chère et garder l'huile de qualité, plus fruitée, mais aussi plus chère pour l'assaisonnement, ou à ajouter en fin de cuisson pour ne pas perdre les arômes.

L'Algérie veut rattraper ses voisins

La filière oléicole algérienne occupe 300.000 ha (1/3 de la superficie arboricole) et compte 100.000 exploitations oléicoles majoritairement de petite taille. Lors du premier Forum méditerranéen de



l'oléiculture «Oleomed», qui s'est tenu les 29 et 30 mars à Alger, le secrétaire général du ministère de l'Agriculture algérien, Sid Ahmed Ferroukhi, a appelé l'ensemble des intervenants dans ce domaine à s'organiser davantage pour promouvoir cette filière: « Nous sommes en phase de lancement du nouveau programme de développement agricole 2009-2014. Les premières mesures prises dans ce cadre consacrent l'approche par filière, le développement de la contractualisation des relations entre tous les maillons de la filière et la labellisation des produits».

Ce programme prévoit

Prévisions du Conseil Oléicole International

Si les conditions climatiques sont favorables, la production mondiale de la campagne 2009/10 devrait être supérieure à celle de la campagne 2008/09, pour l'huile d'olive comme pour les olives de table. Mais, il convient toutefois de rester prudent. Quant aux indicateurs relatifs à la consommation mondiale d'huile d'olive pour

la campagne 2009/10, ils indiquent tous une augmentation.

Aïcha: Nouvel élan pour l'huile d'olive

Avec une capacité de trituration journalière estimée à 500 tonnes d'olives et un chiffre d'affaire assuré à 80% sur le marché national, Aïcha vise l'expansion de ses ventes en huile d'olive à l'international. Une alliance avec le groupe espagnol Moreno, leader mondial en production d'olives donne au groupe une belle opportunité commerciale ainsi que la possibilité de participer au développement des exportations marocaines en huile d'olives.

Lesieur investit la filière oléicole

Lesieur, l'un des leaders du secteur des huiles au Maroc prend position sur la branche oléicole. Le groupe a déjà lancé deux projets dans les régions de Meknès et de Marrakech, dont les premières récoltes sont attendues à partir de 2012. Lesieur devrait également investir dans la trituration de ses produits ainsi que ceux des plantations avoisinantes. Le mémorandum passé entre Lesieur et l'Etat prévoit l'agrégation de 30.000 ha d'exploitations oléicoles dans les provinces de Tétouan, Larache, Sidi Kacem, Taounate, Fès, Taza. Mais le groupe entend également s'y implenter en tant que producteur.

Olive de table

La campagne est jugée satisfaisante par la Fédération des industries de la conserve des produits agricoles du Maroc (Ficopam). En raison de la forte charge des arbres, les olives se caractérisent par la prédominance du petit calibre, mais dans l'ensemble les besoins de la transformation estimés entre 90.000 et 100.000 tonnes ont été satisfaits.

Oleiculture

Journées méditerranéennes de l'olivier

Mieux rentabiliser la filière oléicole

Les Journées méditerranéennes de l'olivier, organisées par l'Agropole olivier de Meknès et l'Université internationale d'Andalousie s'inscrivent désormais parmi les grandes manifestations oléicoles méditerranéennes. Les trois précédentes éditions ayant largement fait le point sur les bonnes pratiques pour la production d'une huile d'olive de qualité (choix des variétés, densité, techniques culturales, technologies de transformation, valorisation des sous produits, etc...), les organisateurs ont choisi pour l'édition 2009 le thème « Qualité, Certification, Appellation d'Origine, Marketing, Environnement et Energie».

La 4^e édition qui s'est tenue du 19 au 23 octobre dans la capitale ismailienne, a réuni des spécialistes issus pour la plupart des pays du méditerranéen. Diverses expériences méditerranéennes de développement et de promotion de l'olivier ont été abordées lors de ces journées (Grèce, Espagne, Italie). Les intervenants étaient unanimes sur le fait qu'une approche intégrée «production-marketing» est devenue une nécessité pour une oléiculture rentable. Au Maroc,

cela devrait passer par un appui à l'extension des superficies oléicoles et la stimulation de la demande de l'huile d'olive de qualité sur les marchés traditionnels et potentiels. C'est l'un des défis

En Grèce, 2 Millions d'Euros ont été consacrés à la promotion de l'huile d'olive en 2007/08.

En Grèce, 2 Millions d'Euros ont été consacrés à la promotion de l'huile d'olive en 2007/08.

face de l'oléiculture marocaine actuelle aux divers programmes de plantation et de relance en cours dans beaucoup de pays et l'ouverture prochaine de l'espace de libre échange méditerranéen à l'horizon 2010.

L'évolution des modes de vie et le développement des échanges internationaux conduisent à la mise sur le marché de produits alimentaires de plus en plus variés et élaborés. Dans ce contexte fortement concurrentiel, seules les huiles d'olive de qualité et jouissant d'une bonne notoriété auront leur place. Toute amélioration de la qualité des denrées alimentaires exportées ou destinées au marché local se répercutera positivement sur l'économie nationale tant par l'accroissement et la fidélisation des marchés à l'export que par une meilleure protection de la santé du consommateur.

A noter que les exportations marocaines, ne représentent que près de 2% des échanges mondiaux. Un volume qui reste bien



en deçà des potentialités des industriels marocains. Pourtant, de l'avis de tous les spécialistes, l'huile d'olive extra-vierge marocaine se place désormais dans la cour des meilleures huiles du monde. Preuve en est l'obtention de prix multitudes dernièrement par plusieurs marques dans des compétitions internationales (New Millennium Award, COI, Guide Extravergine).

Développement de signes distinctifs

Le Maroc possède des atouts climatiques, agronomiques, géographiques et géographiques qui méritent d'être exploités pour une valorisation des produits agricoles aussi bien sur le marché national qu'international. Dans ce contexte, le développement de signes distinctifs d'origine et de qualité aura des conséquences positives pour l'économie du pays, et celle du monde rural. Dans les diverses présentations, le point a été mis sur l'importance des consortiums d'exportation, la mise en place des appellations d'origine, l'apport de la grande distribution et des administrations locales pour la promotion de l'huile d'olive de qualité (cas de la Toscane en Italie et de Jaén en Andalousie). En France, environ 30% des produits oléicoles vendus sont en AOC (haut de gamme).

A gauche Dr Noureddine Ouazzani directeur de l'Agropole. À droite, M. Mohammed Ouhmad Sbtri Directeur du Conseil Oléicole International.



76 Agriculture du Maghreb n°39 ■ Novembre 2009

Oleiculture



Une étude menée dernièrement a révélé que la plupart des consommateurs interrogés de par le monde associent l'huile d'olive à l'Italie.

Stimuler la consommation nationale

La faible consommation d'huile d'olive par les marocains (2,2kg/habitant contre 24,2 en Grèce, 12,3kg en Espagne et en Italie) a incité les professionnels de la filière oléicole à organiser des actions de promotion de ce produit afin de faire connaître, au Maroc et à l'étranger, le niveau de qualité atteint par l'oléiculture nationale et régionale. C'est dans ce cadre que l'UDOM a organisé en 2008 la première édition de la "fête de l'olivier de Meknès" visant à promouvoir, auprès du grand public le patrimoine culturel de l'olivier au niveau national et plus spécialement de Meknès et ses régions. La promotion joue un rôle important dans la stimulation de la consommation notamment dans les pays producteurs. A titre d'exemple, les campagnes menées dans le nord de l'Italie ont nettement contribué à l'augmentation de la consommation. De l'avis d'un spécialiste, il ne faut pas se contenter de produire de l'huile de bonne qualité, car avec la technologie actuellement disponible, c'est pratiquement à la portée de tout le monde. Il faut surtout observer la consommation, identifier ses besoins et mettre sur le marché un produit à haute valeur ajoutée.

Promotion à l'international

Les retombées de la promotion en termes d'augmentation des exportations sont flagrantes. A titre

d'exemple, les actions de promotion menées par le Conseil Oléicole International en Inde se sont soldées par la création de l'association des importateurs d'huile d'olive et la réduction des droits de douane de 45 à 5% seulement. Aux Etats-Unis, les importations avoisinent aujourd'hui les 270.000 tonnes par an. En Chine, certaines marques d'huile d'olive se vendent dans les supermarchés à 14-15€ le litre. Le Maroc doit être présent sur ces marchés émergents à fort potentiel notamment par la participation aux campagnes génériques de promotion. Ceci est d'autant plus important que beaucoup de pays consommateurs ne sont pas forcément chercheurs d'information sur la disponibilité et la qualité, et cherchent davantage la proximité et les origines déjà connues. D'ailleurs, une étude menée dernièrement a révélé que la plupart des consommateurs interrogés de par le monde associent l'huile d'olive à l'Italie.

C'est certainement la raison pour laquelle un grand groupe espagnol a racheté plusieurs grandes marques italiennes qui ont une longue histoire et une grande notoriété. Sur un autre registre, une étude du COI a révélé que le profil des consommateurs d'huile d'olive est plutôt âgé. L'alimentation des plus jeunes étant dominée par le fast food, il est essentiel de sensibiliser cette catégorie de consommateurs aux bienfaits de ce produit.

Le conditionnement est primordial afin de préserver le fragile liquide des agressions qui peuvent altérer les saveurs et les arômes. Mais c'est aussi un excellent moyen de promotion, en véhiculant des informations intéressantes sur la qualité, l'origine, le terroir... C'est sans doute pour cette raison que les différentes marques rivalisent de créativité afin de sortir des emballages valorisant la noblesse et l'authenticité de l'huile d'olive.

Analyse sensorielle

La 4^{ème} édition des Journées de l'Olivier s'est accompagnée de l'organisation d'un cours international sur l'Analyse Sensorielle et la dégustation de l'huile d'olive, conformément aux normes internationales. Ce cours a été animé par 2 experts internationaux (Espagne, Italie) au profit des techniciens et ingénieurs responsables des laboratoires du secteur agro-industriel marocain, les producteurs d'huile d'olive et les restaurateurs. En effet, la notion de la qualité de l'huile en termes d'analyse chimiques (acidité, indice de peroxyde, etc) reste insuffisante



pour évaluer les effets combinés de nombreuses composantes qui participent à former la complexité des arômes et des saveurs de l'huile d'olive. De nos jours, l'analyse sensorielle constitue un élément de différenciation majeure entre une myriade de produits proposés sur le marché et analytiquement peu différents entre eux.

L'olivier source d'énergie

Selon le Dr Ouazzani, l'importante quantité de sous-produits de l'olivier générée chaque année par l'activité oléicole pourrait bien devenir une source d'énergie renouvelable avec des avantages aussi bien environnementaux qu'économiques pour le secteur. Ainsi, 2 kg de noyaux d'olives peuvent générer une énergie équivalente à 1 litre de gasoil.