

مجلس المنافسة

002222 | 8075710

CONSEIL DE LA CONCURRENCE

المملكة المغربية  
ROYAUME DU MAROC



## Avis du Conseil de la concurrence

relatif à l'examen du respect des règles d'une concurrence libre et loyale par les producteurs et importateurs des huiles de table suite aux augmentations des prix de vente constatées sur le marché national de ces produits

A/3/21

[www.conseil-concurrence.ma](http://www.conseil-concurrence.ma)

## AVIS

### du Conseil de la concurrence

relatif à l'examen du respect des règles d'une concurrence libre et loyale par les producteurs et importateurs des huiles de table suite aux augmentations des prix de vente constatées sur le marché national de ces produits



## Sa Majesté le Roi Mohammed VI que Dieu L'assiste

“ La même exigence s'impose en ce qui concerne le nouveau pacte économique qui implique le devoir d'être attentif à l'appareil de production, et de stimuler l'esprit d'initiative et la libre entreprise, en s'attachant notamment à encourager les PME. Cette démarche est en accord avec l'esprit de la nouvelle Constitution qui consacre l'Etat de droit dans le domaine des affaires, prévoit une série de droits et institue un certain nombre d'instances économiques.

Celles-ci sont chargées de garantir la liberté d'entreprendre et les conditions d'une concurrence loyale, ainsi que la mobilisation des dispositifs de moralisation de la vie publique et des moyens de lutte contre le monopole, les privilèges indus, l'économie de rente, la gabegie et la corruption. ”

**Extrait du Discours Royal à l'occasion du douzième anniversaire  
de la fête du Trône, du 20 chaabane 1432 (30 juillet 2011)**

Conformément aux dispositions de la loi n° 20.13 relative au Conseil de la concurrence, le Conseil a été saisi par le Président de la Chambre des Représentants, pour émettre son avis concernant le respect des règles d'une concurrence libre et loyale par les producteurs et importateurs des huiles de table suite aux augmentations des prix de vente constatées sur le marché national de ces produits

A cet égard, et conformément aux dispositions de la loi n° 20.13 relative au Conseil de la concurrence et la loi n° 104.12 relative à la liberté des prix et de la concurrence, et après que le Rapporteur Général et les Rapporteurs chargés du dossier de la demande d'Avis aient été entendus, lors de la 18<sup>ème</sup> session de la formation plénière du Conseil, tenue en date du 21 Rabi' I 1443 (28 Octobre 2021), le Conseil de la concurrence a émis le présent Avis.

## **Avis du Conseil de la concurrence n° A/3/21**

du 21 Rabi'l 1443 (28 Octobre 2021)

**relatif à l'examen du respect des règles d'une concurrence libre et loyale par les producteurs et importateurs des huiles de table suite aux augmentations des prix de vente constatées sur le marché national de ces produits**

**Le Conseil de la concurrence,**

- Vu la loi n° 104.12 relative à la liberté des prix et de la concurrence promulguée par le Dahir n°1.14.116 du 2 Ramadan 1435 (30 juin 2014) ;

- Vu la loi n° 20.13 relative au Conseil de la concurrence promulguée par le Dahir n° 1.14.117 du 2 Ramadan 1435 (30 juin 2014) ;

- Vu le Décret n° 2.14.652 du 8 Safar 1436 pris pour l'application de la loi n° 104.12 sur la liberté des prix et de la concurrence ;

- Vu le Décret n° 2.15.109 du 16 Chaabane 1436 (4 juin 2015) pris pour l'application de la loi n° 20.13 relative au Conseil de la concurrence ;

En application de l'article 21 du Règlement Intérieur du Conseil de la concurrence ;

Après délibération lors de la 18<sup>ème</sup> session de la formation plénière du Conseil, tenue le 21 Rabi' I 1443 (28 Octobre 2021), conformément aux dispositions de l'article 14 de la loi n° 20.13 relatif au Conseil de la concurrence ;

Après constatation du quorum par le Président du Conseil de la concurrence, conformément aux dispositions de l'article 31 du Règlement Intérieur du Conseil ;

Après examen de la demande d'avis émanant du Président de la Chambre des Représentants en date du 19 Chaabane 1442 (02 Avril 2021) relatif à l'examen du respect des règles d'une concurrence libre et loyale par les producteurs et importateurs des huiles de table suite aux augmentations des prix de vente constatées sur le marché national de ces produits, enregistrée auprès du Secrétariat Général du Conseil de la concurrence sous le numéro 30/D.A/21 en date du 19 Chaabane 1442 (02 Avril 2021) ;

Vu la décision du Rapporteur Général du Conseil, Monsieur Khalid El Bouayachi n° 38/2021, en date du 23 Chaabane 1442 (06 Avril 2021), portant désignation de Monsieur Abdelhadi El Fellah et de Monsieur Nabil Aït Sghir, Rapporteurs en charge du dossier, conformément aux dispositions de l'article 27 de la loi 104.12 relative à la liberté des prix et de la concurrence ;

Après présentation du projet d'Avis par le Rapporteur Général et les Rapporteurs chargés du dossier de la demande d'avis, lors de la 18<sup>ème</sup> session de la formation plénière du Conseil, tenue en date du 21 Rabi' I 1443 (28 Octobre 2021).

**a adopté l'avis suivant :**

## Table de matières

Liste des abréviations.....	12
Liste des tableaux.....	13
Liste des graphiques.....	14
Liste des figures.....	15
<b>I. Introduction générale de l'objet de la demande d'avis.....</b>	<b>17</b>
A. Présentation du contenu et contexte de la saisine.....	17
B. Cadre juridique de la demande d'avis.....	18
C. Actes d'instruction.....	18
<b>Partie I : Présentation de la filière oléagineuse au Maroc.....</b>	<b>20</b>
<b>I. Importance de la filière et aperçu historique de son évolution.....</b>	<b>20</b>
A. Importance et rôle de la filière oléagineuse.....	20
B. Aperçu historique sur l'évolution de la filière oléagineuse.....	20
<b>II. Présentation des principaux intervenants de la filière oléagineuse.....</b>	<b>22</b>
A. Le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts..	23
B. Les organisations représentant les professionnels de la filière.....	23
a. La Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux « FOLEA ».....	24
b. L'Association Professionnelle des Fabricants d'Huile au Maroc « APFHM ».....	25
C. Les opérateurs : tritrateurs et raffineurs.....	25
<b>III. Description de la filière des cultures oléagineuses en amont.....</b>	<b>28</b>
A. L'évolution des réalisations au niveau de l'amont agricole.....	28
B. Axes et bilan du contrat-programme 2013-2020.....	31
<b>IV. Fonctionnement de la filière oléagineuse en aval.....</b>	<b>34</b>
A. Cadre réglementaire régissant les huiles de table.....	34
B. Approvisionnement des industriels en graines oléagineuses et huiles brutes.....	37
C. Transformation : trituration et raffinage.....	42
D. Structure du prix de revient de l'huile de table.....	50
E. Fonctionnement des circuits de distribution de l'huile de table.....	52
F. Le marché de l'huile d'olive au Maroc.....	55
<b>Partie II : Analyse concurrentielle du marché des huiles de table.....</b>	<b>60</b>
<b>I. Le marché concerné.....</b>	<b>60</b>
<b>II. Analyse de la structure du marché des huiles de table.....</b>	<b>61</b>
A. Le marché des huiles alimentaires au niveau mondial.....	61
B. Analyse de la structure de l'offre sur le marché national des huiles de table.....	64
a. Données générales sur l'offre.....	65
b. Production nationale.....	66

c. Importations.....	74
C. Analyse de la structure de la demande sur le marché national des huiles de table.....	75
a. Consommation locale.....	75
b. Exportations.....	77
<b>III. Appréciation de la situation de la concurrence dans le marché des huiles de table.....</b>	<b>78</b>
A. Analyse du degré de concentration du marché des huiles de table.....	78
B. Présentation des conditions d'accès au marché des huiles de table.....	81
C. Analyse de la dynamique des entrées et sorties des sociétés dans le marché.....	84
D. Impact des facteurs analysés sur la dynamique concurrentielle du marché des huiles de table....	86
<b>Partie III : Appréciation des facteurs sous-jacents aux dernières hausses des prix des huiles de table.....</b>	<b>88</b>
<b>I. Position des opérateurs du marché relative aux dernières hausses de prix de vente des huiles de table.....</b>	<b>88</b>
<b>II. Analyse de l'évolution des cours mondiaux des huiles brutes.....</b>	<b>89</b>
<b>III. Analyse de l'évolution des prix de vente sortie usine d'une tonne d'huile de table (soja).....</b>	<b>94</b>
<b>IV. Impact des changements des cours mondiaux des huiles brutes sur les prix de vente des huiles de table au niveau national.....</b>	<b>96</b>
<b>V. Analyse du prix de vente départ usine par rapport au prix de vente final au consommateur.....</b>	<b>100</b>
<b>VI. Timing et montants des variations des prix de vente sortie usine par litre d'huile de table.....</b>	<b>106</b>
<b>Partie IV : Conclusions et recommandations.....</b>	<b>112</b>
<b>I. Conclusions.....</b>	<b>112</b>
A. Facteurs explicatifs liés au marché lui même.....	112
a. Un amont agricole de la filière oléagineuse presque inexistant.....	112
b. Une activité de transformation marquée par une quasi absence de la trituration.....	112
c. Trois pays d'origine concentrent la quasi-totalité des importations du Maroc en huiles brutes.....	113
d. Une activité de raffinage avec des marges bénéficiaires raisonnables.....	113
e. Une offre concentrée dans trois régions et une demande locale dominée par l'huile de soja.....	113
f. Des conditions d'accès rendant le marché très peu attractif.....	114
g. Un marché fortement concentré et hautement oligopolistique.....	115
h. Une configuration de marché favorable à une potentielle coordination des opérateurs.....	115
i. Un marché des huiles de table pratiquement stagnant.....	116
j. Un mode de fonctionnement du circuit de distribution traditionnel dégageant des marges élevées.....	116
B. Facteurs explicatifs liés au marché extérieur.....	117
a. Des cours mondiaux des huiles brutes en forte augmentation depuis le début de l'allègement des mesures de confinement liées à la pandémie de la Covid-19.....	117
b. Des coûts de matières premières aggravés par la hausse concomitante du prix de l'énergie et du transport.....	117

c. Une corrélation entre les prix de vente du marché national et les cours mondiaux des matières premières.....	117
d. Des changements rapprochés dans l'application des prix de vente des huiles de table sortie usine..	118
e. Perspectives de l'évolution du marché des huiles.....	118
<b>II. Recommandations</b> .....	119
A.Soutenir l'amont de la filière relatif à la production locale de graines oléagineuses.....	119
B.Encourager la consommation d'huile d'olive afin de réduire partiellement la dépendance aux huiles de graines oléagineuses.....	120
C.Renforcer les capacités de stockage et réhabiliter le pipeline reliant la Costoma au port de Casablanca.....	121
D.Encourager les opérateurs à mettre en place des mécanismes de couverture du risque.....	122
E.Renforcer la concurrence entre les opérateurs au niveau des points de vente.....	122
F.Moderniser les circuits de distribution traditionnels.....	123



## Liste des abréviations

- ALE** : Accord du libre-échange
- AMAPROL** : Association Marocaine des Producteurs des graines Oléagineuses
- ANIOM** : Association Nationale des Industriels des oléagineux au Maroc
- APFHM** : Association Professionnelle des fabricants d'Huile du Maroc
- B to B** : Business to Business
- B to C** : Business to Consumer
- COMADER** : Confédération Marocaine de L'Agriculture et du Développement Rural
- COSTOMA** : Coopérative de Stockage des Corps Gras Bruts Au Maroc
- CR** : Ratio de concentration
- CRB** : Commodity Research Bureau
- FENAGRI** : Fédération Nationale de l'Agroalimentaire
- FMDC** : Fédération Marocaine des Droits du Consommateur
- FNAC** : Fédération Nationale des Associations du Maroc
- FOLEA** : Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux
- GMS** : Grandes et moyennes surface
- HSB** : Huileries du Souss Belhassan
- HSD** : Huileries du Souss Distribution
- IHH** : Indice de Hirschman-Herfindahl
- MAPMDREF** : Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts
- MDD** : Marques des distributeurs
- MMDH** : Milliards de dirhams
- MDH** : Millions de dirhams
- OMC** : Organisation mondiale du commerce
- ONSSA** : Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires
- RFA** : Remise de fin d'année
- SAU** : Surface Agricole Utile
- SIOF** : Société Industrielle Oléicole de Fès
- TCAM** : Taux de croissance annuel

## Liste des tableaux

<b>Tableau 1</b>	: Objectifs globaux du contrat programme de la filière oléagineuse (2013-2020).....	32
<b>Tableau 2</b>	: Evolution des importations en huiles brutes en volume (kt) sur la période (2016-2020).....	37
<b>Tableau 3</b>	: Evolution des importations en huiles brutes en valeur (MDH) sur la période (2016-2020)....	38
<b>Tableau 4</b>	: Répartition des importations des huiles brutes en volume par pays d'origine (2016-2020)..	40
<b>Tableau 5</b>	: Droits d'importation des graines oléagineuses et des huiles brutes par type et par pays....	41
<b>Tableau 6</b>	: Capacités nominales installées des unités de trituration au niveau national.....	43
<b>Tableau 7</b>	: Evolution de la production des volumes des graines oléagineuses triturées et des huiles brutes y afférentes (2016-2020).....	44
<b>Tableau 8</b>	: Droits de douane d'importation des tourteaux par type de graine et par pays.....	45
<b>Tableau 9</b>	: Taux d'utilisation des capacités de raffinage installées par opérateur (2020).....	48
<b>Tableau 10</b>	: Droits de douane d'importation des huiles raffinées par type de graine et par pays d'origine..	49
<b>Tableau 11</b>	: Structure des coûts moyens du prix de revient d'1L d'huile de table par opérateur.....	51
<b>Tableau 12</b>	: Organisation de la distribution par opérateur.....	54
<b>Tableau 13</b>	: Evolution de la production et de la consommation mondiale en huile végétale.....	62
<b>Tableau 14</b>	: Consommation mondiale par type d'huile végétale (2018).....	63
<b>Tableau 15</b>	: Poids des importations en huiles brutes par rapport à celles produites localement.....	65
<b>Tableau 16</b>	: Evolution des investissements par opérateur en MDH pour la période (2016-2020).....	65
<b>Tableau 17</b>	: Evolution de la production nationale en huiles raffinées pour la période (2016-2020).....	66
<b>Tableau 18</b>	: Evolution des parts de marché par opérateur (en volume) pour la période (2016-2020).....	67
<b>Tableau 19</b>	: Evolution des parts de marché par opérateur (en valeur) pour la période (2016-2020).....	67
<b>Tableau 20</b>	: Différentes marques d'huile de table commercialisée par chaque opérateur.....	69
<b>Tableau 21</b>	: Répartition des ventes d'huiles raffinées de chaque opérateur par segment de clientèle 2021.	71
<b>Tableau 22</b>	: Répartition des parts de marché par opérateur pour les deux segments BtoC et BtoB (2020).	72
<b>Tableau 23</b>	: Répartition des parts de marché par opérateur pour le segment BtoC (2020).....	72
<b>Tableau 24</b>	: Répartition de l'offre en huile de table par zone géographique (2020).....	73
<b>Tableau 25</b>	: Consommation en huile végétale de quelques pays (Kg/hab/an).....	76
<b>Tableau 26</b>	: Evolution de l'indice de concentration du marché des huiles raffinées au Maroc (2016-2020).	79
<b>Tableau 27</b>	: Evolution de l'indice de concentration du marché des huiles de table au Maroc (2016-2020).	80
<b>Tableau 28</b>	: Evolution des lancements et des retraits des marques d'huile de table (2016-2020).....	85
<b>Tableau 29</b>	: Evolution des coûts d'achat annuels et mensuels moyens la tonne d'huile brute par opérateur (2016-2021).....	93
<b>Tableau 30</b>	: Evolution des prix de vente annuels et mensuels moyens la tonne d'huile de table par opérateur (2016-2021).....	95
<b>Tableau 31</b>	: Evolution des taux de variation du coût d'achat et du prix de vente par opérateur (2016-2021).	97
<b>Tableau 32</b>	: Taux de corrélation des prix de vente par rapport aux coûts d'achat (2020-2021).....	99
<b>Tableau 33</b>	: PV TTC par 1L sortie usine par opérateur comparé au PV TTC moyen chez canal traditionnel	101
<b>Tableau 34</b>	: Prix d'achat et prix de vente des huiles de table chez le distributeur 1.....	102
<b>Tableau 35</b>	: Prix d'achat et prix de vente des huiles de table chez le distributeur 2.....	103
<b>Tableau 36</b>	: Prix d'achat et prix de vente des huiles de table chez le distributeur 3.....	104
<b>Tableau 37</b>	: Prix d'achat et prix de vente des huiles de table chez le distributeur 4.....	105
<b>Tableau 38</b>	: Montants et timing de variation des prix de vente de l'huile de soja par opérateur de janvier 2020 à avril 2021 (en Dh/L).....	107
<b>Tableau 39</b>	: Montants de variation des prix de vente de l'huile de tournesol par opérateur de janvier 2020 à avril 2021 (en Dh/L).....	110

## Liste des graphiques

<b>Graphique 1</b>	: Evolution de la superficie nationale des principales cultures oléagineuses.....	29
<b>Graphique 2</b>	: Evolution de la production nationale des principales cultures oléagineuses.....	30
<b>Graphique 3</b>	: Répartition régionale des principales cultures oléagineuses.....	31
<b>Graphique 4</b>	: Evolution des importations en huiles brutes en valeur et en volume (2016-2020).....	38
<b>Graphique 5</b>	: Répartition moyenne des importations par type d'huile brute sur la période (2016-2020).....	39
<b>Graphique 6</b>	: Répartition moyenne des importations des huiles brutes en volume par pays d'origine (2016-2020).....	40
<b>Graphique 7</b>	: Taux d'utilisation des capacités de raffinage installées par opérateur en 2020.....	48
<b>Graphique 8</b>	: Structure des coûts moyens du prix de revient d'1L d'huile de table par opérateur.....	51
<b>Graphique 9</b>	: Evolution de la production en huile d'olive en milliers de tonnes (2002-2020).....	57
<b>Graphique 10</b>	: Evolution mondiale de la production et de la consommation en huile végétale (2013-2019).....	63
<b>Graphique 11</b>	: Production nationale en huile raffinée en valeur et en volume (2016-2020).....	66
<b>Graphique 12</b>	: Evolution des parts de marché par opérateur pour la période 2016-2020.....	68
<b>Graphique 13</b>	: Répartition du CAHT du marché des huiles raffinées par type de clientèle (2020).....	70
<b>Graphique 14</b>	: Répartition de l'offre en huile de table par zone géographique (2020).....	73
<b>Graphique 15</b>	: Consommation en huile végétale de quelques pays (Kg/hab/an).....	76
<b>Graphique 16</b>	: Evolution des exportations du Maroc en huile raffinée (2016-2020).....	78
<b>Graphique 17</b>	: Evolution moyenne annuelle de l'indice CRB (2016-2021).....	90
<b>Graphique 18</b>	: Evolution moyenne annuelle de l'indice CRB d'août 2020 à mai 2021.....	90
<b>Graphique 19</b>	: Evolution des cours mondiaux annuels moyens d'huile de soja (2016-2021).....	92
<b>Graphique 20</b>	: Evolution des cours mondiaux mensuels moyens d'huile de soja (2020-2021).....	92
<b>Graphique 21</b>	: Evolution des coûts d'achat annuels moyens d'huile brute par opérateur (2016-2021).....	93
<b>Graphique 22</b>	: Evolution des prix de vente annuels moyens d'huile de table par opérateur (2016-2021).....	95
<b>Graphique 23</b>	: Evolution des prix de vente mensuels moyens d'huile de table par opérateur (2020-2021).....	95
<b>Graphique 24</b>	: Evolution des coûts d'achat et des prix de vente annuels moyens (2016-2021).....	96
<b>Graphique 25</b>	: Evolution des coûts d'achat et des prix de vente mensuels moyens (2020-2021).....	96
<b>Graphique 26</b>	: Evolution des coûts d'achat et des prix de vente mensuels moyens par opérateur (2020-2021).....	99

## Liste des figures

<b>Figure 1</b> : Organisation de la FOLEA.....	24
<b>Figure 2</b> : Structure de l'actionnariat de la société Lesieur Cristal.....	26
<b>Figure 3</b> : Chaîne de valeur des huiles de table.....	34
<b>Figure 4</b> : Composition moyenne des graines de Soja, Tournesol et Colza.....	42
<b>Figure 5</b> : Etapes du processus de trituration.....	43
<b>Figure 6</b> : Etapes du processus de raffinage.....	46
<b>Figure 7</b> : Canaux de distribution de l'huile de table.....	53

## **I. Introduction générale de l'objet de la demande d'avis**

### **A. Présentation du contenu et contexte de la saisine**

Par lettre du 02 Avril 2021, enregistrée sous le numéro 2021/D.A/30, le Président de la chambre des Représentants a sollicité sur demande de la commission permanente des secteurs productifs, l'avis du Conseil de la concurrence sur le respect des règles d'une concurrence libre et loyale par les producteurs et importateurs des huiles de table suite aux augmentations des prix de vente constatées sur le marché national de ces produits.

Dans sa demande, la Commission sollicite d'un côté, le Conseil pour analyser l'état de la concurrence dans le marché des huiles de table, notamment le respect des producteurs et importateurs des huiles de table des règles de la concurrence libre et loyale et, de l'autre côté, interroge le Conseil de la concurrence à se prononcer sur l'existence d'éventuelles concertations et ententes entre les producteurs et les importateurs des huiles de table au Maroc.

La réponse aux questions soulevées par la commission parlementaire permanente des secteurs productifs relatives au respect des producteurs et importateurs des huiles de table au Maroc des règles d'une concurrence libre et loyale en relation avec les hausses de prix de vente des huiles de table constatées sur le marché national, ne peut se faire que dans le cadre d'une étude approfondie et détaillée de l'ensemble des composantes de la chaîne de valeur de la filière oléagineuse. Ainsi, il sera procédé successivement à l'analyse de l'offre et de la demande du marché concerné en amont et en aval, du niveau de concentration de celui-ci, des conditions d'accès et de la dynamique concurrentielle au niveau de ce marché. En dernier lieu, il sera présenté les principales conclusions et recommandations susceptibles d'améliorer le fonctionnement concurrentiel du marché des huiles de table au Maroc.

L'analyse de l'ensemble des facteurs précités permettront de comprendre les raisons profondes des évolutions des prix de vente observées sur le marché national.

Toutefois et à titre liminaire, il convient de constater que, tel qu'elle est formulée, la présente demande d'avis peut évidemment être interprétée comme une saisine contentieuse, ou également comme une demande d'avis sur une question de concurrence à caractère général.

A cet égard, le Conseil de la concurrence rappelle que, lorsqu'il est consulté en application de l'article 5 de la loi n° 20-13 relative au Conseil de la concurrence, il ne peut se prononcer que sur des questions de concurrence d'ordre général. Il ne lui appartient pas, dans ce cadre, de statuer sur l'aspect de savoir si telle ou telle pratique serait anticoncurrentielle. En outre et d'après l'article 5 de la loi 20-13 précitée, les commissions permanentes du Parlement ne peuvent solliciter le Conseil que sur toutes les questions de concurrence puisqu'elles ne peuvent pas se constituer comme partie dans une procédure contentieuse.

Dans le cadre de l’instruction de cette demande d’avis, une réunion a été tenue le 29 Avril 2021 au siège du Conseil de la concurrence en présence des représentants de la commission des secteurs productifs de la chambre des représentants, MM. Said Chebaatou, Président et Omar Abassi, Mohamed Abdelhak, Idriss Oukamni et Abdellatif Zaim, membres.

Lors de cette séance d’audition, les représentants de la commission ont été informés des prérogatives du Conseil de la concurrence, son champ et son périmètre d’intervention et ont confirmé à ce titre, que la demande d’avis s’inscrit dans le cadre consultatif et non contentieux du Conseil de la concurrence.

Par ailleurs, il a été précisé par les membres de la commission que cette demande d’avis intervient suite aux augmentations des prix de vente enregistrées début du mois de Février 2021 sur le marché national des huiles de table, près de 1,1dh/l et que ces augmentations ont eu lieu au même timing.

### **B. Cadre juridique de la demande d’avis**

Cette demande d’avis s’inscrit dans le cadre des dispositions de l’article 5 de la loi n° 20.13 précitée qui dispose dans son 1<sup>er</sup> alinéa que : « Le Conseil peut être consulté par les commissions permanentes du Parlement sur les propositions de loi ainsi que sur toute question concernant la concurrence, conformément aux règlements intérieurs des Chambres du Parlement... ».

La présente demande d’avis s’inscrit dans le cadre des compétences consultatives et non contentieuses du Conseil de la concurrence : le Conseil ne se prononcera pas sur l’aspect comportemental des opérateurs du marché des huiles de table ou procéder à la qualification juridique de leurs pratiques au regard du droit de la concurrence, notamment les dispositions relatives aux pratiques anticoncurrentielles.

### **C. Actes d’instruction**

L’instruction de cette demande d’avis a été menée selon une démarche contradictoire par les services d’instruction du Conseil en auditionnant l’ensemble des parties acteurs concernés par l’objet de la demande d’avis, nonobstant, leur position et leur argumentaire. En effet, cette instruction a nécessité en plus de l’analyse documentaire, la tenue de vingt-quatre séances d’audition avec de différents intervenants de la filière oléagineuse au Maroc, l’utilisation de questionnaires pour le recueil des données relatives à la filière et également la réalisation de relevés de prix sur le terrain au niveau de quelques points de vente de Rabat qui ont concernés certains épiciers et magasins de la grande distribution.

#### **Les administrations publiques :**

- Le Ministère de l’Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts ;
- Le Ministère de l’Industrie, du Commerce et de l’Economie Verte et Numérique ;

- Le Ministère de l'Economie et des Finances et de la Réforme de l'Administration - Département des Affaires Générales et de la Gouvernance;
- L'Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires.

#### **Les organisations professionnelles de la filière :**

- La Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux « FOLEA » ;
- La Fédération nationale de l'agroalimentaire « FENAGRI » ;
- La Confédération Marocaine de l'Agriculture et du Développement Rural « COMADER » ;
- L'Association Professionnelle des Fabricants d'Huile du Maroc « APFHM » ;
- La Fédération des Métiers de la Distribution des Produits de Grande Consommation « Tijara 2020 ».

#### **Les Fédérations de protection des consommateurs :**

- La Fédération Marocaine des Droits du Consommateur – FMDC- ;
- La Fédération Nationale des Associations du Consommateur au Maroc - FNAC.

#### **Les opérateurs du secteur des huiles de table :**

- La société Industrielle Oléicole de Fès « Siof » ;
- Les Huileries du Souss Belhassan « HSB » ;
- Les conserves de Meknès « Aicha » ;
- Savola Maroc ;
- Lesieur Cristal.

#### **Les opérateurs de la grande distribution alimentaire :**

- Groupe Marjane ;
- Groupe Label'Ve ;
- Aswak Assalam ;
- BIM Maroc.

## **Partie I : Présentation de la filière oléagineuse au Maroc**

### **I. Importance de la filière et aperçu historique de son évolution**

#### **A. Importance et rôle de la filière oléagineuse**

La sécurité d'approvisionnement en denrées alimentaires de base constitue l'un des objectifs fondamentaux assignés au secteur agricole et l'huile de table fait partie de l'une de ces denrées du fait qu'il s'agit d'un produit de première nécessité, indispensable à chaque ménage marocain.

Le marché des huiles de table se trouve à la croisée du chemin entre l'amont agricole représenté par la filière des cultures oléagineuses et l'aval, représenté par l'industrie de transformation et le réseau de la distribution.

La filière des oléagineux occupe une place importante au niveau de l'économie nationale et l'importance accordée à cette dernière trouve sa justification dans plusieurs considérations : économiques, agronomiques et sociales.

Sur le plan économique, les cultures oléagineuses contribuent partiellement à la sécurité alimentaire du pays et permettent de produire les huiles alimentaires, et de fournir les tourteaux qui sont des sous-produits riches en protéines, indispensable à l'industrie de l'alimentation animale (exemple : la filière avicole).

Sur le plan agronomique, les cultures oléagineuses jouent un rôle important au niveau de l'équilibre de l'assolement des exploitations agricoles et constituent une bonne pratique agricole. En effet, un bon système de rotation des cultures intégrant les cultures oléagineuses améliore la fertilité des sols et réduit les maladies et les mauvaises herbes.

Sur le plan social, les oléagineux contribuent à la création d'emploi, à travers les journées de travail qu'ils garantissent que ce soit en amont ou au niveau de l'aval par leur utilisation industrielle (trituration et raffinage).

#### **B. Aperçu historique sur l'évolution de la filière oléagineuse**

Rappelons tout d'abord que jusqu'au milieu des années 1980, le secteur agricole marocain faisait fortement l'objet d'une politique interventionniste de l'Etat. En effet, durant cette période, l'Etat définissait d'une part, les prix pour la majorité des produits agricoles, les coûts de stockage et les marges de transformation et, d'autre part, octroyaient des subventions à la production et à la consommation<sup>1</sup>.

A partir des débuts des années 90 et pour assurer une plus grande intégration de l'économie nationale dans l'économie mondiale, le Maroc a opté pour une politique

---

<sup>1</sup> Exemple : l'Office national interprofessionnel des céréales et des légumineuses (ONICL) pilotait les importations de blé et l'Office de commercialisation et d'exportation (OCE) gérait l'ensemble des exportations



d'ouverture économique marquée par une réduction du rôle de l'Etat dans tous les secteurs économiques et par une libéralisation progressive des échanges extérieurs. En ce qui concerne le secteur agricole, l'objectif affiché de cette politique était d'attirer les investissements extérieurs et de promouvoir les exportations.

A l'instar des autres filières agricoles, les oléagineux connaissaient une intervention de l'Etat à tous les niveaux de la filière depuis la production jusqu'à la commercialisation. Les prix des graines oléagineuses étaient fixés chaque année et révisés constamment pour encourager les agriculteurs à pratiquer les cultures oléagineuses d'une manière régulière. C'est ce qui explique en grande partie les bonnes performances enregistrées à l'époque : les emblavements se sont étendus de façon substantielle et la superficie en tournesol, par exemple a atteint durant les années 80, près de 200 000 ha entraînant une production de plus de 160 000 tonnes de graines. La filière locale des graines oléagineuses assurait ainsi un taux de couverture des besoins en huiles alimentaires de 10 à 15% durant cette période<sup>2</sup>.

Au niveau de l'aval, les quantités importées des graines oléagineuses et des huiles brutes étaient contrôlées par le ministère chargé du commerce et de l'Industrie par le biais des appels d'offre qu'il lançait dans ce cadre<sup>3</sup>. De plus, les plafonds de marges de toute la chaîne de valeur du secteur: de la trituration, du raffinage et de la distribution, étaient fixés également par les pouvoirs publics.

L'évolution de la filière par la suite a été marquée par deux grandes réformes :

### **- Période 1995-2000**

Cette période s'est caractérisé par le démarrage du processus de libéralisation de toute la filière suite à l'entrée en vigueur de l'accord général sur les tarifs douaniers et le commerce « GATT » qui a donné naissance à l'Organisation mondiale du commerce « OMC » à partir de janvier 1995<sup>4</sup>. En effet, au niveau de l'amont, l'Etat a supprimé les prix de soutien pour les producteurs et les prix à la production des différentes graines sont devenus ainsi libres. A titre d'exemple, les prix garantis de 480 dollars/tonne pour le colza et de 433 dollars/tonne pour le soja ont été supprimés dès le début de 1995, ce qui a eu pour effet, une baisse significative de la production locale : qui est passée de 110 000 tonnes en 1996/1997 à moins de 20 000 tonnes en 2000<sup>5</sup>, soit une chute de 5 fois due en grande partie à la non rentabilité de ces cultures.

---

2 Source : Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts

3 Les appels d'offres étaient gérés par le Burapro (Bureau des approvisionnements) qui organise l'importation des huiles brutes et des graines pour le compte de l'ensemble des industriels du marché.

4 OMC a vu le jour à Marrakech en 1994 suite à la conclusion du cycle du GATT : General Agreement on Tariffs and Trade

5 Etude de 2016 de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) sur secteur des oléagineux au Maroc

Au niveau de l'aval, l'ensemble des marges de collecte, de stockage, de trituration et de raffinage ont été libéralisés. Toutefois, un accord a été conclu à cette époque entre l'Etat et les producteurs, en vertu duquel, les producteurs des huiles de table se sont engagés à maintenir les prix de vente au consommateur à leurs niveaux de l'époque. En contrepartie, l'Etat a instauré une subvention forfaitaire de l'ordre de 5365dh/tonne<sup>6</sup> d'huile raffinée vendue au consommateur, versée directement aux industriels sur la base des quantités vendues et il y a eu également la mise en place des équivalents tarifaires pour protéger la production locale.

### **- A partir de l'année 2000**

A parti de novembre 2000, l'Etat a entrepris une politique de libéralisation générale des échanges agricoles dont la filière oléagineuse était concernée par la réforme à tous les niveaux. Dans ce cadre, le prix de vente des huiles de graine est devenu libre avec néanmoins un "accord de modération" conclu entre le Gouvernement et les opérateurs du marché afin d'accompagner la filière pendant deux années, du 1<sup>er</sup> Novembre 2000 au 31 Octobre 2002. En effet, l'accord a défini les conditions de libéralisation de la filière des huiles alimentaires et des prix de vente des huiles de table et a prévu dans son article 2 que jusqu'à la date du 1<sup>er</sup> Novembre 2002, les opérateurs du secteur des huiles alimentaires signataires s'engagent à commercialiser au moins une huile alimentaire conditionnée basique dont le prix de vente sortie usine serait inférieur à celui pratiqué avant la libéralisation, soit 8,5dh/l.

Ainsi, la réforme menée durant cette période a porté sur la suppression des équivalents tarifaires, la baisse au minimum (2,5%) des droits d'importation sur les huiles brutes et les graines oléagineuses et l'instauration des droits d'importation des huiles raffinées et des tourteaux à 25%.

Toutefois, il convient de signaler que du côté de l'amont, deux mesures de soutien ont été engagées par l'Etat à savoir :

- La réintroduction en 2003 des prix garantis à la production ;
- L'instauration par l'Etat d'une subvention versée aux industriels qui s'approvisionnent en graines oléagineuses locales : cette subvention correspondait à la différence avec le prix pratiqué à l'international.

## **II. Présentation des principaux intervenants de la filière oléagineuse**

Notons tout d'abord que la réforme de libéralisation qu'a connue le marché des huiles de table en 2000 a considérablement réduit l'intervention de l'Etat dans ce secteur. Actuellement, mis à part le rôle du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime,

---

<sup>6</sup> Entrée en vigueur de l'accord conclu en 1996 avec l'UE

du Développement Rural et des Eaux et Forêts au niveau de l'amont portant sur le développement agricole de la filière oléagineuse et celui relatif aux contrôles sanitaires des huiles, effectués tout au long de la durée de vie des huiles de table, par les services de l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires « ONSSA »<sup>7</sup>, aucun autre département ministériel n'intervient dans le marché.

A noter aussi que l'ONSSA est chargé, également, de la délivrance de l'autorisation et de l'agrément sanitaire, nécessaires aux entreprises du marché des huiles de table pour toute nouvelle création ou extension de leurs unités industrielles.

Du côté des professionnels, les producteurs des graines oléagineuses et les industriels transformateurs des oléagineux, faisant la trituration, se sont regroupés autour de la Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux « FOLEA », tandis que les opérateurs de l'industrie des huiles de table, faisant le raffinage, se sont mobilisés autour de l'Association Professionnelle des Fabricants d'Huile au Maroc « APFHM ».

Le rôle et les missions de chacune des parties précitées se résument comme suit:

#### **A. Le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts**

A l'instar des autres filières agricoles, le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts joue un rôle central dans la chaîne de valeur de la filière oléagineuse, notamment au niveau de son amont agricole. En effet, le ministère définit les orientations stratégiques, participe au suivi du déroulement des campagnes agricoles relatives aux oléagineux, par l'organisation de campagne de sensibilisation et de démonstration au profit des agriculteurs. Aussi, le département concerné conçoit et met en œuvre les mesures de soutien à la production et contribue à l'encadrement et à la mise en place des programmes de recherche et développement avec l'intervention des différentes structures régionales de l'Institut national de la recherche agricole « INRA ».

En outre, le ministère intervient par la mise en œuvre des mesures adaptées aux besoins de la filière en cas de situations exceptionnelles ou de difficultés conjoncturelles comme celle de la dernière flambée des cours des graines oléagineuses au niveau mondial fin 2020 et début 2021.

#### **B. Les organisations représentant les professionnels de la filière**

En termes d'organisation professionnelle, la filière oléagineuse au Maroc est représentée par la Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux « FOLEA » et l'Association Professionnelle des Fabricants d'Huile au Maroc «APFHM».

---

<sup>7</sup> Les contrôles sont effectués conformément aux dispositions de la loi 28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires

### a. La Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux « FOLEA »

La Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux a été créée en 2013 et reconnue en mars 2017 comme Interprofession des Oléagineux.

Les principales missions de la FOLEA peuvent être résumées comme suit :

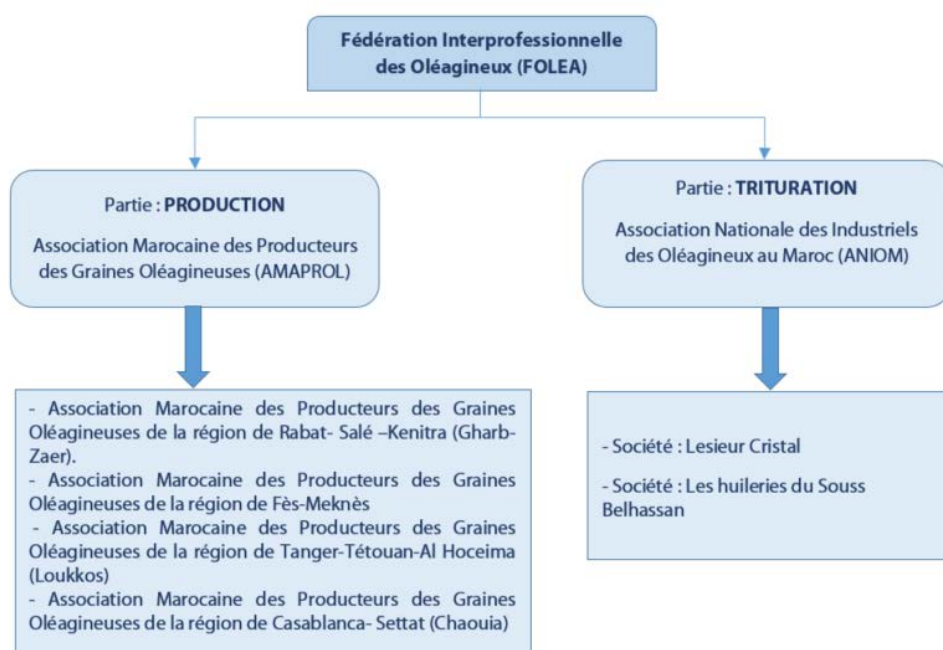
- L'animation de la filière à travers une meilleure planification des plans d'action de la filière ;
- La coordination des actions en fédérant les efforts des différents acteurs en vue du développement et de la promotion des différents maillons de la chaîne de valeur de la filière: la production des graines oléagineuses, la commercialisation, le stockage et la transformation des graines ;

En ce qui concerne le financement de la fédération, les statuts prévoient qu'il est assuré par les cotisations de ses adhérents au prorata des sièges au Conseil d'Administration.

La FOLEA regroupe les différents partenaires de la chaîne de valeur de la filière : l'amont qui est représenté par l'Association Marocaine des Producteurs des graines Oléagineuses « AMAPROL » qui elle aussi regroupe les quatre associations régionales des producteurs et l'aval, représenté par l'Association Nationale des Industriels des oléagineux au Maroc « ANIOM » qui rassemble les deux sociétés de trituration existantes au Maroc, Lesieur Cristal et les Huileries du Sous Belhassan.

Le schéma ci-après récapitule l'organisation de la Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux (Source : FOLEA):

Figure 1 : L'organisation de la FOLEA



### **b. L'Association Professionnelle des Fabricants d'Huile au Maroc « APFHM »**

L'Association Professionnelle des Fabricants d'Huile au Maroc a été fondée par les Industriels du secteur des huiles ( tritrateurs et raffineurs) pour être le porte-parole de la profession lors de la Conférence tenue à la chambre de commerce de Casablanca en 1950 et pour aborder avec les pouvoirs publics, la question de la création d'un « dépôt d'huile végétale » dans le port de Casablanca qui donnera lieu en 1951 à la création de la Coopérative de Stockage des Corps Gras Bruts Au Maroc « COSTOMA »<sup>8</sup>.

La mission centrale de l'association consiste à représenter et à défendre les intérêts professionnels de ses membres, pour une meilleure organisation de la profession.

S'agissant des activités de l'association, il y a lieu de signaler que selon son Président<sup>9</sup>, l'APFHM a été très active pendant la période qui a précédé les années 2000, où l'huile de table était subventionnée et réglementée. Actuellement, les seuls dossiers qui sont portés par l'association concernent la réglementation du secteur, vis-à-vis de l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires et le volet des règles d'origine traité dans le cadre des accords de libre-échange. L'association n'abordait pas les aspects commerciaux relatifs à ses membres.

### **C. Les opérateurs : tritrateurs et raffineurs**

Rappelons qu'avant la libéralisation du secteur des huiles de table, le marché connaissait l'existence d'une dizaine d'opérateurs mais leur nombre a diminué au fil du temps après la fusion de cinq sociétés au sein de Lesieur Cristal et la disparition fin des années 1990 de sept opérateurs.

Actuellement et en termes de transformation des oléagineux, le marché des huiles de table comporte les quatre opérateurs suivants: Lesieur Cristal, les Huileries du Souss Belhassan « HSB », Savola Maroc et la société Industrielle Oléicole de Fès « Siof ».

Au total, il existe actuellement 2 unités de trituration et 5 usines de raffinage d'huiles végétales au Maroc. Ces unités raffinent les huiles brutes importées et, dans le cas de Lesieur Cristal et des Huileries du Souss Belhassan, les huiles issues de leurs unités de trituration.

#### **• La société « Lesieur Cristal »**

La société Lesieur Cristal est une société SA de droit marocain cotée à la bourse de Casablanca. La société est née de la fusion progressive de trois grandes sociétés installées au Maroc depuis les années 40 : Lesieur Afrique, Unigral Cristal et la Société

---

<sup>8</sup> Actuellement, la COSTOMA est une SA à personnel et capital variable géré par les professionnels –actionnaires- et emploie 12 personnes dont, 3 permanents, 2 temporaires et 7 occasionnels. La société a pour objet le stockage des huiles brutes alimentaires au profit de ses actionnaires en contrepartie d'une redevance fixée à 20 dh /tonne destinée à la couverture des charges de la société. La capacité de stockage totale est de 22 000 tonnes

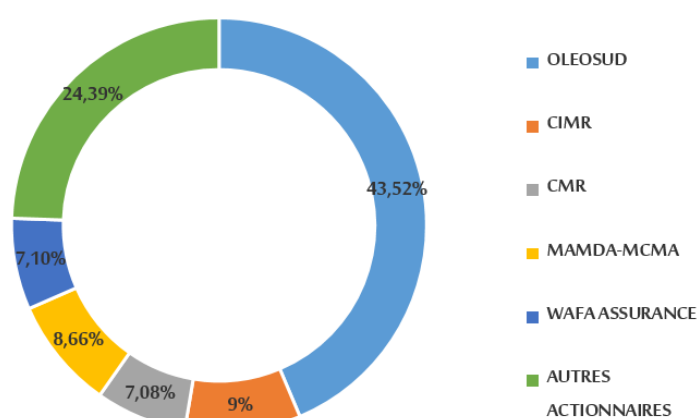
<sup>9</sup> Audition de l'APFHM du 21 Mai 2021

d'Exploitation des Produits Oléagineux « SIPO ». Actuellement, la société emploie environ 960 collaborateurs et exporte vers plus de 30 pays.

A partir de 2012, le groupe français Sofiprotéol<sup>10</sup>, via sa filiale Oléosud, est devenu l'actionnaire de référence de Lesieur Cristal après l'acquisition de 43,52 % du capital de la société.

La figure suivante expose la structure d'actionnariat (en 2019) de la société :

**Figure 2 : structure de l'actionnariat de la société Lesieur Cristal**



Source : données communiquées par Lesieur Cristal-2019

En plus de la filiale marocaine, Lesieur Cristal détient 94% du capital de la société Cristal Tunisie, 90% du capital de la société Oleosen Sénégal et d'une filiale commerciale aux USA.

Au Maroc, la société Lesieur Cristal intervient dans plusieurs segments du secteur agroalimentaire : outre les huiles de table, elle est active dans la fabrication et la commercialisation de l'huile d'olive commercialisée sous les marques Jawhara et Mabrouka, les savons corporels (Taous), les savons de ménage (El Kef et El Menjel)<sup>11</sup> et la margarine (Magdor, Familia et Ledda)<sup>12</sup>. Le groupe est également présent sur le segment B to B avec ses offres destinées à l'alimentation animale (tourteaux issus de la trituration des graines oléagineuses) et aux industriels alimentaires utilisant les huiles végétales industrielles, tels que les biscuiteries, les conserveries de poisson et les opérateurs de la margarine et de la peinture.

S'agissant de l'activité des huiles de table, Lesieur Cristal intervient sur toute la chaîne de transformation, allant de la trituration des graines oléagineuses jusqu'au raffinage. En effet,

<sup>10</sup> A partir de 2015, le groupe français Sofiprotéol change de nom pour devenir Groupe Avril.

<sup>11</sup> Capacité de production de la savonnerie est de l'ordre de [40 000-45 000T/an]

<sup>12</sup> Lesieur Cristal a acquis 100% du capital de la société "Indusalim" l'un des acteurs de taille de la margarine au Maroc, dotée d'une capacité de production de [10 000-15 000T/an]

la société dispose d'une unité de trituration d'une capacité de 270 000 tonnes/an dédiée essentiellement à la trituration des graines locales et occasionnellement des graines importées. Pour le raffinage, Lesieur Cristal possède un site industriel situé à Casablanca, doté d'une capacité de production installée de plus de [1000-1100] tonnes/jour.

A signaler que la société fabrique également pour ses propres besoins les emballages, destinés au conditionnement des huiles produites.

#### • La société « Les Huileries du Souss Belhassan »

Les Huileries du Souss Belhassan « HSB » est une société à responsabilité limitée de droit marocain, créée en 1975 et appartenant au groupe « Belhassan Investment holding A »<sup>13</sup>, du nom de son fondateur et son propriétaire actuel.

Le groupe est actif dans l'agriculture<sup>14</sup>, l'agroalimentaire<sup>15</sup> et également dans le secteur de l'immobilier<sup>16</sup>.

La société « Les Huileries du Souss Belhassan » est l'une des filiales agroalimentaires du groupe et elle intervient dans les métiers suivants : l'oléiculture, le raffinage, la savonnerie, la trituration des olives et des graines oléagineuses, la margarinerie (Lilia, Sabrina et Patissor), le conditionnement du thé et du café et la fabrication de l'emballage pour satisfaire les besoins de la société.

La société possède deux sites de production des huiles de table: l'unité de raffinage située à Agadir et l'unité de trituration-raffinage située à Ain Taoujtate.

La capacité de trituration installée de la société est estimée à 350 000 tonnes/an et celle de raffinage est évaluée à [400-500] tonnes/jour. Il convient de signaler que la société a entamé en 2017 et prévu pour 2022, un chantier visant à atteindre une capacité de raffinage de l'ordre de [800-900] tonnes/jour dans l'usine d'Agadir.

#### • La société Industrielle Oléicole de Fès « Siof »

Siof est une SA de droit marocain créée en 1961, détenue par la famille Lahbabi.

La société emploie près de 400 personnes (Siof et ses filiales) et intervient dans les trois principales activités suivantes: le raffinage et le conditionnement de l'huile de table, l'extraction de l'huile de grignon, la conserve des olives et la trituration des olives<sup>17</sup>.

---

13 Le groupe est actif dans le secteur agroalimentaire et dans l'immobilier

14 Domaine Nora : exploitations agricoles du groupe

15 En plus des huileries du Souss, le groupe est l'embouteilleur sous licence Coca-Cola dans la région du sud du Maroc

16 Groupe Bel Hassan Immobilier (GBHI)

17 La société possède 2 filiales : Domaine El Hamd, spécialisée dans l'extraction d'huile de grignon d'olive et l'agriculture de l'olivier et Minoterie Houcine Lahbabi, spécialisée dans la production de la farine



Siof dispose de 2 sites de production : une unité de raffinage et de conditionnement des huiles de table située à la zone industrielle de Doukkarat à Fès, dotée d'une capacité de production installée de [100-200] tonnes/jour et d'une autre unité industrielle assurant la trituration des olives, la production de conserves d'olives et l'extraction d'huile de grignons.

• **La société « Savola Maroc »**

Savola Maroc est une filiale de la division « huiles et graisses » du groupe saoudien éponyme, l'une des principales sociétés du Royaume d'Arabie Saoudite qui est active dans plusieurs secteurs, notamment, les huiles alimentaires, le sucre, la grande distribution<sup>18</sup>, la construction et le bâtiment.

C'est une société anonyme de droit marocain qui a intégré le marché marocain en juillet 2004 et qui emploie près de 310 collaborateurs. La société est spécialisée dans le raffinage et de la commercialisation d'huile végétale, sous les marques Afia et Hala.

La société dispose uniquement de l'activité de raffinage des huiles brutes dans son site de production situé à Berrechid. La capacité de production nominale de cette unité est passée de [300-400] tonnes/jour à [500-600]tonnes/jour vers fin 2020.

### **III. Description de la filière des cultures oléagineuses en amont**

#### **A. L'évolution des réalisations au niveau de l'amont agricole**

L'évolution des réalisations de la filière oléagineuse au Maroc en cultures oléagineuses a été marquée par quatre grandes périodes distinctes :

- Avant les années 80, les réalisations ont été modestes, ne dépassant pas 13 000 ha en moyenne de superficie emblavée;
- A partir du milieu des années 80 et jusqu'au 1991 : phase où les performances ont été importantes. En effet, les emblavements se sont étendus de façon spectaculaire. La superficie en tournesol a atteint 200 000 ha garantissant une production en graines de plus de 160 000 tonnes. Cet essor était dû principalement à la garantie des débouchés de la production des agriculteurs et au prix assuré à la production qui était fixé par les pouvoirs publics ;
- A partir de 1994 : les superficies emblavées ont enregistré un repli significatif des superficies et de la production, sous l'effet, d'une part, des conditions climatiques défavorables, notamment la sécheresse récurrente des années 1993, 1995, 1997, 1999 et d'autre part, en raison de l'impact du début de la libéralisation de la filière oléagineuse intervenue depuis 1996 ;

---

<sup>18</sup> Panda Retail Company

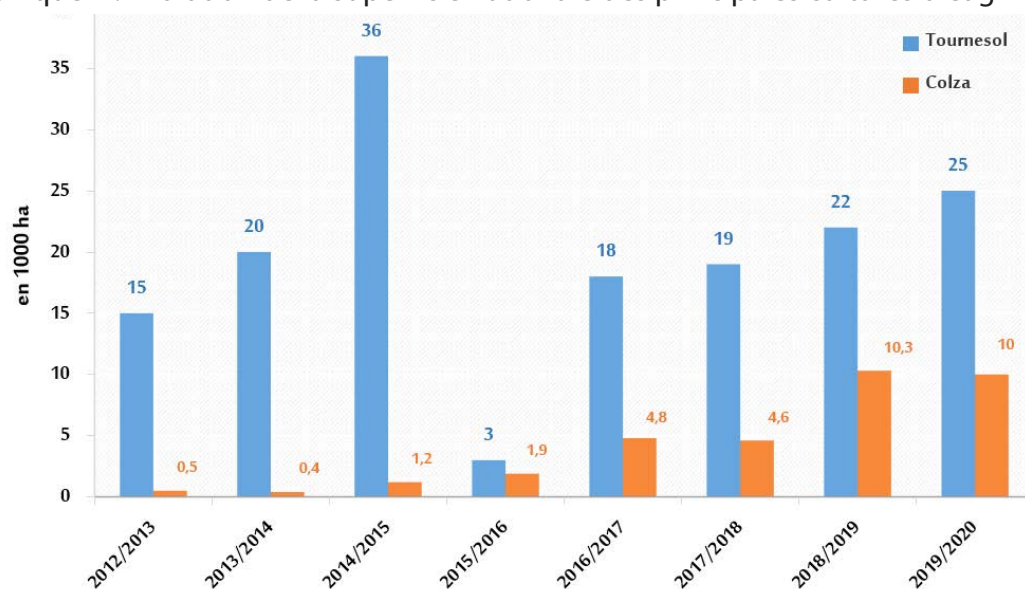


- A partir de novembre 2000 : la libéralisation générale de la filière oléagineuse a été marquée par une forte régression des superficies emblavées et de la production suite à la réduction des droits de douane sur les graines oléagineuses et également sur les huiles brutes importées (2,5% ad valorem)<sup>19</sup>.

Actuellement, les principales espèces oléagineuses annuelles cultivées au Maroc sont le tournesol, le colza et l'arachide<sup>20</sup> et la superficie totale en ces graines représente à peine 0.4% de la Surface Agricole Utile (SAU) et moins de 1% de la production agricole nationale<sup>21</sup>.

Depuis 2013, l'année de signature du contrat programme de la filière oléagineuse entre l'Etat et la profession, la superficie emblavée en tournesol est passée de près de 15 000ha en 2012/2013 à environ 25 000ha en 2019/2020, soit une progression de près de 66%. La superficie du colza a été multipliée par 20 en passant de près de 500 ha en 2012/2013 à environ 10 000ha en 2019/2020.

Graphique 1 : Evolution de la superficie nationale des principales cultures oléagineuses



Source : établi à partir des données communiquées par la FOLEA<sup>22</sup> et le MAPMDREF

La production a étroitement suivi l'évolution des superficies. En effet, elle a été de l'ordre de 18 600 tonnes en 2012/2013, dont 18 000 tonnes de tournesol et a atteint environ 31 500 tonnes en 2019/2020, dont près de 22 500 tonnes de tournesol, soit

19 Pour accompagner les cultures locales, l'Etat a mis en place une subvention aux producteurs nationaux, variable en fonction des prix et des cours mondiaux.

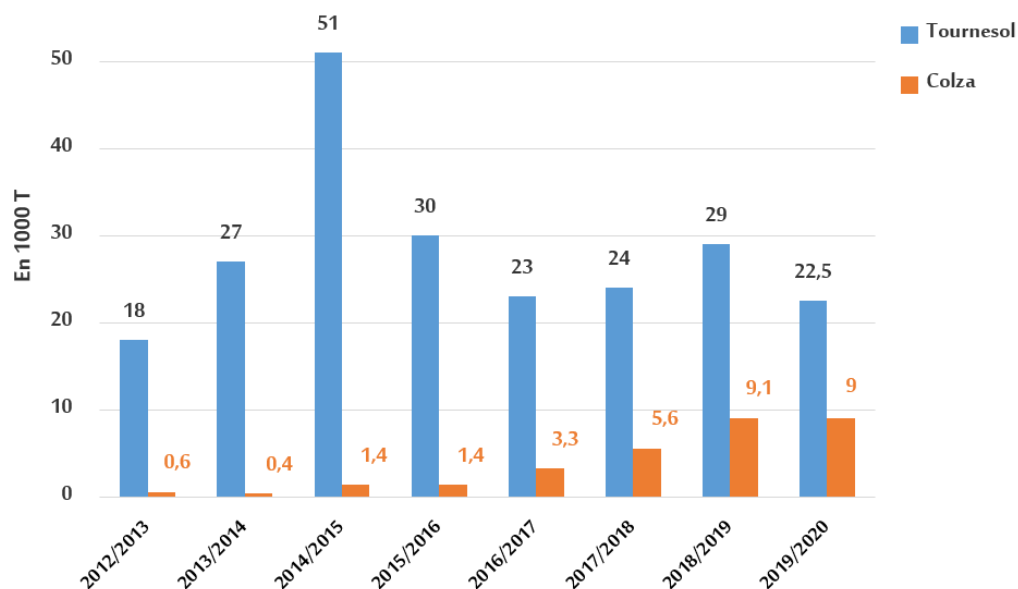
20 L'arachide est plus destinée à la consommation de bouche plus qu'à la production d'huile

21 Données du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts

22 Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux

une amélioration de 15 fois de la production en colza et une progression de 56% de la production en tournesol.

Graphique 2 : Evolution de la production nationale des principales cultures oléagineuses



Source : établi à partir des données communiquées par la FOLEA<sup>23</sup> et le MAPMDREF

Toutefois, il convient de signaler que la superficie emblavée et la production du tournesol qui représente la principale culture<sup>24</sup> oléagineuse au Maroc. Les réalisations connaissent des fluctuations importantes d'une campagne agricole à l'autre du fait que cette culture est considérée par les agriculteurs comme une culture de substitution et de rattrapage des cultures d'automne telles que les céréales et la betterave sucrière, en cas d'inondations ou de sécheresse.

S'agissant de la répartition géographique, les superficies en tournesol et en Colza sont localisées principalement aux zones "Bour favorable"<sup>25</sup> au niveau de la région de Rabat Salé-Kenitra (Gharb et Loukkos) avec près de 57% du total de la superficie emblavée suivie de la région Fès-Meknès (Saïs) avec environ 28%.

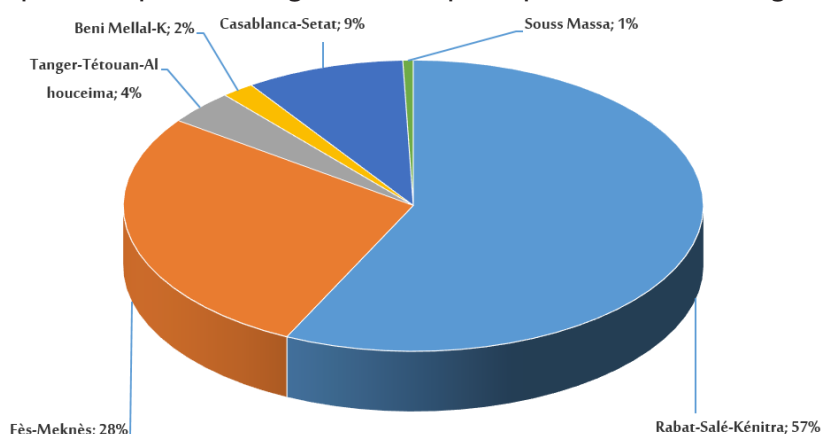
La figure ci-après récapitule la répartition régionale des superficies des principales cultures oléagineuses (2019/2020).

<sup>23</sup> Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux

<sup>24</sup> Le tournesol a représenté près de 71% de la superficie totale des oléagineux en 2019/2020

<sup>25</sup> Zones d'agriculture non irriguée qui dépend majoritairement des précipitations pluviales

Graphique 3 : Répartition régionale des principales cultures oléagineuses



Source : fait à partir des données communiquées par la FOLEA et le MAPMDREF

### B. Axes et bilan du contrat-programme 2013-2020

Dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie Plan Maroc vert, le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts a retenue l'approche filière pour le développement et la mise à niveau du secteur agricole. Cette démarche a été matérialisée par la signature de 19 contrats programmes entre l'Etat et les professionnels des différentes filières.

En ce qui concerne la filière oléagineuse un contrat programme a été conclu avec la Fédération interprofessionnelle des oléagineux « FOLEA »<sup>26</sup> en vue de permettre une couverture de près de 70% des besoins du Maroc en huile de table<sup>27</sup> étant donné du potentiel dont dispose le Maroc, estimé à 600 000 ha qui pourrait être réservée aux cultures oléagineuses.

Le contrat programme signé en 2013 couvre la période 2013-2020 et se décline en conventions d'agrégation qui a mis en relation les acteurs de l'amont et l'aval de la filière. Concrètement, l'agrégation se traduit par un système de contractualisation entre les industriels et les agriculteurs pour développer l'achat garanti de leur production, moyennant une assistance financière du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts. Les industriels fournissent aux agriculteurs l'appui technique et les intrants nécessaires. De leur côté, les agriculteurs s'engageraient à commercialiser leur production auprès des industriels.

Le contrat programme vise à réduire la dépendance du pays aux importations, et par conséquent, faire face à la volatilité des cours mondiaux des matières premières oléagineuses.

<sup>26</sup> La FOLEA est l'organisme chargé du suivi et de la réalisation des objectifs assignés dans le contrat programme

<sup>27</sup> COMADER: selon une étude menée par la FAO sur la filière oléagineuse au Maroc

Dans le détail, le contrat programme a prévu un investissement global à l'horizon 2020 de près de 421 millions de DH dont 117 millions de DH pris en charge par l'Etat, soit 28% et 304 millions de DH par la profession, soit 72% du budget total.

Plusieurs objectifs ont été fixés dans ce programme :

- L'extension et la diversification des superficies réservées aux cultures oléagineuses : objectif à atteindre 127 000 ha à l'horizon 2020 dont 85 000 ha de tournesol et 42 000 ha de colza;
- L'amélioration des rendements : passer de 11qx/ha en 2013 à 18qx/ha pour le tournesol et de 11qx/ha en 2013 à 20qx/ha pour le Colza ;
- L'augmentation du taux de couverture des besoins en huile à partir de la production nationale : objectif de 20% d'approvisionnement local à l'horizon 2020 contre 1% avant 2013.

Le tableau ci-après synthétise les objectifs chiffrés du contrat programme.

**Tableau 1 : Objectifs globaux du contrat programme de la filière oléagineuse 2013-2020**

	<b>Moyenne 2008/2013</b>	<b>Objectifs 2020</b>
Superficie (en Ha)	35 028	127 000
Tournesol	34 500	85 000
Colza	528	42 000
<b>Rendement (en qx/Ha)</b>		
Tournesol	11	18
Colza	11	20
Production d'huile de table (en tonne)	8 000	93 000
Taux de couverture des besoins en huile (%)	1	19

Source : établi à partir des données communiquées par le MAPMDREF

Afin de réaliser ces objectifs, l'Etat s'est engagé, à apporter un appui financier, notamment :

- Réinstauration du prix minimum garanti compris entre 4000 et 5000 DH la tonne selon l'évolution des cours internationaux du tournesol et du colza ;

- Instauration d'aides spécifiques à la filière dans le cadre du Fonds de Développement Agricole «FDA»<sup>28</sup>
- Aide de 10% du coût de l'investissement relatif à l'installation d'unités de stockage des graines oléagineuses et à la modernisation des unités de valorisation de la production ;
- Mise en place de l'assurance multirisques climatique.

L'évaluation du bilan des réalisations du contrat programme à son échéance, fait ressortir qu'il a permis un accroissement des superficies qui ont atteint 30 000 ha contre 15 000 ha en 2013, soit une augmentation de 100% et une amélioration de la production moyenne, 30 000 tonnes contre 18 000 tonnes en 2013, soit une progression de près de 67%. En termes de mobilisation du financement, il a été constaté qu'à la fin 2020, l'Etat n'a engagé que 2 MDH sur les 117 MDH (1,7%) prévus et la profession n'a engagé que 192 MDH sur les 304 MDH (63%) prévus initialement par le contrat programme<sup>29</sup>.

Cependant, il y a lieu de constater que malgré le progrès enregistré, le contrat programme n'a pas eu les effets escomptés et les résultats restent très en dessous des objectifs inscrits initialement dans le cadre du programme.

Le retard enregistré s'explique essentiellement par la récurrence de la sécheresse printanière enregistrée durant ces dernières années, la concurrence des autres cultures d'automne qui ont une meilleure rentabilité comme par exemple les céréales et les légumineuses, la non disponibilité et la cherté des semences certifiées. Ceci a poussé les agriculteurs à s'approvisionner en semence locale très peu productive, en plus de l'attaque des récoltes par les moineaux dont les pertes sont estimées à 20% de la production totale<sup>30</sup>.

Dans le cadre de la mise en place de la nouvelle stratégie de développement du secteur agricole « Génération Green 2020-2030 », un nouveau contrat programme pour la filière oléagineuse est en cours de négociation entre le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts et la professionnels de la filière. Ce contrat a pour principal objectif d'atteindre un taux de couverture de 15% des besoins<sup>31</sup> par l'utilisation des graines oléagineuses locales.

Il reste à signaler que le MAPMDREF a pris quelques mesures exceptionnelles, en collaboration avec la FOLEA à travers la mise en place d'un programme de superficies

---

28 Le FDA a été créé en 1986 et son rôle consiste en la promotion de l'investissement privé dans le secteur agricole, à travers des subventions et primes ciblées, concernant des activités permettant une meilleure exploitation du potentiel agricole national

29 Déclarations lors de l'audition du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts

30 Données du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts

31 Taux provisoire déterminé par le Ministère en attendant la validité de la FOLEA

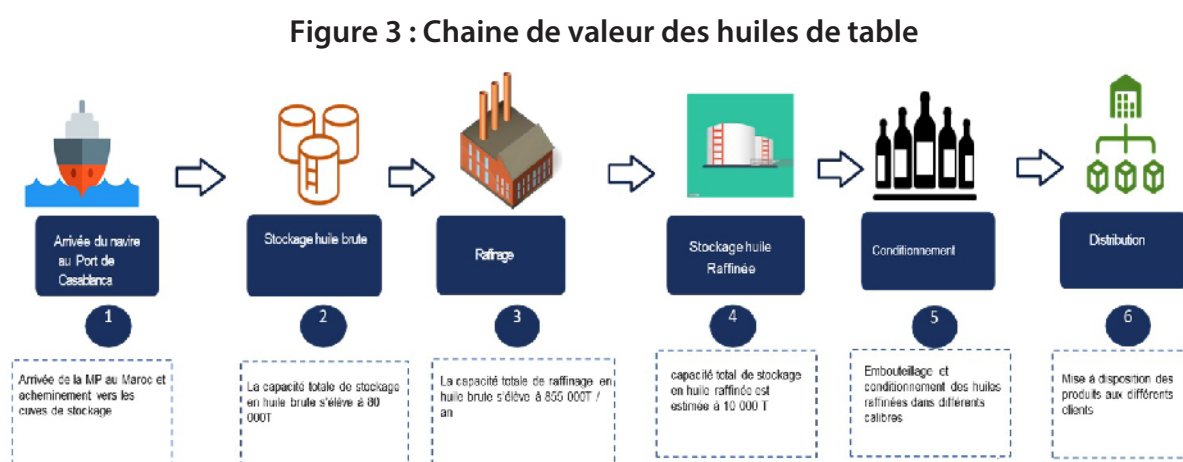
supplémentaires en tournesol avec un objectif de 30 000 ha et une production prévisionnelle de près de 40 000 tonnes pour la campagne de 2020/2021.

#### IV. Fonctionnement de la filière oléagineuse en aval

Dans cette partie, il sera procédé en plus de l'analyse de la filière oléagineuse, à une analyse générale du marché de l'huile d'olive vu le potentiel que présente cette filière qui peut jouer un rôle central dans la réduction de la dépendance de notre pays en huiles de graine oléagineuses et qui peut constituer à moyen et à long terme un produit de substitution potentiel.

En ce qui concerne la partie aval de la filière oléagineuse relative aux huiles de table, cette dernière comporte trois maillons : l'approvisionnement en matières premières (graines oléagineuses et huiles brutes), la transformation comprenant la trituration et le raffinage en huiles raffinées conditionnées et la distribution qui permet d'acheminer ces produits au consommateur final.

La figure ci-après illustre, en détail, les différentes étapes constituant la chaîne de valeur des huiles de table depuis l'arrivée des matières premières aux ports jusqu'à la distribution de l'huile raffinée et conditionnée au client :



Source : La Fédération Nationale de l'Agroalimentaire « FENAGRI »

Avant de procéder à l'analyse détaillée de chaque maillon de cette chaîne de valeur, il s'avère important de rappeler dans un premier temps, les différentes dispositions réglementaires encadrant les huiles de table.

##### A. Cadre réglementaire régissant les huiles de table

Du point de vue de la sécurité sanitaire des huiles alimentaires, cette activité est régie par plusieurs textes législatifs et réglementaires qui encadrent les différents aspects liés au produit, tels que les modalités de délivrance des autorisations/agréments aux industriels du secteur, les conditions et les modalités d'étiquetage, les informations nutritionnelles dans l'étiquetage et les limites des additifs alimentaires autorisés à être utilisés.

Ainsi, ces textes peuvent être classés en deux catégories :

- **Bases réglementaires transversales**

- La loi 28.07 en date du 11 février 2010 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires ;
- La loi n° 13.83 en date du 5 octobre 1984 relative à la répression des fraudes sur les marchandises. Les dispositions de l'article 16 de cette loi portent sur les produits alimentaires ;
- *Etiquetage* : le Décret n°2-12-389 en date du 22 avril 2013 du Ministre de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts pris pour l'application de la loi n°28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires. Ce décret fixe les conditions et les modalités d'étiquetage des produits alimentaires tel qu'il a été modifié et complété et ses arrêtés d'application ;
- *Contaminants* : l'Arrêté conjoint n°1643-16 en date du 30 mai 2016 du Ministre de l'agriculture et de la pêche maritime, et le Ministre de la santé pris pour l'application du Décret n°2-10-473 pris pour l'application de certaines dispositions de la loi n°28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires. Cet Arrêté fixe les limites maximales autorisées des contaminants dans les produits primaires et les produits alimentaires;
- *Etiquetage nutritionnel* : l'Arrêté conjoint n°281-16 du Ministre de l'agriculture et de la pêche maritime, et le Ministre de la santé en date du 1<sup>er</sup> février 2016 pris pour l'application du Décret n°2-12-389 fixant les conditions et les modalités d'étiquetage des produits alimentaires. Cet Arrêté fixe les prescriptions et les modalités d'indication des informations nutritionnelles dans l'étiquetage des produits alimentaires préemballés;
- *Additifs alimentaires* : l'Arrêté conjoint n°1795-14 en date du 14 mai 2014 du ministre de l'agriculture et de la pêche maritime, et le ministre de la santé pris pour l'application du Décret n°2-10-473 pris pour l'application de certaines dispositions de la loi n°28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires. Cet Arrêté fixe la liste et les limites des additifs alimentaires autorisés à être utilisés dans les produits primaires et les produits alimentaires, ainsi qu'aux indications que doivent porter leurs emballages.

- **Bases réglementaires spécifiques**

- Le Décret n°2-62-217 en date du 8 mai 1962 portant réglementation de la fabrication des huiles alimentaires ;
- Arrêté viziriel en date du 5 mars 1928 relatif à l'importation des huiles et portant réglementation nouvelle des huiles de paraffine et mélanges d'huiles végétales et d'huiles minérales ou huiles de paraffine;



- Arrêté en date du 22 novembre 1921 relatif à la vente des beurres, saindoux, huiles et matières grasses alimentaires qui définit, dans son article 6, les différents types d'huiles prévues par la loi (naturelle, raffinée, de coupage, de mélange) et donne les particularités de ces différentes huiles ;
- Huit normes marocaines sur les huiles (raffinées et brutes) de tournesol, soja, colza et de coton, la norme du Codex alimentaire (19-1981)<sup>32</sup> pour les graisses et les huiles comestibles non visées par des normes individuelles et la norme (210-1999) pour les huiles végétales portant un nom spécifique.

Selon les termes de loi n°25-08 portant création de l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires, l'office exerce, pour le compte de l'Etat, les attributions relatives à la protection de la santé du consommateur en matière de sécurité sanitaire des végétaux, des animaux et des produits alimentaires, depuis les matières premières jusqu'au consommateur final.

Sur le plan pratique, le contrôle appliqué par l'ONSSA concerne deux volets : le contrôle au niveau du marché local et le contrôle à l'importation.

Au niveau du marché local, la procédure appliquée consiste à l'octroi de l'agrément sanitaire, au suivi des opérateurs de trituration, raffinage et conditionnement et au contrôle des huiles de table conditionnées et mises à la vente au niveau des différents points de ventes, en l'occurrence les détaillants et les magasins des GMS<sup>33</sup>.

S'agissant du contrôle à l'importation, il comporte les trois étapes suivantes qui sont appliquées d'une manière régulière:

- Le contrôle documentaire : vérification des documents tels que le certificat sanitaire officiel et l'autorisation ou agrément sanitaire d'entreposage délivré par les services de l'ONSSA;
- Le contrôle physique : vérification de l'identité de la marchandise ;
- Le contrôle analytique : prélèvement des échantillons des huiles importées pour analyse et vérification de leur teneur, notamment en huiles minérales et métaux lourds.

Il convient de signaler dans ce cadre que selon les données communiquées par l'ONSSA, 5 500 tonnes d'huiles brutes de soja importées ont été refoulées pour non-conformité.

---

<sup>32</sup> Le Codex Alimentarius, ou « Code alimentaire », est un ensemble de normes, de lignes directrices et de codes d'usages adoptés par la Commission du Codex Alimentarius. La Commission a été créée par la FAO et l'OMS afin de protéger la santé des consommateurs et de promouvoir des pratiques loyales en matière de commerce de denrées alimentaires.

<sup>33</sup> Pour le contrôle des produits alimentaires au niveau des différents points de vente, l'ONSSA intervient dans le cadre des commissions mixtes locales sous la présidence de Messieurs les Walis et Gouverneurs.



## B. Approvisionnement des industriels en graines oléagineuses et huiles brutes

Précisons d'emblée qu'actuellement, le Maroc connaît un déficit très important en matières premières de base utilisées pour la fabrication des huiles de table raffinées. En effet, 98% des huiles raffinées commercialisées sur le marché national, sont produites à partir d'une matière première importée dont plus de 95% sous forme d'huiles brutes et moins de 3% sous forme de graines principalement le tournesol<sup>34</sup>. Les graines oléagineuses produites localement<sup>35</sup> couvrent à peine 2% des besoins nationaux.

A ce titre, il convient de signaler que le Maroc fait partie des dix premiers pays importateurs d'huiles alimentaires dans le monde, avec un besoin annuel compris entre 550 000 et 600 000 tonnes<sup>36</sup>. Un constat qui ne signifie pas que le Maroc est un grand consommateur des huiles mais qui s'explique d'un côté, par la faible production locale en graines oléagineuses, et par le fait que les grands pays consommateurs tels que les pays de l'UE, les USA, la Chine et le Brésil sont en même temps les principaux producteurs et s'approvisionnent sur leurs propres marchés.

L'évolution des importations en valeur (millions de dirhams) et en volume (millions de tonnes) sur les cinq dernières années est représentée dans les tableaux et la figure ci-après :

**Tableau 2 : Evolution des importations en huiles brutes en volume (milliers de tonnes) sur la période 2016-2020**

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Soja</b>	452	502	524	545	543
<b>Tournesol</b>	49	53	56	61	63
<b>Colza</b>	4	6	2	4	3
<b>Total</b>	505	561	582	610	609

34 A l'exception de l'année 2020 où selon les données de l'office des changes, le Maroc a importé près de 18,8 MDH de graines de Colza.

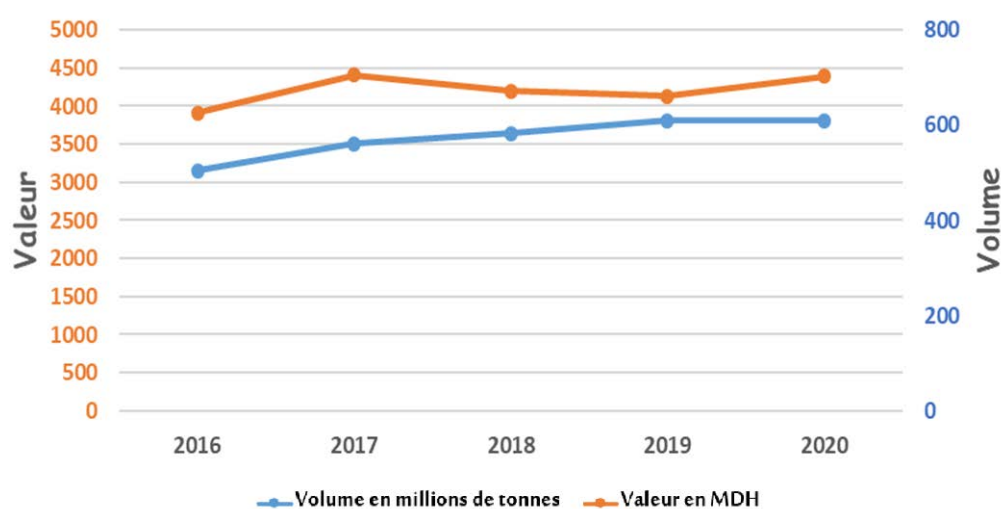
35 La répartition de la production locale moyenne (2016-2020) en graines oléagineuses est de 80% en tournesol, près de 10% en Colza et de 10% autres.

36 La moyenne annuelle des importations en huiles brutes sur les cinq dernières années est de l'ordre de 573 000 tonnes.

Tableau 3 : Evolution des importations en huiles brutes en valeur (MDH) sur la période 2016-2020

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Soja</b>	3 471	3 926	3 763	3 662	3 868
<b>Tournesol</b>	407	428	415	428	501
<b>Colza</b>	35	56	17	36	25
<b>Total</b>	3 913	4 410	4 195	4 125	4 394

Graphique 4: Evolution des importations en huiles brutes sur la période 2016-2020 (valeur et volume)



Source : établis à partir des données communiquées par l'office des changes.

L'analyse des données des importations en huiles brutes montre que sur les cinq dernières années, le volume est passé de 505 000 tonnes à près de 609 000 tonnes<sup>37</sup>, soit une augmentation d'environ de 20%, c'est-à-dire un taux de croissance annuel moyen « TCAM » de 4% par an.

Pour ce qui est des importations en valeur, elles sont passées de 3,9 MMDH à presque 4,4 MMDH enregistrant ainsi une progression de 12%, soit un TCAM de 2,4%.

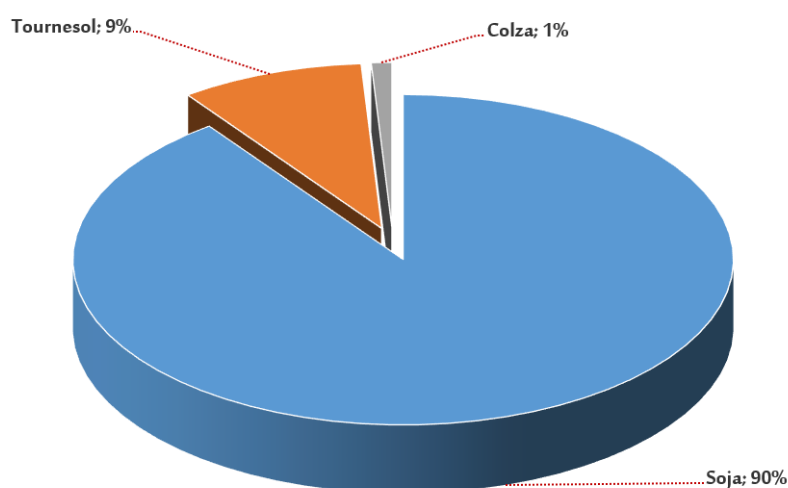
Entre 2016 et 2020, les importations en valeur et en volume ont connu globalement la même tendance et ont évolué pratiquement avec des proportions proches. Toutefois, il convient de constater qu'entre 2017 et 2019, la valeur a connu une baisse de près de

<sup>37</sup> Les chiffres de 2020 de l'office des changes sont provisoires

6,5%, tandis que les volumes ont augmenté d'environ 8,7% et qu'entre 2019 et 2020, la valeur des importations a augmenté d'environ 6,5%, alors que le volume est resté stable, à un niveau de 610 000 tonnes. Ceci s'explique essentiellement par l'évolution des cours des huiles brutes au niveau mondial, qui ont connu une baisse entre 2017 et 2019 et ont augmenté entre 2019 et 2020.

Par type d'huile brute importée, il s'avère que l'huile de Soja reste la plus dominante et représente à elle seule, près de 90% du volume total des importations, suivie du tournesol avec 9%. A noter, également que des quantités très marginales ne dépassant pas 1% en huile brute de colza et huile brute de maïs sont importées par les sociétés Lesieur Cristal et Savola Maroc qui sont les seuls opérateurs utilisant ces matières premières dans la composition de deux de leurs produits, "Huilor Duo" (Tournesol-Colza) pour Lesieur et "Afia" (Soja- Maïs) pour Savola.

**Graphique 5 : Répartition moyenne des importations par type d'huile brute sur la période 2016-2020**



Source : fait à partir des données de l'office des changes

L'analyse des données d'approvisionnement en huiles brutes par pays d'origine, sur les cinq dernières années, fait ressortir que 3 origines constituent la quasi-totalité des importations. En effet, les pays de l'UE occupent la première place avec 54% de nos importations, suivi de l'Argentine avec près de 34%, puis des États-Unis d'Amérique avec environ 7%<sup>38</sup>. Le reste des importations provient essentiellement des pays de la mer noire, dits « black Sea », notamment l'Ukraine, la Turquie et la Russie.

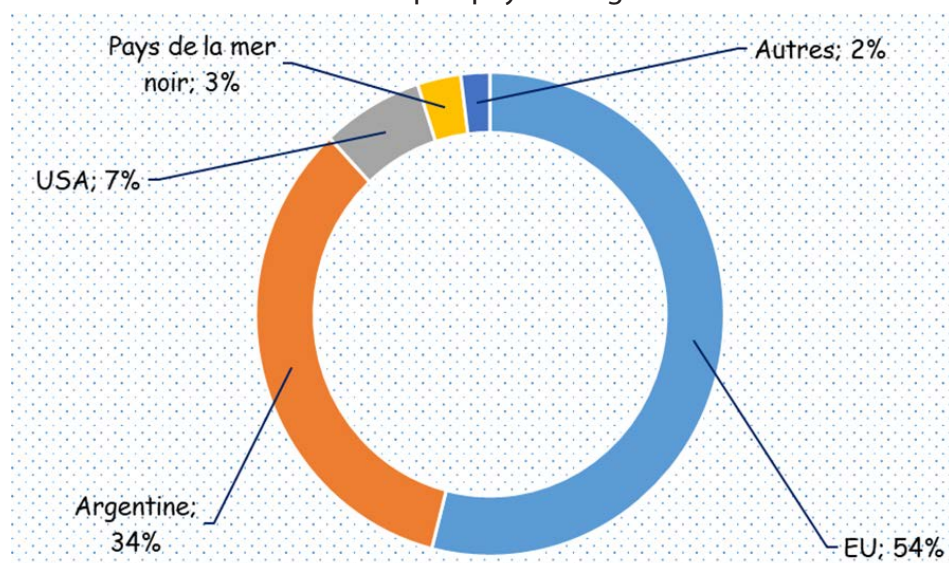
<sup>38</sup> Les États-Unis, l'Argentine, le Brésil et la Chine représentent 90% de la production mondiale de Soja

La répartition des importations en volume par origine se présente comme suit :

Tableau 4 : Répartition moyenne (2016-2020) des importations des huiles brutes en volume par pays d'origine

Origine	Poids dans les importations marocaines (en %)
UE	54%
Argentine	34%
USA	7%
Pays de la mer noir	3%
Autres <sup>39</sup>	2%

Graphique 6 : Répartition moyenne (2016-2020) des importations des huiles brutes en volume par pays d'origine



Source : établis à partir des données communiquées par l'office des changes et l'APFHM

S'agissant des importations des graines oléagineuses sur la période 2016-2020, elles sont de l'ordre de 79 000 tonnes (338 MDH) essentiellement le tournesol, soit une moyenne annuelle d'environ 15 000 tonnes.

En ce qui concerne les droits d'importation appliqués sur les importations des graines oléagineuses et des huiles brutes, il y a lieu de noter, comme le montre le tableau ci-après,

<sup>39</sup> Autres : principalement l'Egypte et la Chine

que suite au processus de libéralisation des échanges, les droits de douanes ont été totalement supprimés avec les pays signataires des ALE avec le Maroc et ont été réduits à 2,5% pour le reste des pays.

Tableau 5 : Droits d'importation des graines oléagineuses et des huiles brutes par type et par pays

	Type de graine	Droits de douanes appliqués sur les importations		Pays		
		Droit commun	Pays signataires des accords	Tournesol	Soja	Colza
<b>Graines</b>	Soja Tournesol Colza	2,5%	0%	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq Emirates A. U. Ligue Arabe <b>UE</b> <b>USA</b> Royaume Uni	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq Emirates A. U. Ligue Arabe <b>UE</b> <b>USA</b> Royaume Uni	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq Emirates A. U. Ligue Arabe <b>UE</b> <b>USA</b> Royaume Uni
<b>Huiles Brutes</b>	Soja Tournesol Colza			Algérie Libya Quad - Agadir Iraq <b>UE</b> <b>USA</b> Royaume uni	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq Ligue Arabe <b>UE</b> <b>USA</b> Royaume uni	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq Ligue Arabe <b>UE</b> Emirates <b>A.U</b> USA Royaume uni

Source : APFHM

S'agissant des modalités d'approvisionnement des opérateurs nationaux en huiles brutes, il convient de noter que le marché de référence des oléagineux (graines, tourteaux et huiles brutes) est celui de Chicago Board of Trade (CBOT).

La décision d'achat des opérateurs se fait sur la base de leurs analyses des marchés des matières premières d'une manière générale avec un focus sur les marchés du soja et tournesol. Ces analyses portent sur tous les éléments qui peuvent impacter les cours mondiaux du marché, notamment les prévisions de production mondiale, les conditions climatiques, les facteurs géopolitiques et les facteurs de spéculation, en l'occurrence la forte présence de fonds d'investissement sur le marché. A cela s'ajoute l'appréciation d'autres facteurs qui peuvent influencer les cours mondiaux comme par exemple

l'interaction avec d'autres matières premières non agricoles telle que le pétrole dont l'augmentation de ses cours peut conduire à une hausse des cours des oléagineux surtout ceux utilisés pour le biodiesel.

L'acte d'achat se fait par le biais d'appel d'offres sur la base d'un cahier des charges fixant, entre autres la quantité, la qualité et l'origine de l'huile ou de la graine à acheter et la durée du contrat d'achat.

En outre, les achats des matières premières par les opérateurs sur les marchés internationaux se font en devises étrangères, ce qui expose ces derniers au risque supplémentaire de changes induit par les fluctuations des cours mondiaux de ces devises, notamment le Dollar américain et l'Euro.

### C. Transformation : trituration et raffinage

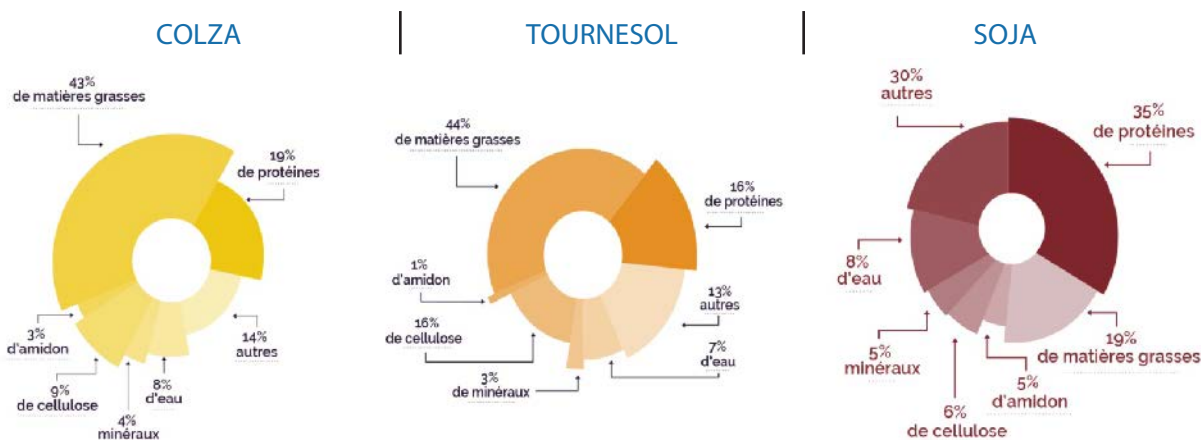
L'obtention d'une huile raffinée à partir des graines oléagineuses nécessite deux grandes opérations de transformation : la trituration et le raffinage.

#### • Activité de la Trituration

La trituration des graines constitue la première étape du procédé de traitement des graines oléagineuses et consiste en l'écrasement des graines séparant l'huile brute, d'un côté, le tourteau de l'autre<sup>40</sup>. Le tourteau est un sous-produit solide de la trituration, destiné à l'industrie de l'alimentation animale en raison de sa richesse en protéines végétales (en moyenne 46%)<sup>41</sup>.

Il convient de signaler, comme le montre les figures ci-après, que la teneur en huile des graines oléagineuses change selon les espèces.

Figure 4 : Composition moyenne des graines de Soja, Tournesol et Colza



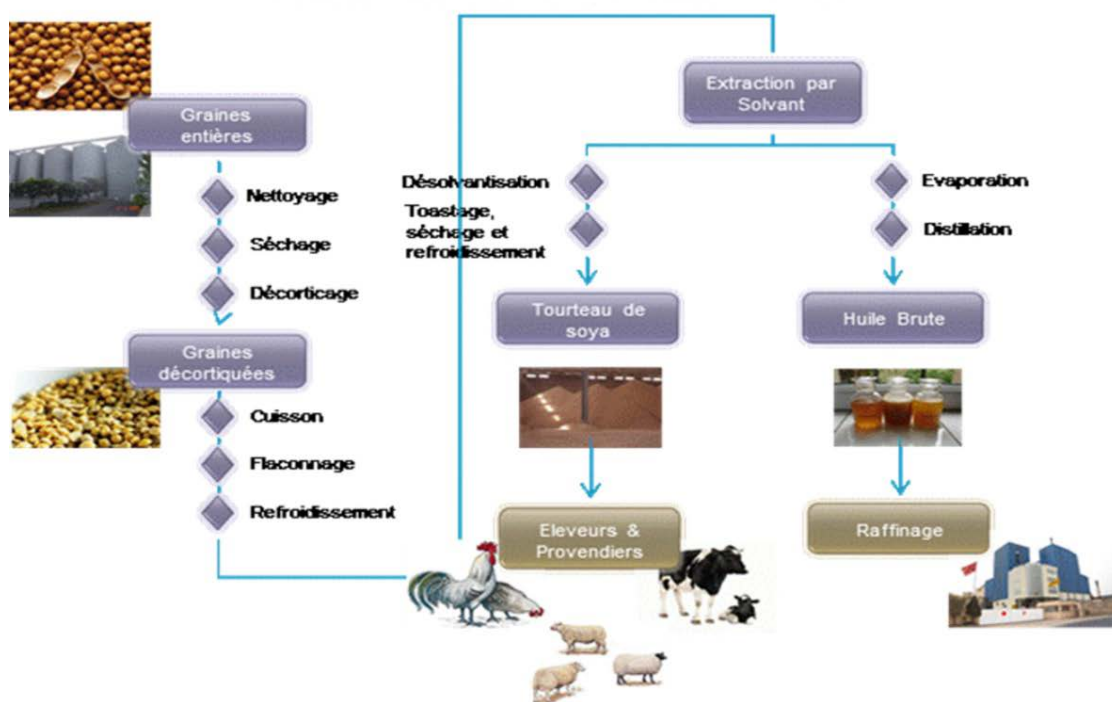
Source : Terres Univia : l'interprofession française des huiles et protéines végétales

40 En moyenne, 1 kg de soja donne 0,8 kg de tourteau de soja

41 L'Interprofession Française des Huiles et Protéines Végétales

Le schéma ci-après retrace les différentes étapes constituant le processus type simplifié de l'opération de trituration :

Figure 5 : Etapes du processus de trituration



Source : APFHM

En termes de capacité de valorisation des graines oléagineuses, le segment de la trituration est assuré par deux opérateurs à savoir, la société Lesieur Cristal qui est l'opérateur historique avec son unité de trituration de Casablanca et le groupe « Les Huileries du Souss Belhassan » avec son usine située dans la région Fès Meknès (Ain Taoujtate), créée en 2002. Il y a lieu de noter que la 1<sup>ère</sup> unité de trituration est située tout près du port de Casablanca, et la 2<sup>ème</sup> se trouve dans une zone connue par sa production en graines oléagineuses<sup>42</sup>.

Le tableau ci-après présente le détail des capacités nominales installées des deux unités de trituration:

Tableau 6 : Capacités nominales installées des unités de trituration au niveau national

Région	Nombre d'unité de trituration	Capacité installée (tonnes/an)
Casablanca-Settat (usine située à Casablanca)	1	270 000
Fès-Meknès (usine située à Ain Taoujtate)	1	350 000
<b>Total national</b>	<b>2</b>	<b>620 000</b>

Source : FOLEA

42 La région de Fès Meknès représente près de 28% de la superficie totale des cultures oléagineuses (2019/2020)



L'activité de trituration est marquée par une irrégularité à cause des approvisionnements irréguliers en graines oléagineuses due à la faiblesse et de la fluctuation de la production nationale. En effet, sur les cinq dernières années, l'industrie de la trituration a traité près de 292 766 tonnes avec des fluctuations importantes d'une année à l'autre, dont près de [70-80]% ont été transformées par l'opérateur 1 et environ [20-30]% ont été triturées par l'opérateur 2. Les volumes traités ont permis de produire près de 77 513 tonnes d'huile brute, soit moins de 2,6 % des besoins nationaux évalués pour cette période à environ 2,94 millions de tonnes.

Le tableau ci-après retrace l'évolution des volumes (en tonnes) des graines oléagineuses triturées ainsi que les huiles brutes produites par tritrateur entre 2016 et 2020 :

**Tableau 7 : Evolution de la production des volumes des graines oléagineuses triturées et des huiles brutes y afférentes (2016-2020)**

		2016	2017	2018	2019	2020
<b>Volume des graines triturées (en tonnes)</b>	Opérateur 1	76 673	34 404	10 806	7 887	73 747
	Opérateur 2	19 272	22 515	0	23 927	23 535
<b>Total</b>		<b>95 945</b>	<b>56 919</b>	<b>10 806</b>	<b>31 814</b>	<b>97 282</b>
<b>Huile brutes issue de la trituration (en tonnes)</b>	Opérateur 1	14 300	6 830	4 130	2 965	20 272
	Opérateur 2	5 383	5 281	0	8 625	9 727
<b>Total</b>		<b>19 683</b>	<b>12 111</b>	<b>4 130</b>	<b>11 590</b>	<b>29 999</b>

Source : données communiquées par les sociétés « HSB » et « Lesieur Cristal »

Il ressort de ce tableau que sur les 620 000 tonnes de capacité installée, le taux d'utilisation est faible et a atteint une moyenne de 12% sur la période 2016-2020. Selon les deux tritrateurs, les volumes traités ne servent que pour faire tourner les machines afin de maintenir l'outil industriel installé opérationnel.

L'activité de trituration est presque à l'arrêt et n'est plus rentable<sup>43</sup>, et cela est dû principalement selon les professionnels à la combinaison de 2 facteurs : d'un côté, la faible production locale en graines oléagineuses<sup>44</sup> et de l'autre côté, la suppression des

43 D'après les déclarations des responsables des deux sociétés de trituration : HSB et Lesieur Cristal.

44 La production annuelle moyenne en graines oléagineuses est de l'ordre de 30 000 T.



droits de douane sur le complexe oléagineux, suite à l'entrée en vigueur de l'accord du libre-échange avec les États -Unis et l'Union Européenne.

A noter que la rentabilité de la trituration dépend de la valorisation des tourteaux étant donné que ces derniers sont des sous-produits qui représentent plus de 80% du poids de la graine par exemple de soja qui est la principale huile consommée au Maroc et par voie de conséquence du coût de production des huiles brutes issues de cette activité.

Tableau 8 : Droits de douane d'importation des tourteaux par type de graine et par pays

	Type de graine	Droits de douanes appliqués sur les importations		Pays		
		Droit commun	Pays signataires des accords	Tournesol	Soja	Colza
Tourteaux	Soja Tournesol Colza	2,5%	0%	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq Emirates A. U. Ligue Arabe Mauritanie <b>USA</b>	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq Emirates A. U. Ligue Arabe Mauritanie <b>USA</b>	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq Emirates A. U. Ligue Arabe Mauritanie <b>USA</b>
			0,25%			

Source : APFHM

#### • Activité du Raffinage

L'huile brute obtenue de l'opération de la trituration n'est pas utilisable en l'état vu qu'elle contient des composés impropres à la consommation humaine (goûts et odeurs). Le raffinage qui constitue la 2<sup>ème</sup> étape industrielle du procédé d'obtention de l'huile de table a pour objectif d'éliminer ces impuretés et rendre, par voie de conséquence, l'huile comestible prête à être commercialisée et consommée.

Le schéma ci-dessous relate les différentes étapes constituant l'activité de raffinage :

Figure 6 : Etapes du processus de raffinage



Source :APFHM

L'analyse qui va suivre sera consacrée à l'activité du raffinage uniquement des huiles brutes importées et n'intégrera pas celles issues de la trituration puisqu'elles sont déjà traitées dans la partie " activité de trituration ". La somme des deux plus les huiles raffinées exportées constitueront l'offre globale. Cette partie sera traitée ultérieurement en détail dans la partie II relative à l'analyse concurrentielle du marché des huiles de table: Analyse de la structure de l'offre du marché des huiles de table.

Il convient de noter que sur le plan industriel, les huiles brutes obtenues de la trituration des graines oléagineuses ainsi que les huiles brutes importées sont toutes acheminées vers les unités de raffinage.

Actuellement, le segment du raffinage<sup>45</sup> est porté par 4 sociétés<sup>46</sup> disposant de cinq unités industrielles avec une capacité totale cumulée de près de 770 000 tonnes par an :

45 Le segment du raffinage abordé dans ce paragraphe ne concerne que les huiles de table destinées à la consommation des consommateurs particuliers. Il existe sur le marché un opérateur " Baltimar " qui possède une capacité de raffinage de près de [100-200] tonnes/jour mais qui est spécialisé dans le raffinage des huiles alimentaires destinées aux industriels alimentaires (biscuiteries, margarineries, conserveries de poisson...)

46 Jusqu'au 2014, il y avait cinq opérateurs et six unités de raffinage avant que la société "Les conserves de Meknès" « Aïcha » cesse ses activités relatives à l'huile de table

- La société Lesieur Cristal possède une unité de raffinage à Casablanca et dispose de la plus grande capacité installée de raffinage au Maroc, soit près de [350 000-400 000] tonnes/an. Avant 2018, la société avait une capacité installée de [320 000-325 000] tonnes/an;
- Le groupe Belhassan dispose de deux sites de raffinage, une à Ain Taoujdate (région de Fès-Meknès) dotée d'une capacité installée de [90 000-95 000] tonnes/an et une unité située à Agadir avec une capacité installée de [164 000-165 000] tonnes/an, soit une capacité totale de [255 000-260 000] tonnes/an<sup>47</sup>;
- La société Savola Morocco a une raffinerie située à Berrechid avec une capacité installée de [95 000-100 000] tonnes/an;
- La Société Siof possède une raffinerie à Fès, dotée d'une capacité installée de [50 000-55 000] tonnes/an.

Sur les cinq dernières années (2016-2020), le volume des huiles raffinées issues uniquement des huiles brutes importées est passé de 528 135 tonnes en 2016 à près de 538 500 tonnes en 2020, soit une croissance de plus de 1,9% sur toute la période et un TCAM de 0,4%.

L'activité de raffinage dispose d'une capacité globale installée de près de 770 000 tonnes qui dépasse la production réelle qui est d'environ 613 752 tonnes en moyenne, soit un taux d'utilisation qui s'élève en moyenne à 80%. L'analyse des données de 2020 par opérateur montre l'existence d'un écart significatif entre les trois grands opérateurs du marché comparé à la société Siof. En effet, le taux d'utilisation chez HSB atteint [80-85]% et avoisine [75-80]% chez Lesieur Cristal, tandis que ce taux ne dépasse pas [50-55]% chez Siof. Concernant Savola, le ratio d'utilisation a atteint son maximum de [95-100] % à fin 2020.

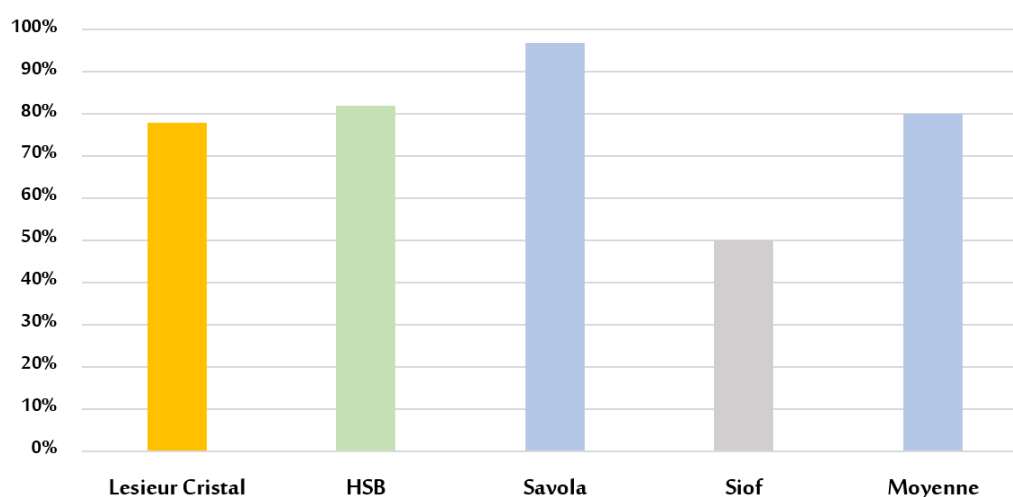
---

47 A partir de 2022, le groupe se dotera d'une capacité totale de [1000-1100]T/jour après extension de l'unité d'Agadir

Tableau 9 : Taux d'utilisation des capacités de raffinage installées par opérateur en 2020

	Capacité installée (en tonne)	production réelle (en tonne)	Taux d'utilisation
Lesieur Cristal	[350 000-400 000]	[285 000-290 000] <sup>48</sup>	[75-80]%
HSB	[255 000-260 000]	[205 000-210 000] <sup>49</sup>	[80-85]%
Savola <sup>50</sup>	[95 000-100 000]	[92 000-97 000]	[95-100]
Siof	[50 000-55 000]	[20 000-25 000]	[50-55]%
<b>Total</b>	<b>770 000</b>	<b>613 752</b>	<b>79,6%</b>

Graphique 7 : Taux d'utilisation des capacités de raffinage installées par opérateur en 2020



Source : établis à partir des données communiquées par les 4 opérateurs du marché

Il convient de signaler que le processus de libéralisation des échanges s'est étendu, également au segment du raffinage. Ainsi, et en vertu de l'ALE bilatéral signé par exemple avec l'UE<sup>51</sup>, le démantèlement dégressif sur cinq ans des droits de douanes prévu par ledit accord a commencé pour les huiles raffinées en 2013 et à partir du 1<sup>er</sup> octobre 2018, les droits de douane ont été totalement supprimés, soit 0% aujourd'hui.

48 Dont [9500-10 000] tonnes issues de la trituration

49 Dont [20 000-25 000] tonnes issues de la trituration

50 Sur la base de la nouvelle capacité de [165 000-170 000] tonnes /an et les prévisions de ventes, le taux sera de [65-70]% en 2021

51 L'UE représente plus de 55% de nos importations en huiles brutes et 100% des importations en huiles raffinées

Tableau 10 : Droits de douane d'importation des huiles raffinées par type de graine et par pays d'origine

	Type de graine	Droits de douanes appliqués sur les importations		Pays		
		Droit commun	Pays signataires des accords	Tournesol	Soja	Colza
Huiles raffinées	Soja Tournesol Colza	40%	0%	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq UE USA Royaume Uni	Algérie Quad - Agadir Iraq UE USA Royaume Uni	Algérie Libya Quad - Agadir Iraq Emirates A. U. Ligue Arabe UE USA Royaume Uni

Source : APFHM

Même avec la suppression de la protection tarifaire des huiles raffinées, il est à remarquer que le marché n'a enregistré aucune entrée d'un nouvel opérateur importateur direct d'huile raffinée depuis l'entrée de Savola en 2004. En outre et pour des raisons économiques de rentabilité, même les opérateurs historiques privilégient toujours l'importation des huiles brutes que les huiles raffinées.

Au demeurant et sur les cinq dernières années, l'analyse des statistiques de l'office des changes a permis de montrer que les importations en huiles raffinées restent très faibles représentant tout juste 1,2% des besoins du Maroc: la moyenne annuelle de la période [2013-2020] s'élève à 6400 tonnes, soit une valeur de 62 MDH. Un accroissement significatif a été remarqué, néanmoins, sur les trois dernières années, et ce depuis 2018 avec une moyenne annuelle de près de 9800 tonnes (90 MDH), soit près de 54% de progression par rapport à la moyenne de la période [2013-2020]. Cette évolution doit être relativisée par le fait que près de 25% de ces importations sont faites par les industriels du secteur agroalimentaire utilisant cette matière dans leur production et non pas par les opérateurs de l'huile de table.

Cette situation de stagnation observée sur le segment de raffinage de façon globale est due, d'un côté au fait que la taille globale du marché des huiles de table est pratiquement stable, soit un taux de croissance en moyenne de 1,5% par an rendant le marché moins attractif pour des nouveaux investissements et, d'autre part, en raison de la rentabilité<sup>52</sup> de l'industrie de raffinage locale rendant plus avantageux l'importation d'huile brute que l'importation d'huile déjà raffinée.

<sup>52</sup> Déclarations des opérateurs

S'agissant des capacités de stockage, il y a lieu de noter que dans l'état actuel des choses, la capacité de stockage en huiles brutes et raffinées chez les opérateurs du marché est évaluée à environ de 90 000 tonnes, et avec une consommation mensuelle nationale avoisinant 50 000 tonnes. Le Maroc dispose d'une capacité de stockage de près de 53 jours, soit moins de deux mois. Néanmoins, le stock réel disponible à tous les stades de la chaîne de valeur des huiles brutes, huiles raffinées et huiles conditionnées est inférieur d'un mois. Dans ces 90 000 tonnes, le stock de la Costoma s'élève à environ 22 000 tonnes, soit 10 jours de consommation. Aussi, le pipeline reliant les dépôts de stockage de cette entité au port de Casablanca n'est plus fonctionnel ce qui engendre deux types de frais additionnels aux opérateurs : d'une part, des frais de transport relatifs à l'acheminement en va-et-vient par camions-citernes des huiles brutes de la Costoma vers les usines et d'autre part, des coûts de surestaries qui peuvent s'élever à 200 000 dirhams/jours, soit 2 MDH en 10 jours<sup>53</sup>, lequel montant est encaissé pour le compte de l'armateur.

#### **D. Structure du prix de revient de l'huile de table**

La structure des coûts analysée dans cette partie est axée sur l'huile de table issue de l'huile brute importée à base de soja, sachant que l'huile de soja représente l'essentiel de la consommation au Maroc, soit environ 90%.

Selon l'analyse menée à partir des données transmises par les opérateurs du marché, la structure du prix de revient de l'huile de table est formée de trois principales composantes:

- Coûts de la matière première de base: incluent toutes les charges d'acquisition de l'huile : prix d'achat de l'huile brute et frais d'approche (fret, droits de douane, achat de la devise);
- Coûts de production portant sur les frais de raffinage (y compris le rendement), frais d'emballage et de conditionnement ;
- Coûts relatifs à la commercialisation comportant les dépenses liées à la logistique, le marketing...

Ces éléments de prix additionnés aux frais généraux et à la marge brute nous permettent de calculer une structure moyenne complète du prix de vente HT<sup>54</sup> sortie usine auquel il faut ajouter également le transport et la marge des revendeurs, en l'occurrence les grossistes et les détaillants pour avoir un prix de vente TTC final à la consommation.

A noter que le prix de vente à l'usine se négocie entres autres, en fonction du volume acheté et du statut du client, notamment son niveau de fidélité et ses modalités de paiement (cash, facilités de paiement,...).

---

<sup>53</sup> Selon les déclarations des professionnels du secteur

<sup>54</sup> La TVA sur les huiles de table est de 10%

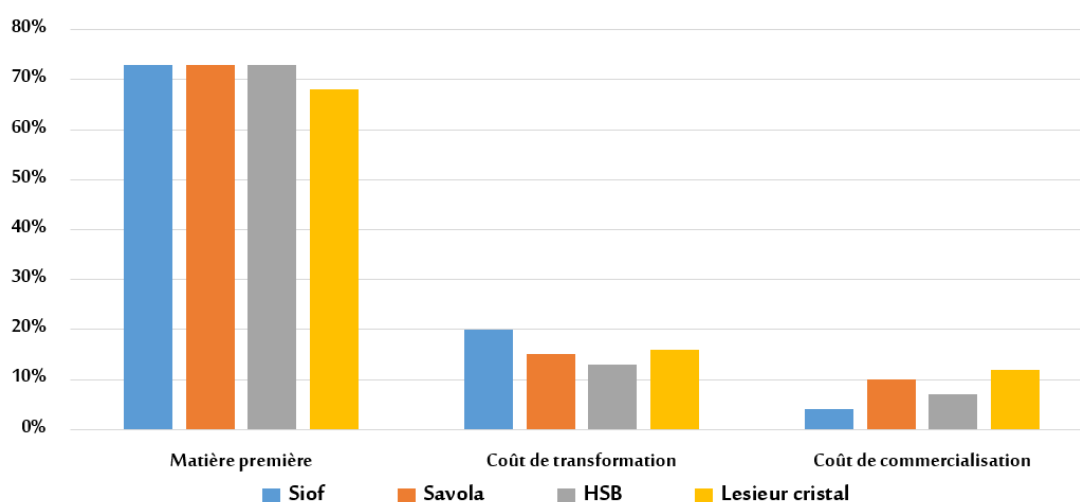
Le tableau ci-après fournit par opérateur le poids moyen de chaque poste de charge dans la composition du prix de revient de [2016-2020]:

Tableau 11 : Structure des coûts moyens du prix de revient d'1L d'huile de table par opérateur

Poste de charge	Siof	Savola	HSB	Lesieur Cristal	Moyenne du marché
Matière première de base <sup>55</sup>	[70-75]%	[70-75]%	[70-75]%	[65-70]%	72%
Coût de transformation	[20-25]%	[15-20]%	[10-15]%	[15-20]%	16%
Coût de commercialisation	[0-5]%	[10-15]%	[5-10]%	[10-15]%	8%

Source : calculé à partir des données transmises par les opérateurs du marché

Graphique 8 : Structure des coûts moyens du prix de revient d'1L d'huile de table par opérateur



Source : fait à partir des données communiquées par les opérateurs du marché

Il ressort de ce tableau que les charges relatives à la matière première c'est-à-dire les coûts d'achat de l'huile brute représentent l'essentiel du prix de revient de l'huile de table chez l'ensemble des opérateurs (72%), suivies des frais de la transformation (16%). En troisième position, les dépenses de la commercialisation avec une moyenne de 8%. A signaler également que la facture énergétique élevée impacte significativement les coûts de raffinage vu qu'elle représente un poids prépondérant, soit environ 30% des coûts de poste de charge relatif à la transformation.

<sup>55</sup> Les proportions représentent la moyenne des cinq dernières années (2016-2020) et calculées selon la formule suivante : Coûts d'achat/PVHT

Aussi, il est à constater une presque similitude des postes de coûts chez tous les opérateurs avec néanmoins, quelques disparités :

- Poste de la matière première : vu ses volumes d'achat importants, Lesieur Cristal est mieux positionnée avec un poste de charge qui est inférieur de 3 points que la moyenne ([65-70]% vs 72%) ce qui attribue un avantage concurrentiel significatif à la société (environ une différence de 30 centimes par 1 litre d'huile) ;
- Poste de la transformation : Siof est le seul opérateur qui dépasse la moyenne sur ce poste avec 3 points d'écart ([20-25]% vs 17%) expliqué par la faible performance de l'outil industriel de la société qui possède le plus faible taux de rendement [95-100]% comparé aux autres opérateurs : Lesieur Cristal [95-100]%, Savola [95-100]% et HSB [95-100]%;
- Poste de la commercialisation : deux sociétés à savoir Lesieur Cristal [10-15]% et Savola [10-15]% se démarquent par leur dépassement de la moyenne qui est de l'ordre de 8%. Ce dépassement est principalement lié aux dépenses importantes engagées par les sociétés sur les actions de communication et de marketing, deux volets sur lesquels, les deux opérateurs sont très actifs. Quant à la société HSB, cette dernière vend plus de [95-100]% de ses produits directement à la filiale du groupe la société HSD qui constitue l'équivalent d'un grossiste pour HSB.

La marge brute moyenne dégagée par les opérateurs sur le l'huile de table se situe aux alentours de 4% du chiffre d'affaires.

Tenant compte de ce qui précède, on peut conclure que le prix de revient est tributaire de 72% en moyenne de la matière première et ce taux s'élève à environ 88% en intégrant les coûts de la transformation qui sont de 16%. D'où, toute modification due à une fluctuation des cours mondiaux des matières premières à l'échelle mondiale sera amenée à impacter directement et automatiquement les prix de revient chez les opérateurs du marché, ce qui les obligent d'un point de vue économique à répercuter ces variations sur les prix de vente départ usine. Cette tendance haussière des prix des intrants est accentuée par la récente forte hausse des tarifs du fret maritime et du transport de marchandises au niveau mondial en raison du redémarrage rapide et concomitant de l'économie mondiale (forte demande, pénurie des conteneurs et la congestion des ports).

### **E. Fonctionnement des circuits de distribution de l'huile de table**

Rappelons tout d'abord que la distribution des produits de grande consommation (PGC) au Maroc pèse près de 150 MMDH (chiffre d'affaires réalisé) répartis comme suit : le circuit



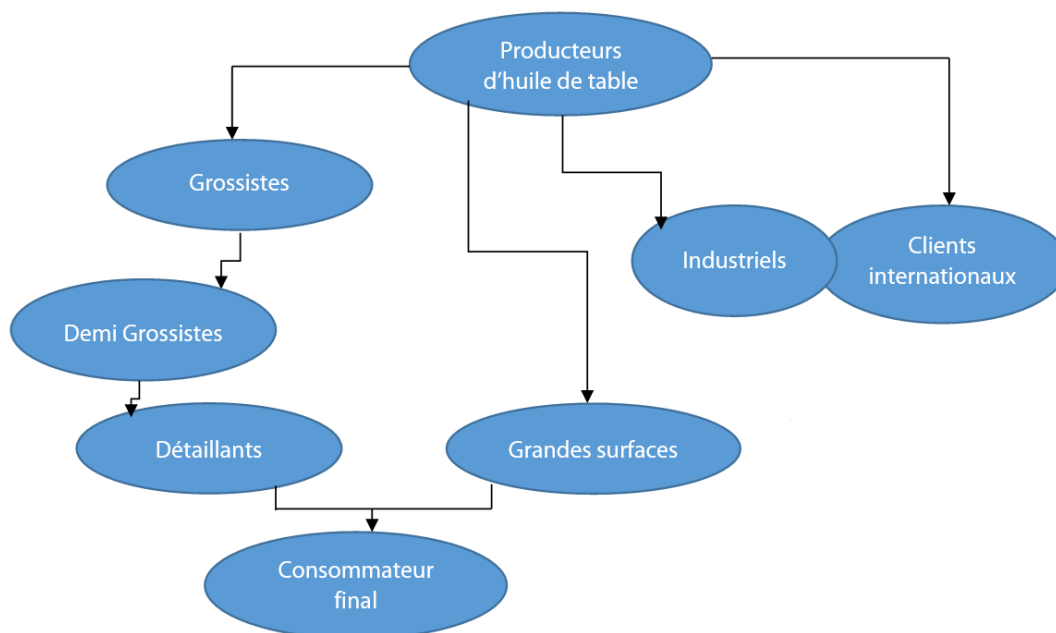
traditionnel représente 120 MMDH, soit 80% de l'activité et le circuit moderne qui regroupe le réseau des grandes et moyennes surfaces capte les 20% restants, soit 30 MMDH<sup>56</sup>.

En ce qui concerne l'huile de table, sa distribution sur le marché national suit deux canaux : le B to B entre les opérateurs du marché de l'huile de table et les industriels alimentaires utilisant l'huile dans leur processus de production, tels que les conserveries de poisson, les biscuitiers et les industriels de la margarine, et le B to C qui se fait par les deux circuits suivants:

- A l'instar des autres produits de grande consommation, la distribution traditionnelle est la plus dominante et concentre une part très importante de l'activité, près de 80% de la distribution. Ce canal est constitué des grossistes et des semi-grossistes qui monopolisent plus 65% puis, des détaillants (épiciers de quartier) qui représentent 35%;
- Le canal des grandes et moyennes surfaces qui représente environ 20% de la distribution.

Les circuits de distribution sont illustrés par la figure ci-après :

Figure 7: Canaux de distribution de l'huile de table



Source : APFHM

L'organisation de la distribution par opérateur, selon que ce dernier assure la distribution par ses propres moyens (directe) ou recourt à une sous-traitance via des sociétés spécialisées (indirecte) ou les deux modes se présente comme suit :

<sup>56</sup> Données présentées par la FMDPGC ("Tijara2020")

Tableau 12 : Organisation de la distribution par opérateur

	Répartition des ventes par mode de distribution (% du CA)		Répartition des ventes par canal de distribution (% du CA)			Nombre d'agences commerciales
	Directe	Sous-traitance	Grossistes	Semi-grossistes	Détaillants	
Lesieur cristal	100%	-	[40-45]%	[25-30]%	[30-35]%	14
Les Huileries du Souss Distribution	100%	-	[60-65]%	-	[35-40]%	30
Savola	[35-40]%	[65-70]%	[75-80]%		[30-35]%	14
Siof	100%	-	[50-55]%	[35-40]%	[5-10]%	6

Source : établi à partir des données fournies par les opérateurs du marché

Il ressort du tableau ci-dessus que mis à part la société Savola qui a choisi d'externaliser une partie de la distribution de ses produits, tous les autres opérateurs utilisent le mode direct de distribution.

Les deux premiers opérateurs du marché, à savoir Lesieur Cristal et HSB disposent d'une flotte de véhicules de distribution assez importante, leur permettant de distribuer sur toutes les régions géographiques du territoire national.

Pour le cas de Siof et vu ses faibles volumes de vente, la société a une zone de distribution limitée, concentrée essentiellement aux alentours de son site de raffinage : La région de Fès-Meknès représente à elle seule plus de 41% du chiffre d'affaires de la distribution de la société.

L'analyse par opérateur permet de dégager les constats suivants :

La société Lesieur Cristal a développé son propre réseau (100% de la distribution) sans passer par la sous-traitance. La société dispose de 14 agences commerciales réparties sur tout le territoire national.

Les grossistes occupent la 1<sup>ère</sup> place dans le chiffre d'affaires de la société avec plus de [40-45]%. Les détaillants pèsent environ [30-35]% et les semi-grossistes représentent [25-30]%. A noter que la société réalise près de [15-20]% de son chiffre d'affaires avec le canal moderne des GMS.

Le groupe Belhassan, effectue lui aussi 100% de la distribution par voie directe, mais avec un mode de distribution un peu particulier. En effet, le circuit traditionnel représente [95-100]% de la distribution et se fait par la société les Huileries du Souss Distribution « HSD », créée en 2016 pour cet objectif et possède 30 agences commerciales. Les [0-5]% restants sont ventilés comme suit :

- La distribution moderne pèse moins de [0-5]% et continue d'être servie directement par la société Les Huileries du Souss Belhassan ;
- Près de [0-5]% de la distribution concernent essentiellement la fondation Mohamed V des œuvres sociales et les Forces Armées Royales<sup>57</sup>.

En ce qui concerne Savola, la société a opté pour un modèle hybride basé à la fois sur la distribution directe et la sous-traitance. Ce 2<sup>ème</sup> mode de distribution accapare la plus grande part de la distribution de la société et pèse plus de [65-70]%, tandis que la distribution par le propre réseau de la société ne représente que moins de [35-40]%. Les distributeurs sous-traitants de la société possèdent 14 agences commerciales.

A signaler que la distribution moderne concerne aussi bien les marques de Savola Morocco (Afia et Hala) que les marques des distributeurs (MDD). Savola est le producteur de toutes les MDD d'huile de table commercialisées sur le marché national par les enseignes de la GMS : Carrefour, Marjane et BIM.

S'agissant de Siof, la société assure 100% de la distribution de ses produits directement par son propre réseau. En effet et au même titre que les autres opérateurs du marché, les grossistes et les semi-grossistes sont les plus dominants et pèsent environ [90-95]% des ventes, alors que le circuit des détaillants atteint à peine les [5-10]%.

Il convient de signaler que suite aux désaccords avec les opérateurs de la GMS sur les taux de la Remise de Fin d'Année « RFA », la société Siof n'est pas présente au niveau de ce canal.

Après avoir exposé le fonctionnement aval de la filière oléagineuse, le point qui suit sera consacré à une analyse succincte du marché de l'huile d'olive au Maroc.

## **F. Le marché de l'huile d'olive au Maroc**

### **Données générales**

L'olivier constitue une composante essentielle du secteur agricole marocain, caractérisé par ses grandes capacités d'adaptation aux impacts des changements climatiques et par son aptitude à remplir une multitude de fonctions relatives à la lutte contre

---

<sup>57</sup> Les marchés d'approvisionnement des Forces Armées Royales se font par le biais des appels d'offres

l'érosion, à la valorisation des terres agricoles et à la fixation des populations dans les zones de montagne.

L'olivier est la principale espèce fruitière cultivée au Maroc avec 65 % de la superficie arboricole nationale. Cette filière réalise 3,5% du chiffre d'affaires et 3,9% de la valeur ajoutée (6,8 MMDH) du secteur agricole, génère plus de 51 millions de journées de travail par an, l'équivalent de plus de 200 000 emplois permanents, soit 13% de l'ensemble des journées de travail créées par le secteur agricole. En outre, elle contribue, à hauteur de 20%<sup>58</sup>, à la couverture des besoins nationaux en huiles alimentaires.

Les données du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts font apparaître qu'en 2020, les exploitations oléicoles nationales s'étendent sur une superficie d'environ un millions hectares, affichant une nette augmentation depuis le lancement du programme Plan Maroc Vert « PMV »<sup>59</sup>, soit plus de 49% par rapport à la période 2003-2007 et permettant d'assurer une production d'olive de l'ordre de 1,9 millions de tonnes, soit une hausse de 158% par rapport au même période<sup>60</sup>. Cet accroissement est dû principalement aux plantations réalisées dans le cadre de l'un des piliers du PMV, aux aides de l'Etat dans le cadre du Fond de développement agricole « FDA ».

Il convient de signaler que même si l'olivier est planté à travers l'ensemble du territoire national, la répartition géographique se caractérise par une concentration au niveau de deux régions: Fès-Meknès (33%) et Marrakech-Safi (21%), soit 54% de la superficie totale.

Du point de vue organisationnel, la filière est représentée par l'Interprofession Marocaine de l'Olive (INTERPROLIVE), interprofession reconnue le 14 mars 2018 et regroupe les intervenants de l'amont agricole représenté par les producteurs d'olive au niveau régional et les acteurs industriels exerçant la trituration des olives et/ou de la commercialisation de l'huile d'olive et également les acteurs actifs dans la conservation des olives et/ou de la commercialisation des olives de table.

### **Production nationale d'huile d'olive**

La production nationale d'olive est destinée à hauteur de 67% à la trituration et 23% à la conserverie, les 10% restants, se répartissent entre l'autoconsommation et les pertes liées aux différentes manipulations.

---

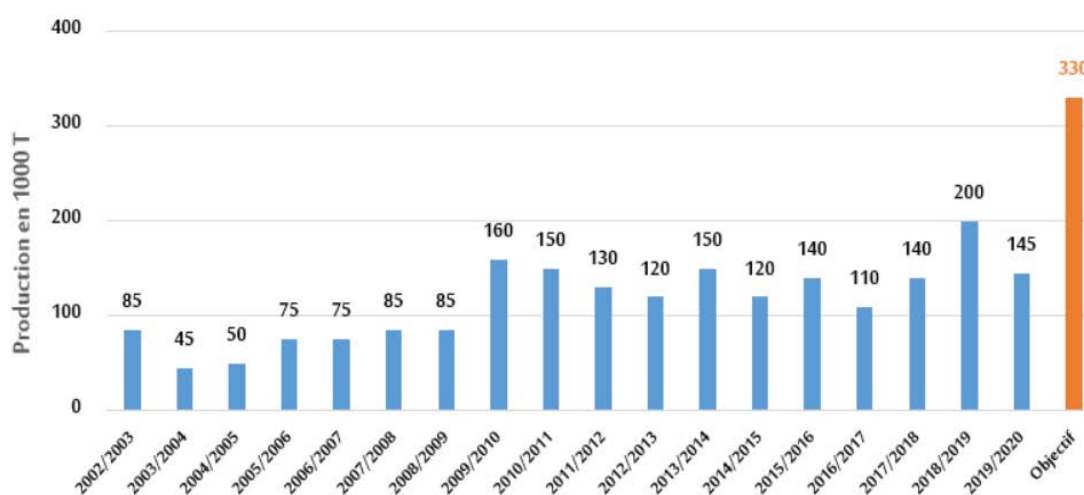
58 La consommation locale moyenne d'huile d'olive est de 120 000 tonnes/an (2016-2020) et une consommation de 600 000 tonnes/an en huiles à base des graines oléagineuses (soja, tournesol et colza)

59 L'objectif fixé par le contrat programme était de l'ordre 1,22 millions d'hectares

60 Le rendement s'est nettement amélioré en passant de 0,9tonne/ha en [2003-2007] à 2,1tonnes/ha en 2019.

La production de l'huile d'olive a atteint près de 200 000 tonnes en 2020 et environ 148 000 tonnes en moyenne annuelle pour la période 2016-2020<sup>61</sup>, soit environ 5% de la production annuelle mondiale estimée à 3 millions de tonnes. Cette production est caractérisée par des fluctuations annuelles comme le montre le graphique ci-dessous, qui s'expliquent par l'effet combiné d'au moins deux facteurs : d'une part, les conditions climatiques, surtout l'irrégularité des précipitations et d'autre part, le phénomène de l'alternance qui est une caractéristique biologique de la plante de l'olivier avec un rendement fluctuant d'une année à l'autre.

Graphique 9 : Evolution de la production en huile d'olive en milliers de tonnes (2002-2020)



Source : Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts

La transformation des olives récoltées se fait d'un côté, par un maillon traditionnel composé de 11 000 unités traditionnelles dites « Maâsras » d'une capacité de 270 000T/an et, de l'autre côté, par un secteur moderne et semi-moderne qui compte 948 unités, dont la capacité de trituration est de 1,8 millions tonnes/an<sup>62</sup>.

### Commercialisation

La production nationale d'huile d'olive est surtout dirigée vers le marché local<sup>63</sup>. En effet, sur la moyenne annuelle de 148 000 tonnes produites sur la période 2016-2020, près de 120 000 tonnes a été consommées localement, soit 80%.

A noter dans ce cadre que la commercialisation de l'huile d'olive au niveau du marché intérieur est dominé par le vrac, représentant à peu près 80% à 90% de la consommation

61 L'objectif prévu par le contrat programme relative à la filière oléicole est de l'ordre de 330 000 tonnes en 2020

62 Le secteur compte 75 conserveries d'olives d'une capacité de 202 954 T/an.

63 En ce qui concerne les olives de table, la majeure partie de la production issue des conserveries industrielles, environ 70% est exportée.

nationale<sup>64</sup>, tandis que les huiles d'olive commercialisées sous forme conditionnées (emballée et étiquetée), ne représentent que les 10% à 20% restantes

En ce qui concerne les exportations, ces dernières sont très fluctuantes et varient selon le niveau de production locale. En effet, en année de forte production, les exportations peuvent concerner une partie importante de celle-ci comme par exemple en 2020 où l'export a capté près de 20 000 tonnes<sup>65</sup>, soit plus de 27% du total d'huile d'olive produite, permettant de générer une rentrée de devises d'environ 770MDH (2 MMDH si on rajoute les exportations des olives de table). Tout comme le marché intérieur, la commercialisation de l'huile d'olive conditionnée ne représente qu'une faible part avoisinant 10% du tonnage total exporté, ce qui génère moins de valeur ajoutée.

Il est important de préciser que l'Etat, dans le cadre du contrat programme pour le développement des Industries Agroalimentaires, signé en avril 2017, a mis en place des mesures incitatives afin de promouvoir les exportations, qui portent sur l'instauration de nouvelles aides de l'Etat<sup>66</sup> sous forme de prime à l'export (huile d'olive sauf lampante) : 2 000 à 6 000 DH/T selon le mode de conditionnement et la qualité de l'huile d'olive.

Contrairement aux huiles d'olive commercialisées en vrac qui peuvent soulever des préoccupations d'ordre sanitaire et nutritionnelles, les huiles conditionnées sont contrôlées par les services de l'ONSSA.

## Consommation

Sur la base de la moyenne de 120 000 tonnes d'huile d'olive écoulee sur le marché intérieur en 2020, la consommation individuelle moyenne se situe autour de 3L/hab/an.

En comparaison avec la consommation mondiale, notamment par rapport aux pays du pourtour méditerranéen grands producteurs d'huile d'olive, la consommation nationale reste faible vu qu'elle atteint 18L/hab/an en Grèce, 15L/hab/an en Italie et 12L/hab/an en Espagne.

## Aspects réglementaires régissant l'huile d'olive

Rappelons tout d'abord que selon la réglementation en vigueur, la dénomination "huile d'olive" est réservée à l'huile provenant uniquement du fruit de l'olivier à l'exclusion des huiles obtenues par solvant ou par des procédés de réestérification et de tout mélange avec d'autres huiles.

La qualité de l'huile d'olive est appréciée par sa valeur nutritionnelle biologique et organoleptique. La notion de qualité englobe des caractéristiques physico-chimiques et

---

64 Rapport annuel de la Cour des comptes au titre de l'année 2018 : Evaluation de la fière oléicole

65 Les exportations moyennes annuelles de la période [2016-2020] sont d'environ 28 700 tonnes dont 15 000 tonnes d'huiles d'olives et 13 700 tonnes d'huiles de grignons d'olive.

66 Sur la période 2010-2017, l'Etat octroyait une aide de 2000 DH/T d'huile d'olive exportée

organoleptiques qui peuvent être mesurées et appréciées par des indicateurs objectifs, en l'occurrence le taux d'acidité<sup>67</sup>. En fonction des valeurs mesurées, l'huile d'olive est classée par catégorie de qualité.

A ce sujet, les deux textes réglementaires suivants constituent le cadre légal régissant l'huile d'olive :

- Le décret n°2-14-268 du 8 rabii II 1436 (29 janvier 2015) pris pour l'application de la loi n°28-07 relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires. Ce décret est relatif à la qualité et la sécurité sanitaire des huiles d'olive et des huiles de grignons d'olive commercialisées;
- L'Arrêté conjoint du Ministre de l'agriculture et de la pêche maritime et du Ministre de l'industrie, du commerce, de l'investissement et de l'économie numérique n°293-16 du 22 rabii II 1437 (2 février 2016) fixant les caractéristiques physico-chimiques et/ou organoleptiques auxquelles doivent répondre les huiles d'olives et les huiles de grignons d'olive commercialisées.

Ainsi, selon le décret ci-dessus, on distingue entre les différentes dénominations d'huile d'olive suivantes :

- Huile d'olive vierge :
  - Propre à la consommation en l'état : vierge extra, vierge et courante ;
  - Impropre à la consommation en l'état dénommée lampante.
- Huile d'olive raffinée : obtenue à partir d'huiles d'olive vierges par des techniques de raffinage qui n'entraînent pas de modifications de leur structure glycéridique initiale.
- Huile d'olive : constituée par le coupage d'huile d'olive raffinée et d'huile d'olive vierge propre à la consommation en l'état.
- Huile de grignons d'olive :
  - **Brute** : destinée au raffinage en vue de son utilisation pour la consommation humaine ou destinée à des usages techniques ;
  - **Raffinée** : obtenue à partir de l'huile de grignons d'olive brute par des techniques de raffinage n'entraînant pas une modification de la structure glycéridique initiale ;
  - **Grignons d'olive** : coupage d'huile de grignons d'olive raffinée et d'huile d'olive vierge propres à la consommation en l'état.

---

<sup>67</sup> Le taux d'acidité est exprimé en « grammes d'acide oléique pour 100 g d'huile » et représente un indicateur de la dégradation de l'huile, qui traduit un traitement sanitaire avant la récolte, une utilisation d'olives trop mûres, de mauvaises conditions de récolte et de stockage...

Par ailleurs, il convient d'indiquer que le décret précité prévoit dans son article 11 qu'il est possible de mélanger les différents types d'huiles d'olive avec toutes autres huiles à condition qu'elles doivent être commercialisées sous une dénomination qui ne contient pas le terme olive et que leur étiquetage ne doit pas compter de mentions ou de représentations graphiques évoquant l'olive ou l'olivier.

Aussi et en ce qui concerne le cas spécifique de mélange d'huile d'olive raffinée ou d'huile de grignons d'olive raffinée avec d'autres huiles, leur commercialisation doit comporter dans son étiquetage, outre les mentions obligatoires prévues par le décret n°2-12- 389 fixant les conditions et les modalités d'étiquetage des produits alimentaires, l'indication des proportions de chaque huile le constituant.

## **Partie II : Analyse concurrentielle du marché des huiles de table**

### **I. Le marché concerné**

Rappelons tout d'abord que pour mener une analyse concurrentielle et en vue de mesurer les pouvoirs de marché des différents opérateurs sur ce marché, il y a lieu de définir le marché concerné qui est le lieu où se rencontrent l'offre et la demande de produits ou de services, qui sont considérés par les acheteurs ou les utilisateurs comme substituables en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de l'usage auquel ils sont destinés.

La délimitation du marché concerné est par conséquent un élément important dans la mise en œuvre du droit de la concurrence mais ce n'est pas une fin en soi. Cette délimitation est surtout essentielle dans le contrôle des opérations de concentration économiques et les cas de pratiques-anticoncurrentielles car elle permet d'apprécier, d'une part, le pouvoir de marché d'une ou plusieurs entreprises et, d'autre part, les effets des pratiques mises en œuvre sur le marché délimité.

Dans le secteur des huiles végétales, une première distinction est opérée entre le marché des huiles de graines oléagineuses (soja, tournesol, et colza,...) et le marché de l'huile d'olive, compte tenu de différences des prix entre ces deux familles d'huiles et des différences résultant des habitudes de consommation. Le prix de vente d'un litre d'huile d'olive vaut presque 3 fois le prix d'un litre d'huile de table.

Au sein du segment des huiles des graines oléagineuses raffinées, une différenciation entre les huiles en vrac et les huiles conditionnées (huiles de table) peut être envisagée, puisque le 1<sup>er</sup> type est destiné aux industriels alimentaires (margarineries, biscuiterie, conserveries de poisson,...)<sup>68</sup>, tandis que la 2<sup>ème</sup> huile est commercialisée en bouteille et consommée par les consommateurs particuliers.

---

<sup>68</sup> L'huile brute peut également être utilisée pour la production de biodiesels



Par rapport aux huiles de table, les huiles extraites des différentes graines (soja, tournesol, colza,...) appartiennent au même marché<sup>69</sup>, vu leur substituabilité, tant au niveau de l'offre, qu'au niveau de la demande. En effet, du côté de l'offre, selon les opérateurs du marché auditionnés, la majorité des graines peuvent être traitées (trituration et raffinage) dans les mêmes lignes de production et sans modification majeure de l'outil industriel. Du côté de la demande, ces huiles ont des utilisations alimentaires similaires pour le consommateur et l'écart de prix n'est pas très significatif entre ces différentes huiles. La différence de prix par exemple entre une huile de soja et une huile de tournesol ne dépasse pas 1Dh/l, soit moins de 5%.

S'agissant de la dimension géographique de ces marchés, la pratique décisionnelle de la commission européenne et de l'autorité française de la concurrence, par exemple, estime que ce marché est de dimension nationale. Cette délimitation est justifiée par le fait que les huiles de table sont commercialisées au niveau de tout le territoire national et la concurrence entre les opérateurs du marché s'opère au niveau de tout le pays.

En ligne avec la pratique décisionnelle internationale, le Conseil de la concurrence a adopté la même démarche dans son avis relatif à une concentration économique dans le secteur des huiles alimentaires<sup>70</sup> et dans laquelle, il a défini ce marché sur une base nationale.

En l'espèce, la présente demande d'avis concerne directement et uniquement le segment des huiles de table conditionnées et consommées par les particuliers, et en tout état de cause, cet avis s'insère dans le cadre des compétences consultatives du Conseil de la concurrence et non contentieuse et, par voie de conséquence, il n'y a pas lieu de procéder à une délimitation précise des différents segments de ce marché.

## **II. Analyse de la structure du marché des huiles de table**

Avant de procéder à l'analyse de la structure du marché des huiles de table sur le marché national en termes d'offre et de demande au niveau national et du fait que ce marché est fortement dépendant du marché international, il y a lieu de donner un aperçu sur la situation de ce marché au niveau mondial.

### **A. Le marché des huiles alimentaires au niveau mondial**

Il convient de noter de prime d'abord que faute de données disponibles sur la répartition détaillée de l'offre et de la demande par type d'huile et par pays pour 2020, les données exposées dans la suite de cette partie concernent la configuration générale du marché mondial des huiles végétales tous types confondus et que certaines statistiques sont issues du calcul fait par les services du Conseil sur la base des données disponibles.

---

69 Décision de l'Autorité de la concurrence française n° 10-DCC-35 du 21 avril 2010 relative à la prise de contrôle de la société SAIPOL par le groupe SOFIPROTEOL

70 Avis du Conseil de la concurrence n° 20/11, publié le 22 décembre 2011 et relatif au dossier de concentration

Au niveau mondial, les huiles végétales sont destinées principalement à l'alimentation humaine, puis à la production du biodiesel et enfin pour la fabrication industrielle comme dans l'industrie de cosmétique et les produits d'hygiène et d'entretien.

En termes de production, cette dernière suit un trend haussier puisqu'elle est passée de 172 millions de tonnes en 2013/2014 à 204 millions de tonnes 2018/2019, soit une hausse de 18,5% durant cette même période et un TCAM de 3,7%.

Selon le type d'huile végétale, les principaux producteurs<sup>71</sup> en 2018 étaient :

- L'Indonésie (55%) et la Malaisie (29%) en ce qui concerne l'huile de palme ;
- L'Argentine (35%) et le Brésil (12%) pour ce qui est des huiles de soja ;
- Le Canada (43%) et l'Allemagne (13%) pour ce qui concerne l'huile de colza ;
- L'Ukraine (39%) et la Russie (15%) en ce qui concerne l'huile de tournesol.

A signaler que bien que certains pays soient de gros producteurs, ils exportent moins d'huiles végétales sur le marché international, et ce, pour satisfaire leur demande locale. C'est le cas notamment des USA, du Brésil et de l'Union Européenne.

Côté consommation, cette dernière est passée de 167 millions de tonnes en 2013/2014 à 197 millions de tonnes en 2018/2019, soit un taux de progression d'environ 18% durant cette période et un TCAM de 3,5%.

Le tableau et graphique ci-dessous exposent l'évolution globale de la production et la consommation mondiale en huile végétale (en millions de tonnes) durant la période de 2013/2014 à 2018/2019 :

**Tableau 13 : Evolution de la Production et de la consommation mondiale en huile végétale**

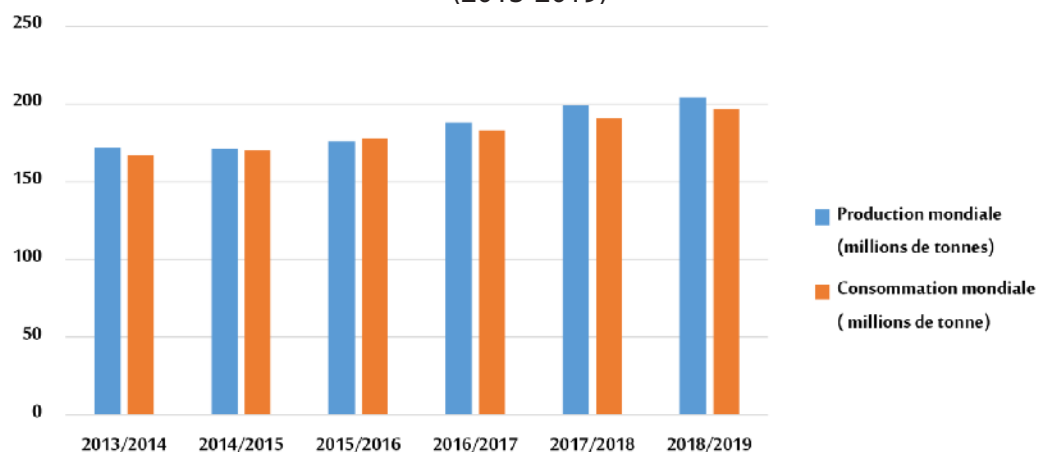
Période	Production mondiale (millions de tonnes)	Consommation mondiale (millions de tonnes)
2013/2014	172	167
2014/2015	171	170
2015/2016	176	178
2016/2017	188	183
2017/2018	199	191
2018/2019	204	197

Source : United States Department of Agriculture (USDA) ; compilation du MAPAQ<sup>72</sup>.

<sup>71</sup> Global Trade Tracker ; compilation du MAPAQ

<sup>72</sup> Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Canada. Informations tirées de la revue BIOCLIPS Vol .28 n°1 du 21 janvier 2020.

**Graphique 10 : Evolution mondiale de la production et de la consommation en huile végétale (2013-2019)**



Source : United States Department of Agriculture (USDA) ; compilation du MAPAQ

La consommation globale des principaux pays en 2018 montre que quatre grands pays seulement consomment plus de 53% de la production mondiale. En effet, la Chine représente près d'un cinquième (19%) de cette consommation, suivie des pays de l'Union Européenne (14%), l'Inde (12%) et les États-Unis d'Amérique (USA) (8%).

A noter qu'en moins de vingt ans, la Chine a triplé sa consommation en huiles végétales (30kg/hab/an) et dépasse même le niveau de consommation des pays développés (26Kg/hab/an).

La ventilation de cette consommation par type d'huile, comme le montre le tableau et le graphique ci-dessous, fait ressortir que les huiles de palme étaient les plus demandées en 2018/2019 et ont représenté 35% de la demande mondiale, suivies des huiles de soja avec 29% de la demande, de l'huile de colza avec 14% de la demande et l'huile de tournesol avec 9% seulement.

Ci-dessous un tableau qui illustre la consommation mondiale par type d'huile végétale:

**Tableau 14 : Consommation mondiale par type d'huile végétale (2018)**

Type d'huile	Consommation en 2018
huile de palme	35%
huile de soja	29%
huile de colza	14%
huile de tournesol	9%
huile de palmiste	4%
huile d'arachide	3%
huile de coton	3%
huile de coco	2%
huile d'olive	1%

Source : USDA ; compilation du MAPAQ.

En ce qui concerne les importations, l'Inde demeure le premier importateur des huiles végétales suivie de la Chine, des USA et de l'Union Européenne.

S'agissant des exportations au niveau mondial, les taux de croissance les plus importants enregistrés au niveau mondial, entre 2009 et 2018, ont concernés successivement:

- Les huiles de coco (TCAM égal à 9%) ;
- Les huiles de tournesol (TCAM égal à 8%) ;
- Les huiles de palmiste (TCAM égal à 7%) ;
- Les huiles d'olive (TCAM égal à 6%) ;
- Les huiles de palme et de colza (TCAM égal à 5%).

Le marché de référence de la cotation du complexe oléagineux (graines, tourteaux et huile brutes) est celui de la bourse de Chicago.

En termes de négoce, quatre mastodontes du commerce de ces matières premières dominent le marché mondial, à savoir les fameux « ABCD » : les sociétés américaines Archer Daniels Midland (ADM), Bunge, Cargill, et le groupe français Dreyfus.

En ce qui concerne les huiles raffinées, il y a lieu de signaler qu'il n'existe pas de cotation de ce type d'huile et se négocie de gré à gré.

### **B. Analyse de la structure de l'offre sur le marché national des huiles de table**

La structure de l'offre du marché national des huiles de table sera analysée à partir des données concernant la production et les importations en huiles raffinées.

Comme précédemment souligné, le marché des huiles de table est totalement libéralisé et le Maroc importe la quasi-totalité de ses besoins en matières premières oléagineuses. En effet, sur les 613 750 tonnes d'huiles raffinées produites en 2020, plus de 592 300 tonnes sont issues du raffinage des huiles brutes importées, soit près de 96,5% (tableau ci-après). Cette forte dépendance au marché mondial des huiles brutes est encore plus accentuée si on inclut les huiles issues de la trituration des graines importées, soit près de 99%. *In fine*, il apparaît clairement que le marché marocain des huiles de table est presque totalement dépendant du marché international.

Tableau 15 : Poids des importations en huiles brutes par rapport à celles produites localement

	Origine de la graine utilisée	Production (en tonnes)	Poids (en %)	
Huiles brutes importées		592 300	96,5%	98,7%
Huiles issues de la trituration	Graines importées	14 100	2,2%	
	Graines locale	7 350	1,3%	
<b>Total</b>		<b>613 750</b>	<b>100%</b>	

Source : établi à partir des données communiquées par les opérateurs du marché

#### a. Données générales sur l'offre

Le marché global des huiles de table au Maroc est estimé à environ 6 MMDH réalisé par 4 sociétés : Lesieur Cristal, Savola Maroc, Groupe Belhassan et Siof. Les deux premières sont des filiales de groupes internationaux (le groupe français Avril et le groupe Saoudien Savola), tandis que les deux autres appartiennent à des groupes familiaux nationaux.

Le secteur des huiles de table emploie plus de 5 000 personnes, dont 3 000 postes directs et 2 000 emplois indirects dans des activités connexes, telles que la distribution et les services logistiques. En matière d'investissement et durant ces cinq dernières années (2016-2020), ils ont atteint environ 1 MMDH, dont plus de 92% ont été réalisés par les sociétés HSB et Lesieur Cristal. Ces investissements ont porté essentiellement sur la modernisation de l'outil industriel, notamment l'extension des unités de raffinage existantes et la mise en place de nouvelles lignes de conditionnement.

L'évolution des montants d'investissements par opérateur sur les cinq dernières années est présentée dans le tableau suivant :

Tableau 16 : Evolution des investissements par opérateur en MDH pour la période (2016-2020)

	HSB	Lesieur Cristal	Savola	Siof
<b>Total des investissements</b>	[590-600]	[370-380]	[60-70]	[20-30]
	<b>1054</b>			
<b>Part dans l'investissement global</b>	[55-60]%	[35-40]%	[5-10]%	[0-5]%

Source : établi à partir des données fournies par les opérateurs du marché

## b. Production nationale

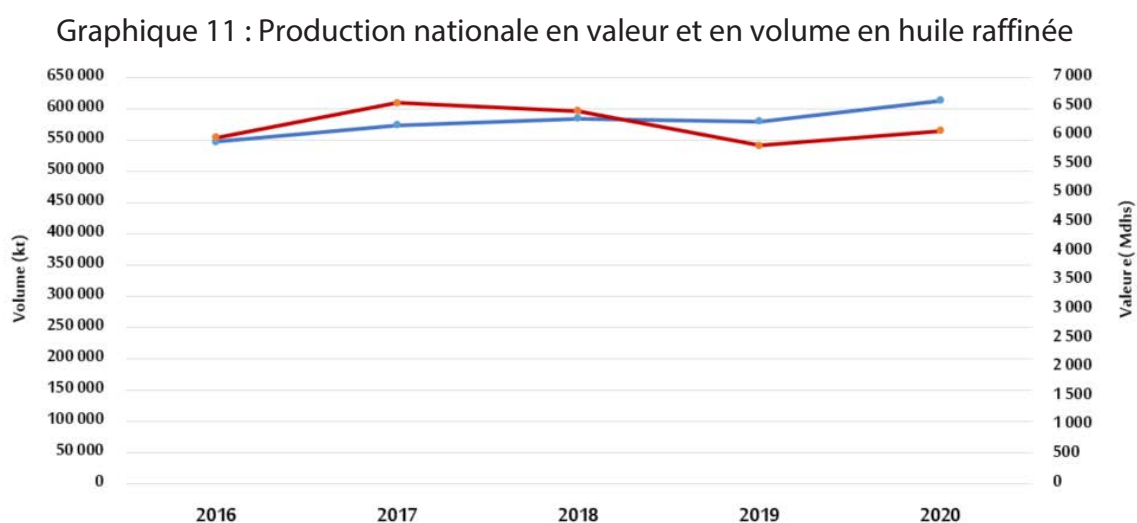
En termes de volume, la production nationale a enregistré durant les cinq dernières années (2016-2020) une croissance de près de 12% des quantités d'huiles raffinées localement allant de 547 000 à près de 613 000 tonnes, soit un TCAM d'environ 2,4%.

En termes de valeur, la production n'a enregistré, sur la même période, qu'une croissance limitée évaluée à moins de 2,3%. Ainsi, le chiffre d'affaires HT sortie usine réalisé est passé de 5,96 MMDH en 2016 à près de 6,1 MMDH en 2020, soit un TCAM de moins de 0,5%.

Le tableau et la figure qui suivent présentent l'évolution de la production en volume et le chiffre d'affaires HT du marché d'huiles raffinées pour la période 2016-2020 :

Tableau 17 : Evolution de la production nationale (en volume et en valeur) en huile raffinée pour la période 2016-2020

	Volume (tonnes)	CAHT (millions de Dh)
2016	547 818	5 967
2017	574 203	6 568
2017/2016	5%	10%
2018	584 303	6 428
Evolution 2018/2017	-1,80%	2%
2019	580 368	5 829
Evolution 2019/2018	-0,70%	-9,30%
2020	613 751	6 086
Evolution 2020/2019	5,80%	4%



Source : établis sur la base des données fournies par les opérateurs du marché

D'après le tableau ci-dessus, l'évolution des volumes et du chiffre d'affaires était globalement uniforme avec toutefois deux exceptions: entre 2016 et 2017, l'augmentation du CA était de 10% alors que celle du volume n'a été que de 5%. Entre 2018 et 2019, les volumes n'ont quasiment pas changé, tandis que le chiffre d'affaires a baissé de plus de 9%. Ces différences constatées entre la production en volume et celle en valeur s'explique essentiellement par l'évolution des prix de vente des huiles sur le marché national, qui ont connu une augmentation entre 2016 et 2017 et ont diminué en 2019.

En ce qui concerne la répartition des parts de marché, les tableaux ci-après récapitulent l'évolution des parts de marché (en volume et en valeur) par société (2016-2020)

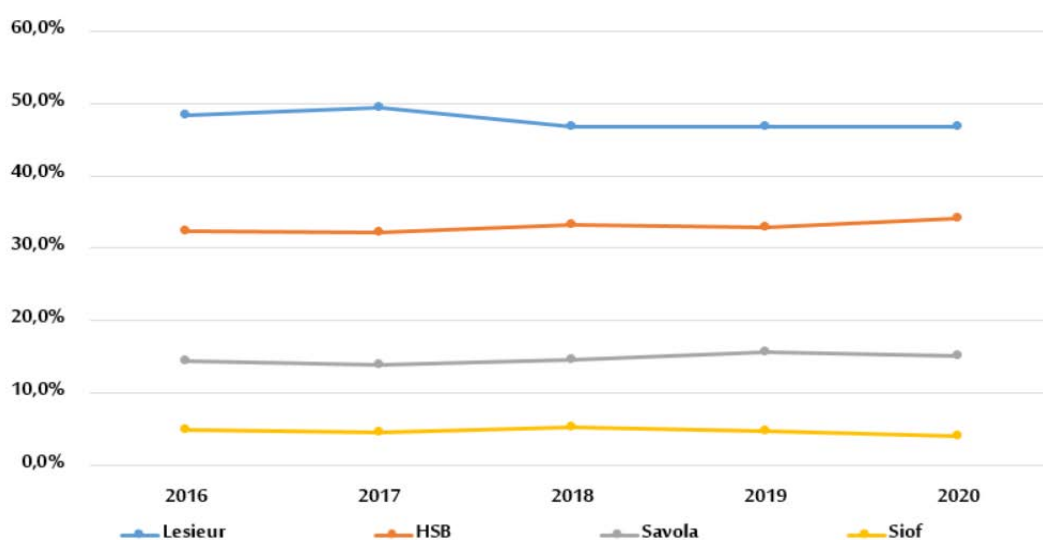
**Tableau 18 : Evolution des parts de marché par opérateur (en volume) pour la période 2016-2020**

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Lesieur Cristal</b>	[45-50]%	[45-50]%	[45-50]%	[45-50]%	[45-50]%
<b>HSB</b>	[30-35]%	[30-35]%	[30-35]%	[30-35]%	[30-35]%
<b>Savola</b>	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[15-20]%	[15-20]%
<b>Siof</b>	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%

**Tableau 19 : Evolution des parts de marché par opérateur (en valeur) pour la période 2016-2020**

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Lesieur Cristal</b>	[45-50]%	[50-55]%	[45-50]%	[45-50]%	[45-50]%
<b>HSB</b>	[30-35]%	[30-35]%	[30-35]%	[30-35]%	[30-35]%
<b>Savola</b>	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%	[15-20]%	[15-20]%
<b>Siof</b>	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%

Graphique 12 : Evolution des parts de marché par opérateur (en valeur) pour la période 2016-2020



Source : établis à partir des données fournies par les opérateurs du marché

L'analyse des parts du marché global des huiles raffinées (tous segments de clientèle confondus) par opérateur fait apparaître un niveau de concentration élevé sur un marché qui connaît déjà l'existence de peu d'opérateurs. En effet, deux sociétés, Lesieur Cristal et HSB détiennent à elles seules plus de 80% du marché et les trois sociétés du marché à savoir Lesieur Cristal, HSB et Savola réalisent plus de 95% du volume et du chiffre d'affaires du marché, alors que la société Siof n'a qu'une faible part de marché ne dépassant pas [0-5] %.

Par opérateur, il ressort du graphique ci-dessus que Lesieur Cristal se taille la part la plus importante avec près de [45-50] % des parts de marché avec un écart de 15 points par rapport à son challenger, la société HSB qui possède une part de marché de [30-35] %, et un écart qui atteint plus que le triple par rapport au 3<sup>ème</sup> opérateur du marché, Savola Maroc [15-20] %. Siof pèse moins de [0-5] % du marché, inférieur de plus de 9 fois que Lesieur Cristal.

Les ratios des parts de marché en volume par société restent pratiquement les mêmes que ceux du chiffre d'affaires avec néanmoins une légère différence remarquée chez Savola et HSB, qui peut s'expliquer par le niveau des prix de vente pratiqués par les deux opérateurs : Prix de vente moyen le plus élevé est constaté chez Savola et le prix de vente moyen le moins cher est remarqué chez HSB.

Par ailleurs, on relève du graphique une quasi stabilité dans l'évolution des parts de marché avec néanmoins une petite baisse de 2 points des parts de marché de Lesieur Cristal qui ont été récupérés par Savola. Cette dernière est le seul opérateur du marché



qui a enregistré une croissance continue dans ses parts de marché, passée de [10-15]% en 2016 à près de [15-20]% en 2020.

A noter que l'appréciation du degré de concentration du marché fera l'objet ultérieurement d'une analyse très détaillée.

### 1. Structure de l'offre par type d'huile

En ce qui concerne l'offre selon le type d'huile de table vendue, le marché national connaît l'existence de trois grandes catégories d'huile de table, commercialisées sous 22 marques commerciales différentes (tableau n° 20 ci-dessous) dont 45% concernent des produits « 100% soja », 32% des huiles de table « 100% tournesol » et 23% des produits à base de mélange d'au moins deux graines oléagineuses différentes.

Tableau 20 : Différentes marques d'huile de table commercialisée par chaque opérateur

	Nombre total de produits commercialisés	Nom commercial du produit par type		
		Huile de table 100% Soja	Huile de table 100% Tournesol	Huile de table mélange d'au moins 2 types de graines
Lesieur Cristal	7	- Oleor - Cristal Eco Pro - Cristal	- Huilor	- Huilor duo (tournesol et colza) <sup>73</sup> - Lesieur friture (Soja et tournesol) - Lesieur 3G (Soja, tournesol et colza)
HSB	4	- Lio - Lousra	- Zohor - Lio tournesol	--
Savola	9	- Hala - <b>Marjane Choix éco</b> (Marjane) - <b>Twimen</b> (Label vie) - <b>Raouia</b> (BIM)	- Afia SF - <b>Sofra</b> (Label vie) - <b>Marjane SF</b> (Marjane)	- Afia (95% Soja et 5% Maïs) - <b>Marjane Blend (95% Soja et 5% Maïs)</b> (Marjane)
Siof	2	- Siof	- Siof	--
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>5</b>

Source : fait à partir des données fournies par les opérateurs du marché

A signaler que les six marques notées en bleu dans ce tableau sont des marques propres commercialisées exclusivement au niveau des magasins de la GMS.

La répartition des produits par opérateur, fait ressortir les constats suivants :

- Seules les sociétés Savola et Lesieur Cristal sont présentes sur l'ensemble des gammes

<sup>73</sup> Huilor duo à base (tournesol et colza) est l'huile la plus chère sur le marché

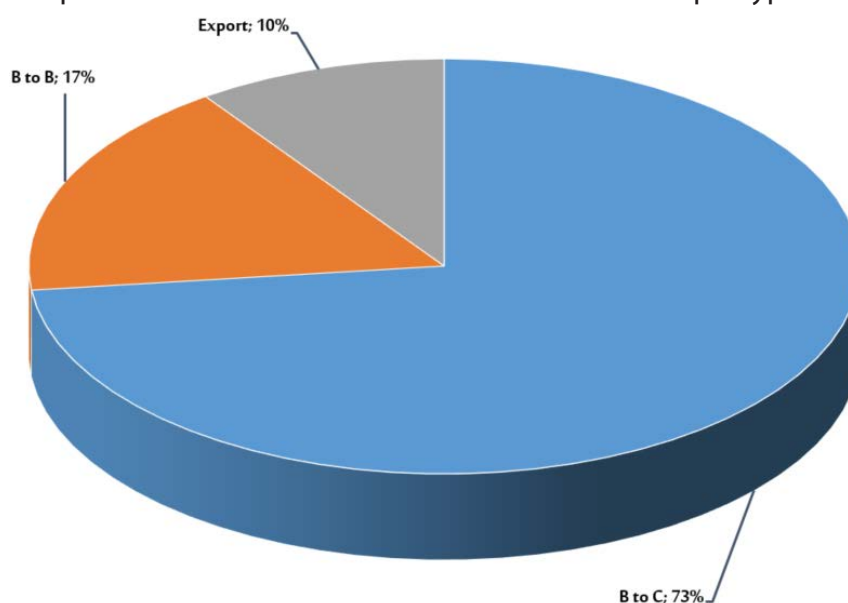
de produits, tandis que les deux autres opérateurs (HSB et Siof) ne commercialisent pas des huiles de table à base de mélange de plusieurs graines oléagineuses ;

- Avec 7 marques différentes, Lesieur Cristal est le seul opérateur à dépasser la moyenne de 5,5 produits/opérateurs (Savola également, si l'on considère les marques propres précitées) ;
- La société Savola détient l'exclusivité sur les marques propres. C'est l'unique opérateur qui fabrique la totalité de ces produits pour le compte des enseignes de la GMS ;
- Avec ses 7 produits différenciés, la société Lesieur Cristal possède le plus grand nombre de marques commerciales si on ne comptabilise pas les marques propres vendues au niveau des GMS. Savola passe en tête, si on intègre ces dernières ;
- La société Siof propose seulement deux produits, un qui est 100% soja et un autre 100% tournesol vendus tous les deux sous la même marque « Siof ».

## 2. Structure de l'offre par segment de client

En 2020, l'analyse de la répartition du chiffre d'affaires de l'offre globale du marché par segment de clientèle montre que le marché local absorbe environ 90% des huiles raffinées produites, dont 73% (4,45 MMDH) sont vendues à travers le canal de ventes aux particuliers c'est à dire aux consommateurs finaux « B to C » et près de 17% sont destinées aux industriels alimentaires utilisant l'huile dans leur processus de fabrication, tels que les biscuiteries, les margarineries et les conserveries de poisson « B to B »<sup>74</sup>. L'export représente approximativement 10% des ventes réalisées sur le marché.

Graphique 13 : Répartition du CAHT du marché des huiles raffinées par type de clientèle (2020)



Source : fait à partir des données fournies par les opérateurs du marché

<sup>74</sup> Les ventes aux industriels se font en vrac

L'analyse par opérateur, fait ressortir que, d'un côté, les sociétés Savola et Siof réalisent plus de [80-85]% de leurs chiffres d'affaires sur le segment « B to C » relatif à la consommation des ménages, ce qui est supérieur à la moyenne globale de ce segment (73%) et de l'autre côté, ces sociétés n'ont qu'une faible activité au niveau de l'export. En revanche, la société Lesieur Cristal est plutôt active sur ce 2<sup>ème</sup> segment (export) avec [15-20]% et moins présente sur le canal « B to C » [65-70]%. Concernant HSB, la société ne fait que [0-5]% de chiffre d'affaires à l'export mais détient la plus grande part du segment « B to B » dans son chiffre d'affaires avec [20-25]%, soit 4 points de plus que la moyenne globale de ce segment (18%).

La ventilation du chiffre d'affaires (en %) de chaque opérateur réalisé en 2020 par segment est récapitulée dans le tableau ci-après:

**Tableau 21 : Répartition des ventes d'huiles raffinées de chaque opérateur par segment de clientèle (2020)**

	Lesieur Cristal	HSB	Savola	Siof
<b>B to C</b>	[65-70]%	[75-80]%	[85-90]%	[80-85]%
<b>B to B</b>	[15-20]%	[20-25]%	[10-15]%	[15-20]%
<b>Export</b>	[15-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%

Source : calculé à partir des données fournies par les opérateurs du marché

#### **L'offre sur le segment du marché local : « B to B » et « B to C »**

L'analyse de l'offre sur le marché local intégrant les deux segments « B to B » et « B to C » montre que la répartition des parts de marché consacre toujours la dominance de Lesieur Cristal avec une part de marché de [40-45]%, talonnée par HSB avec [30-35]% et par la société Savola qui vient en troisième position avec [15-20]%. La société Siof a une part de marché de [5-10]% sur ce segment. Il est également constaté que si on considère une segmentation axée sur le marché local global, la part de marché de Lesieur Cristal décline de 3 points par rapport à sa part de marché sur le marché local global : 2 points sont passés chez Savola qui voit sa part de marché monter à [15-20]% (contre [15-20]% sur le marché local global) et 1 point chez Siof dont sa part de marché atteint [5-10]% au lieu de [5-10]% sur le marché local global.

Tableau 22 : Répartition des parts de marché pour les deux segments BtC et BtB (2020)

	Part de marché (en valeur)
Lesieur Cristal	[40-45]%
HSB	[30-35]%
Savola	[15-20]%
Siof	[5-10]%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

Source : établi à partir des données fournies par les opérateurs du marché

### L'offre sur le segment du « B to C » (ventes aux particuliers)

S'agissant de la structure de l'offre des huiles de table destinées uniquement aux consommateur final « B to C »), qui est le segment concerné directement par la présente demande d'avis, le tableau ci-dessous montre que mis à part HSB et Siof qui conservent pratiquement les mêmes niveaux de part de marché, il y a un mouvement significatif au niveau des parts de marché des deux autres opérateurs. En effet, Lesieur Cristal occupe toujours la position de leader mais sa part de marché n'est que de l'ordre de [40-45]% en valeur et [35-40]% en volume, inférieure de 4 points par rapport à sa part de marché sur le marché local global, tous segments confondus. Les points perdus par la société, on les trouve chez Savola dont sa part de marché atteint [15-20]% sur ce segment ([15-20]% sur le marché local global).

Tableau 23 : Répartition des parts de marché par opérateur pour le segment B to C (2020)

	Part de marché (en valeur)	Part de marché (en volume)
Lesieur Cristal	[40-45]%	[35-40]%
HSB	[30-35]%	[35-40]%
Savola	[15-20]%	[15-20]%
Siof	[5-10]%	[5-10]%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Source : calculé à partir des données fournies par les opérateurs du marché

### 3. Répartition géographique de l'offre

En termes de répartition géographique de l'offre en huiles raffinées, 100% de la production est réunie dans trois régions. En effet, la région Casablanca-Settat où sont

installées les sociétés Lesieur Cristal et Savola, concentre plus de 62% du volume produit suivie de la région Souss-Massa qui représente 23% de la production globale et qui est portée par la société HSB (unité de raffinage d'Agadir), puis de la région Fès-Meknès qui produit respectivement environ les 15% de l'offre restante. La production au niveau de cette dernière région est assurée par les sociétés Siof et HSB par le biais de son unité industrielle de trituration et de raffinage située à Ain Taoujdate.

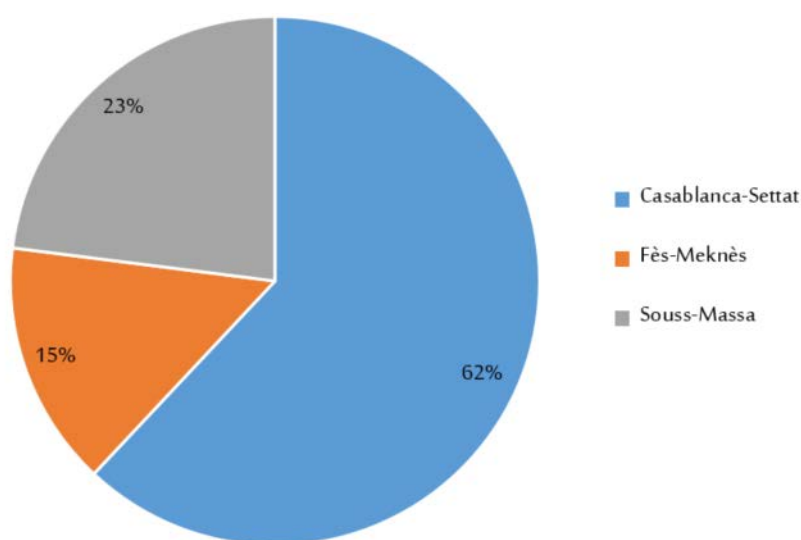
A constater que plus de 85% de la production émanent de Casablanca et d'Agadir. Ceci s'explique d'une part, par l'existence de ports au niveau de ces deux villes, permettant aux opérateurs de réduire leurs frais de transport une fois les matières premières arrivées et d'autre part, par le fait que ces zones représentent les plus grands bassins de consommation du Maroc.

La répartition géographique de l'offre du marché est illustrée dans le tableau suivant :

Tableau 24 : Répartition de l'offre en huile de table par zone géographique (2020)

Région	Société	Volume (tonnes)	Poids (%)
Casablanca-Settat	Lesieur Cristal et Savola	379 551	61,8%
Souss-Massa	HSB <sup>75</sup>	[140 000-145 000]	[20-25]%
Fès-Meknès	HSB <sup>76</sup> et Siof	90 701	14,8%
Total		613 751	100%

Graphique 14 : Répartition de l'offre en huile de table par zone géographique (2020)



Source : élaborés à partir des données transmises par les opérateurs du marché

75 Unité industrielle d'Agadir

76 Unité industrielles d'Ain Taoujdate

### c. Importations

Les importations des huiles raffinées ne représentent que moins de 0,8% de l'offre globale du marché aujourd'hui. En 2020, elles ont été de l'ordre de 4800 tonnes dont 80% de soja et 20% de tournesol, provenant exclusivement de l'Union Européenne. A signaler que c'est la société Savola qui était l'unique importateur de tout ce volume.

Il convient de constater que les importations restent très marginales, et ce, malgré le changement dans le régime d'importation qui a abouti à la réduction progressive des droits de douane sur les huiles raffinées, notamment avec l'UE et les USA.

Toutefois, le segment du raffinage continue d'être protégé par une barrière non tarifaire relative à l'application des règles d'origines sur les huiles raffinées provenant de l'Union Européenne. En effet, les 0% des droits douane ne s'appliquent que sur les huiles raffinées dont les graines oléagineuses sont d'origine UE. Autrement, on lui applique le taux de 40%.

Les règles d'origine sont définies par l'OMC comme étant les critères permettant de déterminer le pays d'origine d'un produit. Elles sont importantes du fait que les droits et restrictions applicables dépendent dans beaucoup des cas de l'origine des produits importés<sup>77</sup>.

Les règles d'origine sont utilisées entre autres dans les accords de libre-échange, aux fins de déterminer les produits qui bénéficieront des conditions avantageuses.

Actuellement, le Maroc et l'UE négocient la révision de certaines règles d'origine dans le cadre de la convention régionale sur les règles d'origine préférentielles paneuro-méditerranéennes<sup>78</sup> dont l'objectif est de favoriser l'intégration économique de tous les pays partenaires de la zone grâce aux échanges commerciaux. Dans le cadre de ces négociations et en ce qui concerne les huiles végétales, l'UE exige du Maroc d'accepter le fait que les graines oléagineuses (Soja, tournesol ou colza,) utilisées pour la production des huiles raffinées ne soient pas nécessairement d'origine UE pour pouvoir bénéficier des 0% des droits de douane. Du côté marocain, la position défendue et rappelée par les professionnels lors de l'instruction de ce dossier est celle qui consiste à ne pas considérer que l'étape de raffinage, à elle seule, peut conférer la règle d'origine au produit fini et qu'il faut par conséquent maintenir cette mesure de protection au moins sur l'huile raffinée à base de soja qui constituent 90% de la demande au Maroc.

L'argument central avancé par les opérateurs à ce sujet, porte sur le fait que l'UE n'est pas

---

<sup>77</sup> [www.wto.org](http://www.wto.org)

<sup>78</sup> La zone paneuro-méditerranéenne est en construction depuis le milieu des années 2000. Elle concerne initialement : l'Union Européenne (UE) à 28 Etats membres; la Turquie; l'Association européenne de libre-échange (AELE), comprenant l'Islande, le Liechtenstein, la Norvège et la Suisse; les Îles Féroé ; les pays signataires de la déclaration de Barcelone, c'est-à-dire l'Algérie, l'Égypte, Israël, la Jordanie, le Liban, le Maroc, la Syrie, la Tunisie et l'Autorité palestinienne de Cisjordanie et de la bande de Gaza.

un producteur de soja mais plutôt un marché de production et de consommation des huiles à base de tournesol et de colza. De plus, le soja importé par les pays européens est essentiellement utilisé pour leurs besoins en tourteaux nécessaires pour l'alimentation animale du fait de leur richesse en protéines. L'huile obtenue de la trituration est vendue en l'état dans d'autres pays mais utilisée de façon croissante à des fins énergétiques, notamment dans le biodiesel. Aujourd'hui l'UE dispose d'un énorme excédant d'huiles brutes qui dépasse 700 000 tonnes.

Les négociations sont toujours en cours et selon les professionnels le sujet est d'un enjeu majeur pour l'industrie marocaine des huiles de table puisque l'officialisation de cette mesure risquerait de menacer la continuité et la pérennité de l'activité de raffinage et par voie de conséquence, mettre en péril toute la branche locale de production des huiles de table.

### **C. Analyse de la structure de la demande sur le marché national des huiles de table**

En termes de demande, le marché des huiles raffinées reste orienté vers le marché local qui réalise à lui seul, plus de 90% du chiffre d'affaires total du marché tandis que l'export pèse près de 10% de cette demande.

#### **a. Consommation locale**

La consommation locale d'huiles raffinées au Maroc est répartie entre une consommation directe par les ménages qui représentent près de 78% de cette consommation et un usage par les Industries Agro-Alimentaires (Conserves de poisson, biscuits, sauces et condiments, margarines...) qui pèsent les 22% restants.

Sur les dix dernières années, la consommation d'huile au Maroc semble stagner ce qui confirme la maturité et la saturation du marché local qui connaît un taux de pénétration de 100%<sup>79</sup>, et ce, malgré l'accroissement des revenus par habitant<sup>80</sup>.

En 2020, la consommation locale (B to C et B to B) globale était de l'ordre de 554 000 tonnes ce qui représente un niveau de consommation de près de 15kg/hab/an<sup>81</sup>. Comparée à d'autres pays, celle-ci se situe plus ou moins dans la moyenne des pays en développement qui est de l'ordre d'environ 16,2kg/hab/an.

---

79 Déclaration du Président de l'APFHM

80 Site de la banque mondiale : PIB de 2010 : 2839 dollars/hab tandis qu'en 2020, le PIB était de 3126dollars/hab

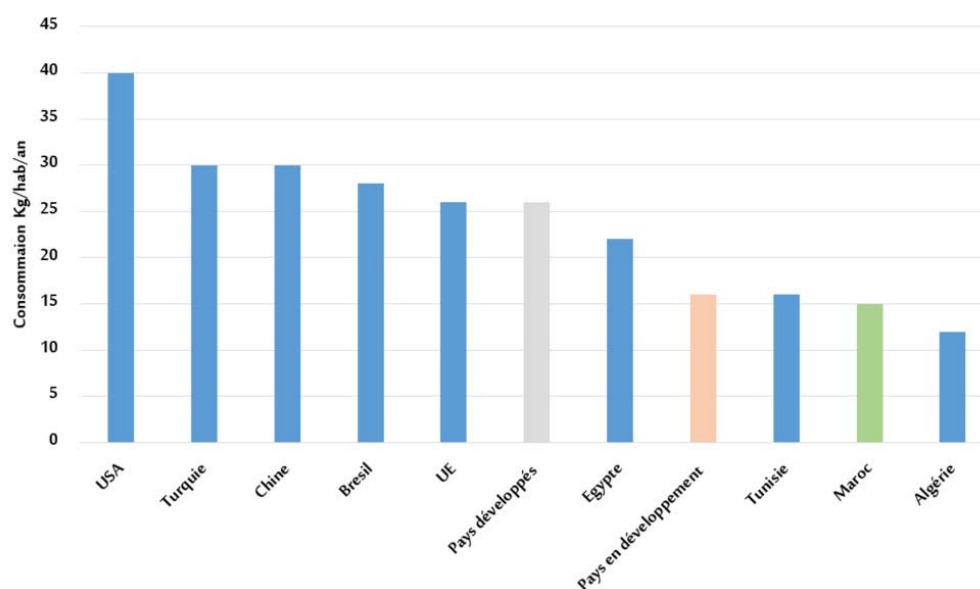
81 Sur la base d'une population de près de 36millions habitants (Source : Haut-Commissariat au Plan (Centre d'Etudes et de Recherches Démographiques)

Tableau 25 : Consommation en huile végétale par pays (Kg/hab/an)

Pays	Consommation (Kg/an/hab)
USA	40
Turquie	30
Chine	30
Brésil	28
UE	26
Pays développés	26
Egypte	22
Pays en développement	16
Tunisie	16
Maroc	15
Algérie	12

Source : OCDE/FAO- agriculture outlook 2017-2026 (source OECD STAT)

Graphique 15: Consommation en huile végétale de quelques pays (Kg/hab/an)



Source : OCDE/FAO- agriculture outlook 2017-2026 (source OECD STAT)

Si l'on considère uniquement la demande directe des ménages évaluée à près de 432 000 tonnes en 2020, la consommation s'établit à environ 12 kg/hab/an.

### 1. Répartition de la consommation locale par canal de distribution

En termes de répartition de la demande en huile de table selon le circuit de commercialisation, le canal traditionnel relatif au commerce de proximité comprenant les grossistes, les semi-grossistes et les épiceries représente l'essentiel et occupe plus de 88% de la consommation globale alors que le circuit moderne des GMS représente environ 12% de cette consommation.



Les données de la consommation par canal et par type d'huile montrent que l'huile de tournesol trouve plus d'acheteurs dans le circuit moderne (28% vs 12% en moyenne) étant donné qu'elle est généralement consommée par les ménages relativement aisés fréquentant les magasins des GMS. En revanche, la consommation en huile de soja est moins répandue dans les commerces modernes (9% vs 12% en moyenne) vu qu'elle est plutôt privilégiée par les consommateurs à faibles revenus, faisant leurs courses essentiellement au niveau du canal traditionnel (91% vs 88% en moyenne).

## 2. Répartition géographique de la consommation locale

Les données qui seront analysées dans cette partie concernent uniquement les chiffres du circuit traditionnel (l'essentiel de la demande 88%) dans la mesure où les opérateurs du marché ne disposent pas de statistiques sur les volumes du circuit moderne par région, puisque généralement les livraisons se font aux centrales d'achat des enseignes de la GMS qui se chargent elles même de l'acheminement des produits aux différents points de vente implantés sur tout le territoire national.

Aussi, il convient de signaler que mêmes les données du canal traditionnel sont approximatives du fait qu'une bonne partie des ventes des huiles de table s'effectuent par des grossistes qui peuvent s'approvisionner à l'usine ou au niveau des agences commerciales sans que l'industriel ne puisse maîtriser le lieu de vente final.

En 2020, environ 70% de la consommation locale a été assurée par cinq régions. En effet, la région de Fès-Meknès vient en tête des régions et représente environ 20% de la demande en huile de table<sup>82</sup> devant la région du grand Casablanca-Settat qui assure 14% au même titre que la région de Marrakech-Safi. En troisième lieu figurent les régions de Rabat-Kenitra, de Tanger-Tétouan et de Souss-Massa avec des proportions proches (près de 13% chacune) et représentent ensemble près de 35% du marché. Les 30% restants de la demande sont répartis sur les sept autres régions, selon le découpage administratif adopté par le Maroc.

### b. Exportations

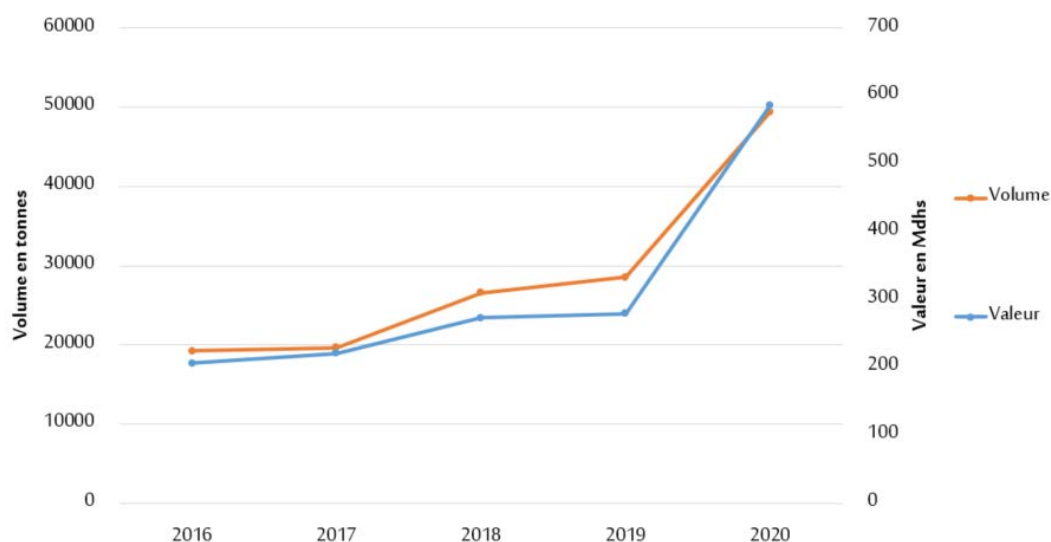
Les exportations marocaines en huiles de table ont connu des évolutions remarquables ces dernières années et représentent actuellement environ 10% de la production nationale. Les quantités exportées comme l'illustre le graphe ci-après, ont subi ces cinq dernières années un accroissement continu passant de 19 000 à plus de 49 000 tonnes de 2016 à 2020, soit une augmentation de 2,5 fois. La valeur est par la même occasion augmentée de 206MDH à 587MDH affichant une hausse de l'ordre de 2,8 fois.

Par opérateur, la société Lesieur Cristal avec un chiffre d'affaires de [500-600]MDH à l'export représente plus de [85-90]% du total des exportations. Les [10-15]% restants sont répartis entre HSB [5-10]% et Savola [5-10]%.

---

<sup>82</sup> Ce taux dépasse 26% chez Savola

Graphique 16 : Evolution des exportations du Maroc en huile raffinée (2016-2020)



Source : fait à partir des données de l'office de changes

Par type d'huile, le soja représente plus de 53% des exportations tandis que le tournesol pèse environ 47%.

S'agissant des pays destinataires, les exportations marocaines sont majoritairement destinées aux pays africains. Principalement la Mauritanie, le Sénégal, le Mali, la Guinée, la Côte d'Ivoire et le Burkina Faso.

### III. Appréciation de la situation de la concurrence dans le marché des huiles de table

#### A. Analyse du degré de concentration du marché des huiles de table

Pour apprécier le degré de concentration d'un marché, les autorités de concurrence au niveau mondial recourt à plusieurs instruments d'analyse statistique dont les plus couramment utilisés sont : le Ratio de concentration (CR) et l'Indice de Hirschman-Herfindahl (IHH).

Le Ratio de concentration (CRi) est un indice qui mesure la taille d'un certain nombre d'entreprises dans un marché rapporté à la taille globale de ce marché.

Concernant l'Indice de Hirschman-Herfindahl (IHH), rappelons qu'il est calculé en additionnant le carré des parts de marché (généralement multipliées par 100) de chacune des entreprises présentes sur le marché concerné et plus l'IHH est élevé, plus la production est concentrée entre un nombre limité de sociétés. Selon la commission européenne<sup>83</sup> trois zones peuvent être distinguées à la suite du calcul de cet indice:

<sup>83</sup> Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil de la concurrence relatif au contrôle des concentrations entre entreprise

- $IHH < 1000$ : le marché est peu concentré, présentant peu de risques de problèmes de concurrence;
- $1000 < IHH < 2000$  : zone intermédiaire, pouvant présenter un risque de pouvoir de marché;
- $IHH > 2000$  : le marché est concentré où la concurrence peut être limitée.

En l'espèce, l'analyse des degrés de concentration du marché des huiles a été menée au niveau du marché global des huiles de table tous segments de clientèles confondus ainsi qu'au niveau du marché spécifique des huiles de table destinées aux particuliers c'est à dire aux consommateurs finaux « B to C » concerné directement par la demande d'avis.

Dans la mesure où il n'existe que quatre opérateurs sur ce marché, nous avons procédé au calcul des CR1, CR2 et CR3.

Ainsi, l'évolution des ratios de concentration CR1, CR2 et CR3 ainsi que de l'indice IHH<sup>84</sup> du marché global des huiles de table sur les cinq dernières années sont récapitulés dans le tableau suivant :

**Tableau 26 : Evolution de l'indice de concentration du marché des huiles raffinées au Maroc (2016-2020)**

Indice de concentration	2016	2017	2018	2019	2020
CR <sub>1</sub>	[45-50]%	[50-55]%	[45-50]%	[45-50]%	[45-50]%
CR <sub>2</sub>	81,6%	81,4%	79,7%	78,9%	79,1%
CR <sub>3</sub>	95,2%	95,1%	94,1%	94,7	95,3%
IHH	<b>3 665</b>	<b>3 721</b>	<b>3 547</b>	<b>3 495</b>	<b>3 517</b>

Source : fait à partir des données communiquées par les opérateurs du marché

L'analyse préliminaire des parts de marché fait ressortir que le marché des huiles de table se caractérise par l'existence de quatre opérateurs avec une forte domination de Lesieur Cristal, qui, malgré une légère baisse de sa part entre 2016 et 2020, détient près de [45-50]% de ce marché en 2020.

Ce constat est confirmé à travers les différents indicateurs de concentration calculés. Ainsi, il ressort de l'analyse des données du tableau que la valeur de l'IHH est nettement

<sup>84</sup> Les indices de concentration ont été calculés sur la base des parts de marché en valeur et selon le chiffres d'affaires réalisé par les opérateurs

supérieure au seuil de 2000 et frôle la barre de 3500, un chiffre caractéristique d'un marché d'huile de table incontestablement concentré et oligopolistique asymétrique<sup>85</sup>.

Aussi, le CR2 qui s'élève à près de 80% montre la dominance et la suprématie de Lesieur Cristal (leader) et HSB (challenger) qui coexistent avec deux autres opérateurs Savola et Siof ne disposant que d'un moyen (Savola) ou faible (Siof) poids en termes de part de marché. Toutefois, il convient de constater que l'indice CR2 a connu une légère baisse de 2,5 points entre 2016 et 2020 laissant apparaître donc une diminution du niveau de la concentration ces cinq dernières années. Quant au CR3 composé des parts de marché des trois premiers opérateurs, cet indice est resté stable autour de 95%, c'est-à-dire que les points perdus par Lesieur Cristal ont été récupérés par le 3<sup>ème</sup> opérateur de la place à savoir Savola qui a vu sa part de marché passer de [10-15]% à plus de [15-20]% entre 2016 et 2020.

S'agissant du segment spécifique des huiles destinées directement au consommateur final segment du « B to C », les indices de concentration sont les suivants :

**Tableau 27 : Evolution de l'indice de concentration du marché des huiles de table au Maroc (2016-2020)**

Indice de concentration	2016	2017	2018	2019	2020
CR <sub>1</sub>	[40-45]%	[45-50]%	[40-45]%	[40-45]%	[40-45]%
CR <sub>2</sub>	80,7%	79,6%	78,4%	77,4%	75,7%
CR <sub>3</sub>	94,5%	94,2%	93,9%	94,5%	94,8%
IHH	3 512	3 496	3 381	3 354	3 294

Source : fait à partir des données communiquées par les opérateurs du marché

Les données de ce tableau montrent que les parts de marché relatives au segment du « BtoC » sont légèrement différentes de celles du marché global des huiles de table. En effet, et quoi que l'indice IHH dépasse le seuil de 2000, ce dernier est en baisse continue ces cinq dernières années passant de 3512 en 2016 à 3294 en 2020.

Du côté des ratios de concentration, le CR1 a baissé d'environ 2,5 points et le CR2 lui aussi a diminué de 5 points entre 2016 et 2020 tandis que le CR3 est resté stable, soit environ 95%.

<sup>85</sup> Généralement les économistes distinguent deux types d'oligopole : « Symétrique » lorsque toutes les entreprises ont à peu près la même taille sinon il est « Asymétrique »

Il convient de relever que le CR1 et le CR2 du segment du BtoC sont inférieurs de près de 4 points en comparaison aux ratios de concentration du marché global des huiles de table tous segments confondus.

La tendance baissière enregistrée de l'IHH et les constats relevés sur l'évolution des ratios de concentration sont dus principalement à l'accroissement de la part de marché de Savola (3ème opérateur du marché en termes de poids) de [10-15]% en 2016 à plus de [15-20]% en 2020 sur le segment du BtoC. Ces 5 points de parts de marché ont été réalisés aux dépens des deux premiers opérateurs du marché, Lesieur Cristal et HSB qui ont vu leurs parts de marché baisser de 2,5 points chacun.

A partir de ce qui précède, les principaux constats qui ressortent de l'analyse de ce volet relatif au degré de concentration du marché des huiles de table entre 2016 et 2020 sont les suivants :

- Le marché des huiles de table au Maroc, qui ne compte que 4 opérateurs et dont l'IHH atteint 3500 est typique d'un marché très concentré oligopolistique caractérisé par un nombre très faible d'offres et un nombre important de clients qui peut soulever des préoccupations de concurrence nécessitant à un suivi de l'évolution de ce marché par les services du Conseil de Concurrence ;
- La société Lesieur Cristal est le leader incontesté du marché global des huiles de table et la déclinaison par sous marché confirme le leadership de cet opérateur sur le segment du BtoC mais à un degré moindre;
- La structure globale du marché n'a pas évolué et les niveaux de concentration n'ont pas substantiellement été modifiés, et ce malgré la baisse continue de l'écart entre les parts de marché de Savola avec les deux premiers opérateurs du marché ;
- En retenant une sous-segmentation plus fine du marché correspondant uniquement au BtoC, il apparaît un relâchement de la concentration sur ce segment en raison de la bonne performance enregistrée par la société Savola, qui a vu sa part sur segment progresser de quasiment 5 points sur un marché pratiquement stable qui connaît une progression marginale de 1,5% (2016-2020).

## **B. Présentation des conditions d'accès au marché des huiles de table**

Le degré de concentration d'un marché donne une première indication importante d'appréciation du niveau de concurrence dans ce marché mais cette analyse n'est pas suffisante et doit être complétée par d'autres indicateurs, notamment les conditions d'accès à ce marché étant donné qu'avant qu'une entreprise puisse affronter la concurrence, il faut déjà qu'elle puisse y entrer.

En effet, l'analyse des conditions d'accès à un marché permet de mesurer son degré de contestabilité, c'est-à-dire la difficulté pour de nouveaux entrants d'accéder et de se faire une place sur ce marché. Elles constituent, pour les acteurs en place, une protection contre les nouveaux entrants.

Au cas d'espèce, l'accès au marché des huiles de table est subordonné au respect de plusieurs exigences : réglementaires, financières et commerciales portant sur le volet distribution et les stratégies marketing.

### **Les dispositions réglementaires**

Du point de vue réglementaire et à l'instar des autres produits alimentaires, l'importation, la production et la distribution des huiles alimentaires sont soumises au respect de normes et lois contenues dans la réglementation en vigueur afin de garantir la sécurité sanitaire de ces produits et in fine la protection des consommateurs.

Dès lors et mis à part l'agrément sanitaire délivré par les services de l'ONSSA pour toute nouvelle création ou extension d'unité industrielle exerçant dans le secteur de l'alimentaire, l'accès au marché de production et de distribution des huiles de table est libre et ne connaît pas l'existence de contrainte légale majeure et spécifique.

### **Le coût d'investissement dans l'outil de production**

Comme indiqué précédemment, l'activité de production concerne en effet la trituration des graines oléagineuses produites localement<sup>86</sup> ou importées et/ou le raffinage des huiles brutes importées ou issues de la trituration des graines locales.

D'après les données recueillies des industriels du secteur<sup>87</sup>, le coût de l'investissement varie en fonction des volumes de matières premières transformées. En effet, une unité de simple pression traitant par exemple un volume de 250tonnes/jour peut solliciter un investissement de 50 MDH. Cet investissement peut avoisiner plus 600 MDH pour une unité compétitive de grande capacité<sup>88</sup>.

Notons par ailleurs, qu'un investissement de capacité nouvelle génération permet non seulement de réduire le coût de trituration et de raffinage, mais de produire également un produit final de meilleure qualité. Ce qui constitue un avantage concurrentiel pour se positionner sur le marché d'huile de table, d'autant plus qu'il s'agit d'un secteur d'activité dont la rentabilité est liée principalement aux volumes des huiles de tables commercialisés. D'autre part, la production des huiles de table dites hauts de gamme<sup>89</sup> destinées à certains segments de clients permet aux fabricants des huiles de table de réaliser une marge bénéficiaire plus importante.

---

86 Graines du tournesol principalement.

87 Information fournie par le PDG de la société Les Conserves de Meknès au cours de l'audition en date du 10 juin 2021.

88 Etude de Sofiprotéol sur les conditions de relance de la filière des oléo-protéagineux au Maroc, tiré de l'avis du Conseil de la concurrence n° 20/11 relatif au projet de concentration entre Sofiprotéol et Lesieur Cristal, en date du 22 décembre 2011.

89 Exemple : les produits santé riches en vitamines.

### **Capacité d'achat des matières premières**

Il ressort des données du questionnaire administré aux quatre opérateurs actifs sur le marché de fabrication des huiles de table que le coût de la matière première constitue un facteur qui participe de façon prépondérante dans la formation du coût de revient d'huile de table avec une proportion qui se situe en moyenne entre 70% et 80%.

De ce fait, disposer d'une capacité d'achat en volume conséquente permet aux entreprises actives dans le marché des huiles de table de faire des économies importantes grâce d'une part, à une meilleure négociation du prix d'achat des huiles brutes et graines oléagineuses auprès des fournisseurs internationaux et d'autre part, à la réalisation des économies sur le coût du fret et sur le paiement de la matière première (coût de change de la devise).

### **L'investissement dans le déploiement du réseau de distribution**

L'investissement dans un réseau de distribution constitue en effet un facteur de compétitivité dans les marchés de fabrication et de distribution des huiles de table.

Notons que les principaux opérateurs actifs sur le marché de fabrication des huiles de table, en l'occurrence les sociétés Lesieur Cristal, Les huileries du Souss Belhassan et Savola, disposent toutes d'un réseau de distribution leur permettant de couvrir tout le territoire national et déploient à cet effet des stratégies<sup>90</sup> très variées.

Concernant la distribution des huiles de table, il est important de rappeler qu'au Maroc, le circuit traditionnel domine toujours la distribution des produits de grande consommation. En conséquence, chaque opérateur se trouve dans l'obligation d'étoffer son réseau de distribution (flotte de camions de transport, dépôt, moyens de manutention, personnel, ...) et d'intéresser ses distributeurs pour assurer une bonne couverture de marché et de disposer d'une distribution numérique plus importante<sup>91</sup>.

### **Stratégie marketing**

Un des leviers à maîtriser aussi pour accéder au marché de fabrication des huiles de table consiste à mettre en place une stratégie marketing pour pouvoir concurrencer les opérateurs présents sur le marché.

En effet, valoriser sa marque, diversifier sa gamme (produit entré de gamme, produit

---

90 Distribution propre, sous traitée ou hybride.

91 Distribution numérique : La Distribution Numérique (DN) mesure le taux de présence de la marque dans les points de vente référencant la catégorie de produits à laquelle la marque étudiée appartient : site [www.marketingstrategique.com](http://www.marketingstrategique.com).

haut de gamme<sup>92</sup>), mettre en place une distribution efficace et adopter une politique de communication innovante sont autant d'atouts qui permettent à l'entreprise de disposer d'un ou de plusieurs avantages concurrentiels (la qualité du produit / image de marque), pour assoir sa stratégie de différenciation et fidéliser ses clients.

A noter aussi, que les fabricants des huiles de table font appel à différentes stratégies marketing (développement de produit/diversification de marché) pour amortir leurs charges fixes et rentabiliser davantage leurs activités, tel que :

- La fabrication des marques propres pour le compte des GMS (cas de Savola);
- L'approvisionnement des autres industries qui ont recours aux huiles végétales pour la fabrication de leurs produits telles que l'industrie de la biscuiterie, de la margarine et des conserves de poissons... (cas de la société Lesieur Cristal) ;
- Le développement ses ventes sur le marché de l'export (le marché africain entre autres). Cette option constitue désormais un relais de croissance pour tous les acteurs du marché à des proportions<sup>93</sup> néanmoins qui varient d'un opérateur à l'autre.

### **C. Analyse de la dynamique des entrées et sorties des sociétés dans le marché**

Sur les vingt dernières années et depuis la libéralisation du secteur fin 2000, le marché des huiles de table a connu l'entrée de 2 nouveaux opérateurs industriels et la sortie d'un de ces opérateurs :

- En 2002, le marché a enregistré l'entrée de la société Conserves de Meknès-Aïcha avec le lancement de deux gammes de produits : 100% soja et 100% tournesol sous la marque Aïcha ;
- En 2004, le marché a connu l'entrée de Savola Maroc filiale du groupe saoudien Savola international avec trois marques : Afia (mélange maïs et soja) Al Arabi (100% soja) et Hala (100% soja).

A signaler que le marché a été marqué en 2014 par l'arrêt définitif des activités de la société Les Conserves de Meknès-Aïcha relatives à l'huile de table. Selon les explications du Président Directeur Général de la société lors de l'audition du 10 Juin 2021, ce désengagement de l'activité est justifié par la non attractivité de ce marché et par les fortes charges que supportait la société sur le volet transport puisque la matière première arrive sur le port de Casablanca et doit être acheminée vers l'unité de raffinage située à Meknès.

---

<sup>92</sup> A titre d'exemple, la société Lesieur Cristal a diversifié sa gamme et propose désormais des produits premiums (santé) à des prix plus élevés, exemple Lesieur plus Omega 3.

<sup>93</sup> La société Lesieur Cristal est leader sur le marché d'exportation des huiles de table avec une part de marché à l'export qui dépasse les [85-90]% en 2020, suivie de la société Savola avec une part de marché de [5-10]%, le groupe HSB avec une part de marché de [5-10]% et enfin la société SIOF avec une part de marché de moins de [0-5]%.



Par ailleurs, l'analyse des données relatives à l'accès au marché des huiles de table par marque comme le montre le tableau ci-après, fait apparaître que le marché des huiles de table a connu durant les cinq dernières années (2016-2020), l'entrée de 4 marques d'huiles, soit moins d'une marque par an et également le retrait de 4 marques ce qui veut dire que le nombre total des marques proposées sur le marché est resté le même sur cette période. Dans le détail, Lesieur Cristal se distingue sur ce volet par le fait qu'elle n'a procédé à aucun lancement ni retrait de marque (son portefeuille de marques n'a pas changé). Siof n'a fait que changer le nom de sa marque Frior devenue Siof, quant aux deux autres opérateurs, leur portefeuille de marque n'a également pas changé puisque le nombre de marque lancée égal le nombre de marque retirée du marché.

A relever également qu'il y a eu le lancement plus d'huiles 100% tournesol que Soja puisque sur les 3 produits lancés (si en n'exclue Siof qui a seulement changé de nom de marque de ses produits), 2 concernent le tournesol, soit 67% des lancements sur cette période. Un constat qui peut s'expliquer par la volonté des opérateurs de disposer des produits avec des marges importantes et qui s'adressent à la frange supérieure de consommateurs disposée à payer un prix plus élevé.

**Tableau 28 : Evolution des lancements et des retraits des marques d'huile de table (2016-2020)**

Société	Nom commercial du produit	Composition	Date de lancement	Date de retrait
Savola	AL ARABI	Tournesol, Soja	2016	2020
	SHAMS	Tournesol	2017	2020
Siof	FRIOR	Tournesol		2 017
	SIOF	Tournesol	2017	
HSB	DELICY	Soja		2016
		Tournesol	2020	
Lesieur Cristal	Aucun lancement ni retrait entre 2016 et 2020			

Source : établi à partir des données communiquées par les opérateurs du marché

## **D. Impact des facteurs analysés sur la dynamique concurrentielle du marché des huiles de table**

Le marché des huiles de table est fortement concentré et repose sur l'offre de quatre opérateurs dont un détient à lui seul près de [45-50] % des parts de marché.

Avec ses [45-50] % de parts de marché, la société Lesieur Cristal dispose d'un grand pouvoir de marché et elle est dominante sur le marché des huiles de table. De plus, l'opérateur appartient à l'un des géants mondiaux du marché des huiles à savoir le groupe français Avril ce qui lui permet de tirer profit de l'expertise et du savoir-faire en matière de recherche et développement de ce groupe. En outre, Lesieur Cristal est un acteur qui diversifie ses activités, ce qui lui octroie la possibilité de compenser sa rentabilité par les activités des autres marchés sur lesquels il est actif et possède des grandes marques, notamment l'huile d'olive, les produits d'entretien et d'hygiène (savons)<sup>94</sup>.

Au demeurant, le fait que la société Lesieur Cristal dispose d'un portefeuille de produits complet dans le marché des huiles de table avec 7 marques commerciales couvrant l'ensemble des trois grandes catégories d'huiles proposées sur le marché national (100% Soja, 100% tournesol et mélange d'au moins 2 graines oléagineuses) ajouté à l'ancrage historique de ses marques phares, telles que Jawhara et Mabrouka, Toaus, El Kef et El Menjel et Magdor, permet à la société de tirer profit de l'effet de gamme et également de l'effet de portefeuille<sup>95</sup> et, par conséquent, lui attribue un avantage concurrentiel important par rapport autres opérateurs du marché.

La lecture combinée des avantages concurrentiels susmentionnés et de la structure oligopolistique de ce marché limite la concurrence par les prix entre les opérateurs dans la mesure où les opérateurs sont interdépendants, c'est-à-dire que les décisions sur les prix de chacun d'entre eux ont une incidence directe et automatique sur les autres. En effet, même si l'un des opérateurs est surtout si ce dernier est dominant décide de changer ses prix de vente à la hausse ou à la baisse, les autres qui ne sont que trois, s'en apercevront et le suivront, ce qui le privera de possibles gains. Ensuite, les commerçants du circuit traditionnel qui représentent 88% du commerce de l'huile de table répercutent automatiquement les changements de prix (surtout les augmentations) de l'opérateur leader aux produits des concurrents.

Cette situation est amplifiée par deux autres facteurs structurels qui pourraient décevoir les nouveaux investisseurs à entrer sur ce marché :

- Le premier a trait à la maturité et la stagnation du marché marqué par de très faibles taux de croissance annuelle, soit moins de 1,5% durant ces cinq dernières années ;

---

<sup>94</sup> La société réalise [25-30]% de son chiffre d'affaires sur ces marchés et [75-80]% sur le marché des huiles de table.

<sup>95</sup> L'effet de gamme s'appuie sur l'addition de différents produits, appartenant à des marchés pertinents distincts alors que l'effet de portefeuille repose sur l'addition de plusieurs marques.

- Le deuxième est lié à la dépendance du marché local à l'importation. En effet, le Maroc importe presque la quasi-totalité de son besoin en huile et par voie de conséquence, se voit très exposé aux fluctuations des cours mondiaux d'autant plus que le coût de la matière première représente environ 70 à 80% du prix de revient d'une tonne d'huile de table<sup>96</sup>. Ceci réduit énormément la marge de manœuvre des opérateurs concernant les prix de vente.

S'agissant de l'impact des conditions d'accès sur la dynamique concurrentielle du marché des huiles de table, l'analyse faite ressort les constats suivants :

- Absences de conditions réglementaires spécifiques pour ce qui est de l'importation des matières premières (graines oléagineuses et/ou des huiles brutes) et au niveau de la production des huiles raffinées. Ceci constitue un facteur facilitateur pour les nouveaux opérateurs souhaitant entrer sur le marché ;
- Un secteur néanmoins très capitalistique car exigeant des ressources financières importantes, aussi bien pour l'acquisition de l'outil de production (trituration/raffinage), que pour son fonctionnement (coût d'énergie, personnel...) et pour son renouvellement. Les trois sociétés majeures du secteur sont en fait de grandes sociétés, dont deux sont adossées à de groupes internationaux (Savola et Lesieur Cristal) ;
- Un marché de volume et donc les entreprises qui envisagent d'y opérer doivent produire en grandes quantités pour faire plus de marge (marché de volume vu la faiblesse de la marge bénéficiaire unitaire). D'un autre côté, l'approvisionnement en quantités importantes est nécessaire pour réduire les coûts d'achat des matières premières négociées sur le marché international. Cela constitue une contrainte supplémentaire pour les nouveaux entrants potentiels ;
- Un marché dont le déploiement de stratégies efficaces aux plans de la distribution et du marketing constitue des atouts concurrentiels indispensables pour rivaliser avec les autres concurrents. A ce propos, il y a lieu de noter que la distribution physique requiert des moyens humains, financiers et logistiques importants pour pouvoir assurer la couverture totale du marché national par une marchandise volumineuse qui occupe de l'espace dans les camions de distribution et sur laquelle les frais de transport ont un grand impact.

Au vu de ce précède, et tenant compte de la maturité du marché et de la faiblesse des marges dégagées par les opérateurs établis, il apparaît que le marché des huiles de table soit un marché difficile d'accès et moins attractif.

---

<sup>96</sup> Selon les données communiquées par les différents opérateurs du marché sur la structure du coût de revient d'une tonne d'huile de table

Ces spécificités du marché des huiles de table au Maroc pourraient expliquer en partie, le fait que la structure de ce dernier est demeurée inchangée, et ce, depuis l'entrée de Savola en 2004.

### **Partie III : Appréciation des facteurs sous-jacents aux dernières hausses des prix des huiles de table**

Dans cette partie, il sera procédé dans un premier temps aux rappels de la position et de l'argumentaire avancés par les opérateurs du marché pour expliquer les hausses des prix de vente des huiles de table sur le marché local intervenus récemment, avant d'aborder, dans un second temps, l'analyse du Conseil de la concurrence des facteurs sous-jacents à ces hausses, notamment l'impact de l'évolution des cours mondiaux sur les prix de vente de l'huile de table au niveau national.

#### **I. Position des opérateurs du marché relative aux hausses de prix de vente des huiles de table**

Afin d'instruire cette demande d'avis, plusieurs séances d'audition ont été tenues avec les différents opérateurs du marché séparément et collectivement dans le cadre L'Association Professionnelle des Fabricants d'Huile du Maroc.

Au sujet de la hausse des prix de l'huile de table sur le marché national, les professionnels ont indiqué que le Maroc importe la quasi-totalité de ses matières premières oléagineuses sous forme d'huiles brutes ou de graines à triturer (soja et tournesol), ce qui rend le marché local très fortement exposé à la volatilité des marchés mondiaux des oléagineux.

Ainsi, les cours des matières premières ont significativement augmenté depuis le début du 2<sup>ème</sup> semestre de 2020. Ces hausses se sont accélérées en septembre et octobre de la même année. En effet, le cours du soja qui représente la matière de base de presque la totalité de l'huile consommée au Maroc a vu son cours grimper de 80%, passant de 600 dollars la tonne en juin 2020 à plus de 1100 dollars la tonne en février 2021. Le cours du tournesol, quant à lui a pratiquement doublé sur cette même période.

Selon les opérateurs l'augmentation des cours mondiaux est le résultat d'une conjonction des facteurs exposés ci-après :

D'abord, au début de la pandémie de la Covid 19, les cours de soja ont enregistré un net recul suite aux incertitudes des marchés. Mais dès le début du 2<sup>ème</sup> semestre de 2020, les prix des oléagineux comprenant les graines, les tourteaux et les huiles brutes ont fortement rebondi sous l'effet d'une forte reprise mondiale, notamment au niveau de la Chine, premier consommateur mondial de soja<sup>97</sup>, et premier pays à sortir de la crise sanitaire. Le pays est retourné à une consommation de masse afin de répondre

---

<sup>97</sup> La Chine représente près de 20% de la consommation mondiale

aux besoins de son marché local et aussi en vue de reconstituer ses stocks de sécurité en ces matières.

Ensuite, cette flambée des cours mondiaux s'explique par les mauvaises conditions climatiques ayant impacté la récolte mondiale des graines de tournesol en mer noire<sup>98</sup>, des graines de soja en Amérique du Sud<sup>99</sup> et de palme en Asie du Sud-Est. Par exemple, l'UE, l'Ukraine et la Russie, grands acteurs de négoce de tournesol au niveau mondial ont vu leurs récoltes diminuer drastiquement sous l'effet du mauvais temps (baisse évaluée à 5 millions de tonnes). En outre, de faibles productions d'huile de palme ont été enregistrées au niveau des grands pays exportateurs, notamment l'Indonésie et la Malaisie suite aux fortes précipitations. Ceci a induit à un déplacement partiel de la demande des huiles de palme vers la demande sur les huiles de tournesol et de colza.

Le troisième facteur de tension sur les prix est d'ordre financier. En effet, depuis le deuxième semestre de 2020, les fonds d'investissement se sont de plus en plus positionnés sur le marché boursier des matières premières en général et plus particulièrement celui du soja, visant à tirer profit de la volatilité des cours de ces matières.

Par ailleurs, les opérateurs ont signalé qu'en pleine période de crise sanitaire, ils ont pu constituer le stock nécessaire pour approvisionner le marché national sans aucun risque de pénurie. Ce stock a permis également de retarder le plus possible la répercussion de la flambée des cours mondiaux des huiles sur le consommateur final<sup>100</sup>.

## **II. Analyse de l'évolution des cours mondiaux des huiles brutes**

Après avoir apprécié auparavant (partie I : structure du coût de revient) le poids prépondérant de la matière première dans la structure du coût de revient de l'huile de table, il a été procédé à l'analyse de l'évolution des cours mondiaux de cette matière première<sup>101</sup> afin de mesurer par la suite, opérateur par opérateur, le niveau de répercussion des fluctuations des cours mondiaux sur les prix de vente de l'huile de table sur le marché local.

Aussi, il importe de signaler que l'analyse a porté sur une période plus large couvrant les cinq dernières années et allant au-delà des premiers mois de 2021 durant lesquels ont été constatées les hausses de prix des huiles de table sur le marché national. La finalité de l'analyse est d'apprécier également le degré d'application des acteurs du marché des baisses éventuelles des cours mondiaux sur les prix de vente à la consommation.

---

98 Forte précipitations et inondations

99 La sécheresse et les grèves en Argentine ont réduit les exportations de ce pays en soja

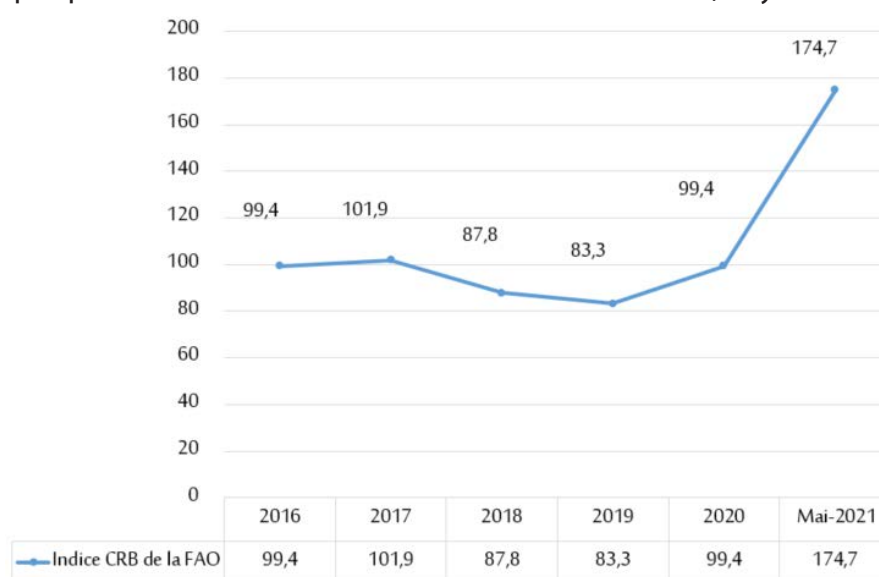
100 L'un des opérateurs du marché a signalé que suite également à la demande des autorités publiques, les opérateurs n'ont pas augmenté immédiatement leurs prix de vente

101 Les cours qui seront exposés concernent l'huile brute de soja et non pas les graines de soja étant donné que plus de 98% des matières premières importées par les opérateurs du marché est sous forme d'huile brute.

Précisons tout d’abord que l’indice Commodity Research Bureau « CRB » de la FAO représente l’indice de référence mondialement reconnu pour comprendre l’évolution des prix des produits alimentaires. Il mesure la variation mensuelle des cours internationaux d’un panier de produits alimentaires, composé de cinq groupes de produits de base : céréales, huiles végétales, produits laitiers, viande et sucre.

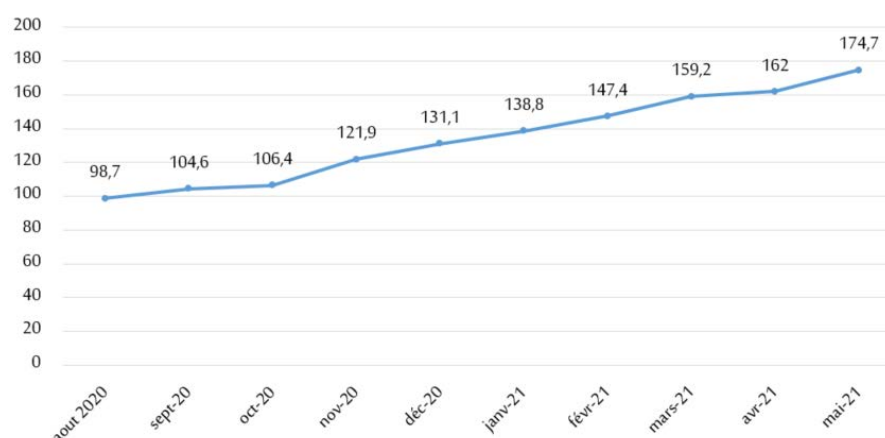
En ce qui concerne les huiles végétales, les graphiques qui suivent présentent l’évolution de l’indice CRB respectivement de la période 2016-Mai 2021 (moyenne annuelle) et de la période Août 2020-Mai 2021 (moyenne mensuelle), phase de la flambée des cours mondiaux des matières premières.

**Graphique 17: Evolution de l’indice CRB de 2016 à 2021 (moyens annuels)**



Source : établi à partir des données fournies par le Ministère de l’Economie, des Finances et de la Réforme de l’Administration (Département des affaires générales et de la gouvernance)

**Graphique 18 : Evolution de l’indice CRB d’Août 2020 à Mai 2021 (moyens mensuels)**



Source : établi à partir des données fournies par le ministère de l’Economie, des Finances et de la Réforme de l’Administration (Département des affaires générales et de la gouvernance)

L'analyse de ces données permet de relever deux grandes périodes distinctes :

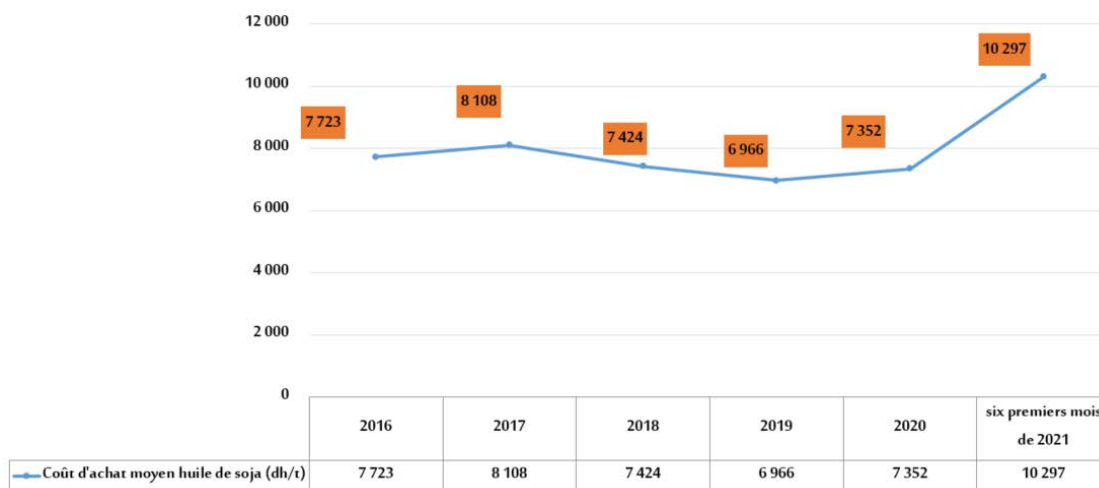
- Une première phase de 2016 à 2019, caractérisée dans l'ensemble par une tendance baissière presque continue (malgré une légère hausse de 2,5% de 2016 à 2017) de l'indice passant de 99,4 en 2016 à 83,3 en 2019, soit une régression de près de 18%. Le niveau de 2019 est le plus faible depuis plusieurs années (au moins les dix dernières années). Ce trend baissier est le résultat d'un côté, d'une offre abondante, notamment de soja sous l'effet de récoltes exceptionnelles aux États-Unis et au Brésil durant cette période, et la conséquence de l'autre côté, du ralentissement des échanges mondiaux des huiles végétales ;
- Une deuxième phase de 2020 à 2021, marquée par un rebondissement considérable des valeurs de l'indice traduisant une forte envolée des cours des huiles végétales. En effet, comparativement à 2020, l'indice CRB a enregistré une hausse de l'ordre de 75% sur les cinq derniers mois de 2021 (174,7 en mai 2021), dépassant, ainsi son niveau record de 2011 (156,4). Ce retournement brutale de situation à la hausse résulte surtout de la chute de l'offre mondiale en huiles par rapport à 2018/2019, notamment celle de soja (-7%), de tournesol (-12%) et de l'huile de palme (-19%). La deuxième raison de ce rebondissement est liée à une reprise concomitante de la demande mondiale depuis août 2020 (graphique n°18) provoquée par l'allègement des mesures de confinement et visant la reconstitution des stocks de sécurité pour se protéger contre d'éventuelles ruptures d'approvisionnement.

Dans la mesure où l'indice CRB englobe en plus des huiles de soja et de tournesol, consommées au Maroc, d'autres huiles, notamment l'huile de palme, et afin d'affiner la présente analyse, le projecteur sera mis essentiellement, dans ce qui suit, sur l'évolution des coûts d'achat annuels de l'huile de soja qui est la plus consommée au Maroc et constitue 90% de la demande locale.

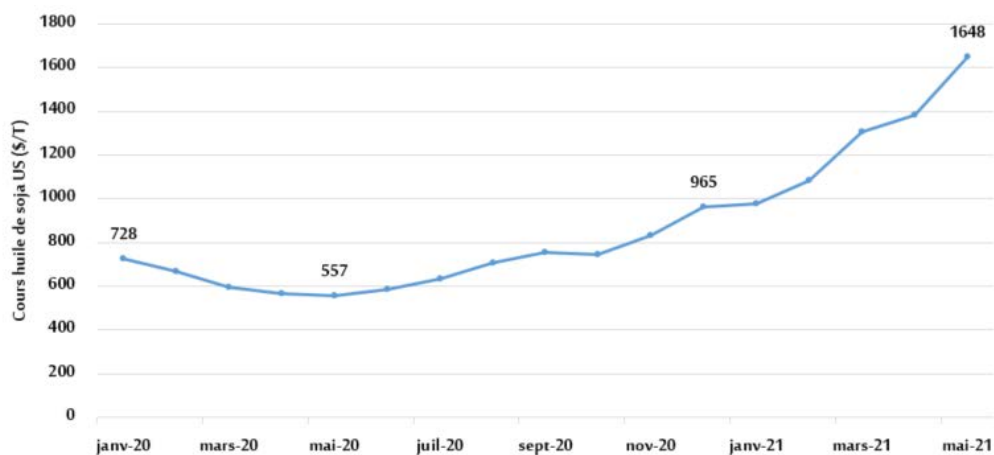
Ces coûts d'achat annuels représentent la moyenne des frais d'achat mensuels communiqués par les opérateurs et incluent toutes les charges d'acquisition de l'huile brute, notamment le prix d'achat de l'huile brute (cours boursiers), les frais d'approche (le fret et les droits de douane quand ils existent).

Le graphique ci-dessous met en évidence l'évolution de ces coûts d'achat moyens (en Dh/tonne) de l'huile de soja tous opérateurs inclus, sur les cinq dernières années.

Graphique 19 : Evolution de la moyenne annuelle des cours mondiaux d’huile de soja de (2016-2021)



Graphique 20 : Evolution des cours mondiaux d’huile de soja de jan 2020 à mai 2021 (moyens mensuels)



Source : établis à partir des données fournies par le Département des affaires générales et de la gouvernance

Au cours de la période considérée, le coût d’achat a poursuivi la même tendance enregistrée sur l’indice global CRB avec toutefois des proportions différentes. En effet, après une légère hausse entre 2016 et 2017 (+5%), le coût a connu un trend baissier jusqu’au premier semestre de 2020 (-14%). Ensuite, il a commencé à grimper en deuxième moitié de 2020 comme le montre le graphique ci-dessus, avec une forte accélération vers la fin 2020 en raison des incertitudes sur le marché causées par la crise sanitaire. A fin mai 2021, les cours de l’huile de soja (US) ont dépassé les 1600 dollar la tonne, soit une évolution de près de +196%, en comparaison avec la même période de l’année d’avant (mai 2020 : 557 dollar la tonne).

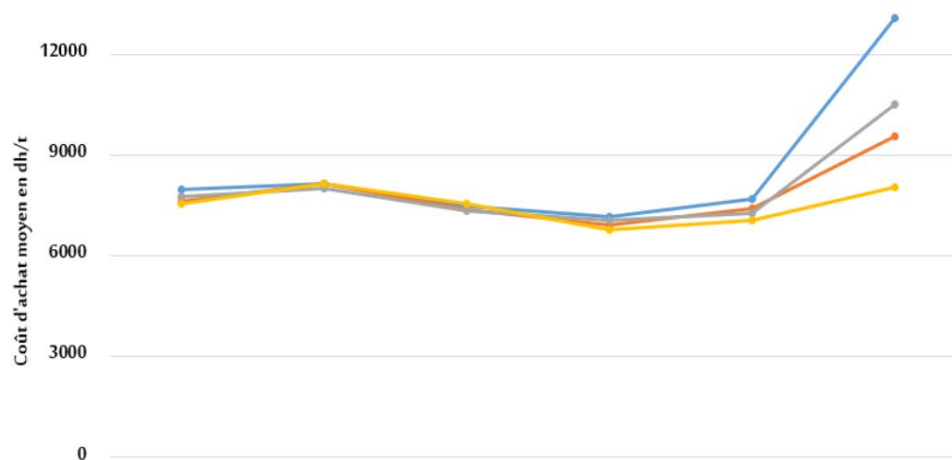
Pour ce qui est des données par opérateur, le tableau et le graphique ci-dessous, reprennent en détail l’évolution des coûts d’achat annuels moyens de chaque opérateur pour la période 2016-2020 et mensuels moyens pour les six premiers mois de 2021, période d’application des hausses de prix au niveau local.



Tableau 29 : Evolution des coûts d'achat annuels et mensuels moyens pour une tonne d'huile brute par opérateur (2016-2021)

	Coût d'achat moyen annuel [2016-2020] en Dh/tonne	Coût d'achat moyen mensuel 2020 en Dh/tonne	Moyenne des six premiers mois 2021	Variation 2021/2020	Variation 2021/moyenne pondérée de 2021
Lesieur Cristal	[7 400-7500]	[7 000-7 100]	[8 000-8 100]	+14,2%	-[10-15]%
HSB	[7 400-7 500]	[7 200-7 300]	[10 500-10 600]	+44,8%	[10-15]%
Savola	[7 400-7 500]	[7 500-7 600]	[9 500-9 600]	+29,9%	-[0-5]%
Siof	[7 500-7 600]	[7 700-7 800]	[13 000-13 100]	+69,7%	[40-45]%
Moyenne pondérée	7 456	7 196	9 319	29,5%	--

Graphique 21 : Evolution des coûts d'achat annuels moyens d'huile brute par opérateur (2016-2021)



Source : faits à partir des données transmises par les opérateurs du marché

D'après les données du tableau ci-dessus, il y a lieu de noter que globalement les coûts d'achat moyens des cinq dernières années sont presque identiques chez tous les opérateurs avec néanmoins, de légères différences qui s'expliquent par le poids de chaque opérateur sur le marché résultant de ses capacités de négociation et de sa politique d'approvisionnement. En effet, Lesieur Cristal leader du marché a réalisé le plus faible coût d'achat moyen sur toutes les périodes examinées en raison des grandes quantités négociées par la société en comparaison avec les autres opérateurs. Savola et HSB ont acheté pratiquement au même prix tandis que Siof, le plus petit opérateur du marché en termes de part de marché s'est vu exposé aux prix d'achat les plus élevés du marché, soit [0-5]% que la moyenne pondérée du marché global et 3,8% que Lesieur Cristal sur la période de [2016-2020].

En comparaison à 2020, le coût d'achat moyen global du marché a enregistré une importante hausse de plus de 29,5% sur les six premiers mois de 2021. Dans le détail, tous les opérateurs ont subi les aléas des cours mondiaux sauf qu'il a été constaté des écarts significatifs entre les sociétés : pour une moyenne pondérée de 9 319 Dh/tonne, la société Lesieur Cristal a un coût d'achat de l'ordre de [8000-8100]Dh/tonne inférieur de [10-15]% que cette moyenne, du fait de l'utilisation par la société d'instruments financiers de couverture contre les risques d'évolution défavorable des cours de la matière première dits « hedging », notamment par le biais de contrat d'assurance. Savola dispose d'un coût d'achat d'environ [9500-9600]Dh/tonne, également au-dessous de la moyenne [0-5]%. Quant aux deux autres sociétés de la place, HSB dépasse la moyenne de [10-15]% alors que Siof est l'opérateur qui a vu ses coûts d'achat [13 000-13 100]Dh/tonne rebondir de façon spectaculaire [40-45]%. La société n'a réalisé que deux opérations d'achat durant cette période (six mois de 2021), soit deux fois moins de ce qu'elle fait habituellement sur une période comparable.

### **III. Analyse de l'évolution des prix de vente sortie usine d'une tonne d'huile de table (soja)**

En termes de prix de vente moyens (départ usine, hors TVA et sans remise) d'une tonne d'huile de table à base de soja, l'analyse des données répertoriées dans le tableau ci-dessous permet de relever les constats majeurs suivants :

- Le prix de vente HT moyen le plus bas est constaté sur l'année 2020 (9 735Dh/tonne), soit -6,5% par rapport à la moyenne de la période 2016-2020 ;
- Les trois premiers mois de 2021<sup>102</sup> se caractérisent par une augmentation de près de 16% par rapport à 2020 et d'environ 8,5% par rapport à la moyenne de 2016-2020 ;
- Entre 2020 et 2021, le prix de vente de tous les opérateurs a évolué presque avec la même proportion, approximativement 16% ;
- Sur toutes les périodes observées, Lesieur Cristal propose l'huile de soja la plus chère du marché et à l'opposé, Savola présente l'offre la moins chère et l'écart entre les deux s'élève à près de 24%. Par rapport à la moyenne de chaque période, le premier opérateur est plus cher de près de [10-15]% (11 500-11 600Dh/tonne vs 10 422Dh/tonne) pour [2016-2020] et [5-10]% sur les trois mois de 2021. Le deuxième opérateur (Savola) est moins cher de [10-15]% pour 2016-2020 et [10-15]% sur les trois premiers mois de 2021. A noter également que le prix de vente de Siof connaît lui aussi, un dépassement des moyennes sur les deux périodes sauf qu'il est moins accentué que celui de Lesieur Cristal.

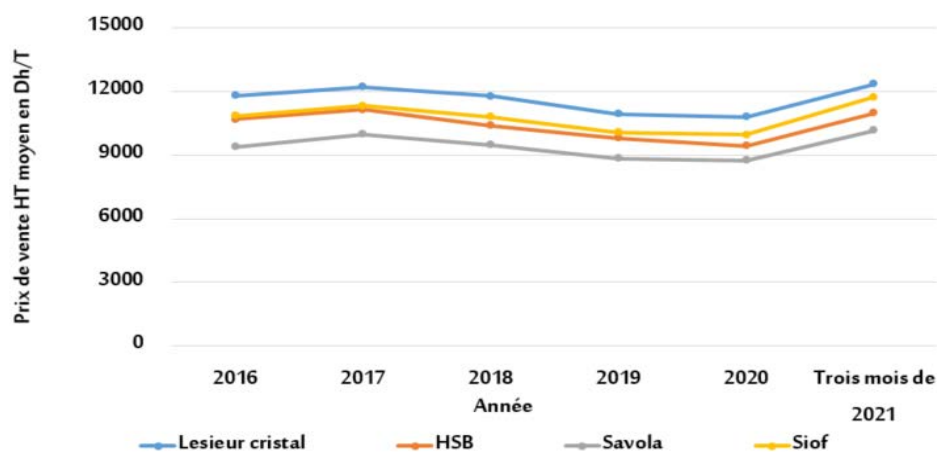
---

102 Seuls les données des trois premiers mois de 2021 ont été communiquées par les opérateurs

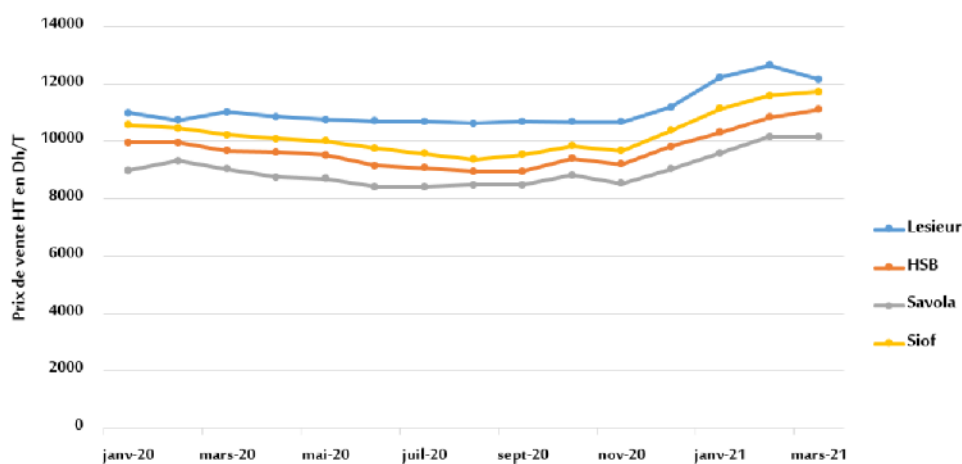
Tableau 30 : Evolution des prix de vente annuels et mensuels moyens la tonne d'huile de table par opérateur (2016-2021)

	Prix de vente HT moyen (2016-2020) en Dh/tonne	Prix de vente HT moyen 2020 en Dh/tonne	Moyenne des trois premiers mois 2021	Variation 2021/2020	Variation 2021/moyenne 2021
Lesieur Cristal	[11 500-11600]	[10 800-10900]	[12 300-12 400]	14%	[5-10]%
HSB	[10 200-10 300]	[94 00-9 500]	[1 0900-11 000]	16%	-[0-5]%
Savola	[9 200-9 300]	[8 700-8 800]	[10 100-10 200]	16%	-[10-15]%
Siof	[10 600-10 700]	[9 900-10 000]	[11 700-11 800]	18%	[0-5]%
Moyenne	10 422	9 735	11 303	16%	--

Graphique 22: Evolution des prix de vente annuels moyens d'huile de table par opérateur (2016-2021)



Graphique 23 : Evolution des prix de vente mensuels moyens d'huile de table par opérateur (2020-2021)

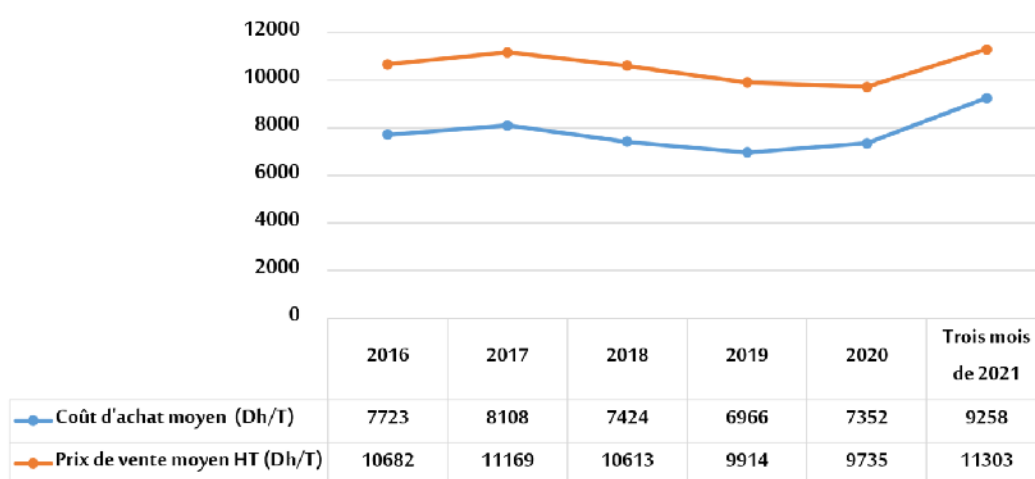


Source : faits à partir des données transmises par les opérateurs du marché

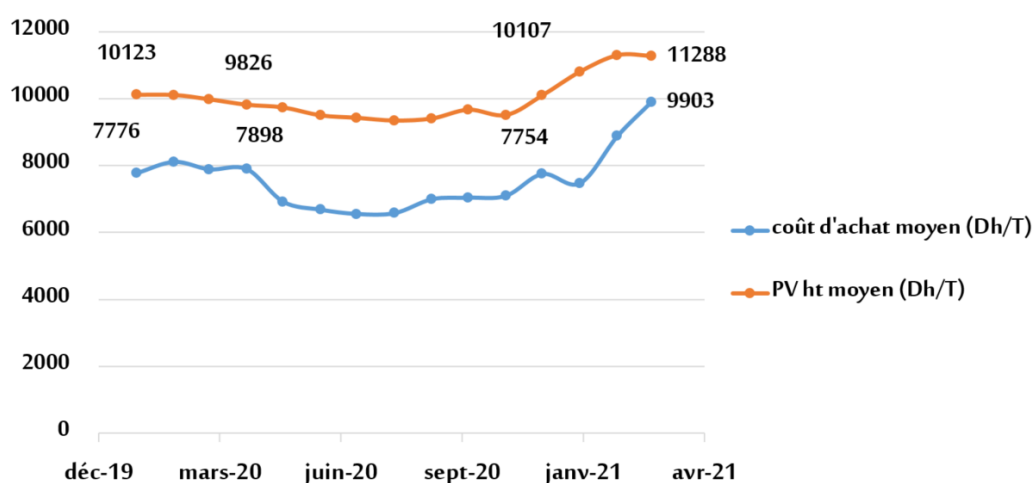
#### IV. Impact des changements des cours mondiaux sur les prix de vente HT

En termes d'appréciation de l'impact de la hausse ou de la baisse des cours mondiaux sur le marché local de l'huile de table, les graphiques ci-après présentent l'évolution des coûts d'achat et la variation des prix de vente sur le marché national sur la période 2016-2021 avec un zoom particulier sur la période allant de janvier 2020 à mars 2021, caractérisée par l'apparition de l'épidémie de la Covid-19 (forte volatilité des cours mondiaux des oléagineux).

Graphique 24: Evolution des coûts d'achat et des prix de vente annuels moyens (2016 –2021)



Graphique 25 : Evolution des coûts d'achat et des prix de vente mensuels moyens (2020 –2021)



Source : faits à partir des données transmises par les opérateurs du marché

Ainsi, les graphiques ci-dessus font apparaître trois phases distinctes :

- Entre 2016 et 2019 où les deux variables (coût d'achat et PVHT) ont suivi les mêmes tendances avec des taux de variation pratiquement identiques. Le coût d'achat s'est contracté de près de -9,2% et le prix de vente a connu une régression de près de -7% ;

- Entre janvier et novembre 2020 : le coût d'achat moyen a chuté de -8,7%, contre une baisse seulement de -6% du prix de vente HT, c'est-à-dire que la baisse des cours mondiaux n'a pas eu le même impact sur les prix de vente sur le marché national ;
- De novembre 2020 à mars 2021 : dans une situation caractérisée par la flambée des cours mondiaux de l'huile de soja, le prix de vente de l'huile sur le marché local a progressé à un taux nettement inférieur à celui du coût d'achat puisque ce dernier a augmenté de 39,5% alors que l'accroissement du prix de vente n'a été que de l'ordre de 18,6%, ce qui montre que les opérateurs n'ont pas répercuter la totalité des hausses des cours mondiaux. Ce qui présente un gain momentané pour le consommateur.

Pour ce qui est de l'analyse par opérateur, le tableau suivant reprend l'évolution des taux de variation du coût d'achat et du PVHT (sortie usine) par opérateur depuis 2016 :

**Tableau 31 : Evolution des taux de variation du coût d'achat et du prix de vente par opérateur (2016-2021)**

		2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019	2021/2020	[2016-2020]	2016-2021
Lesieur Cristal	Coût d'achat	7,7%	-7,4%	-10,2%	4,1%	45,40%	-5,8%	39,6%
	PV <sub>HT</sub>	3,4%	-3,6%	-7,0%	-1,3%	14,3%	-8,5%	5,8%
HSB	Coût d'achat	3,2%	-8,6%	-3,9%	2,9%	17,5%	-6,3%	11,2%
	PV <sub>HT</sub>	4,2%	-6,7%	-5,7%	-3,7%	16,3%	-11,9%	4,4%
Savola	Coût d'achat	6,8%	-9,5%	-6,2%	7,4%	25,1%	-1,5%	23,6%
	PV <sub>HT</sub>	6,5%	-5,0%	-6,8%	-1,1%	16,2%	-6,4%	9,8%
Siof	Coût d'achat	2,4%	-8,3%	-4,3%	7,8%	14,3%	-2,5%	11,8%
	PV <sub>HT</sub>	4,4%	-4,7%	-6,8%	-1,1%	17,9%	-8,2%	9,7%

Source : calculé à partir des données communiquées par les opérateurs du marché

D'après ce tableau, il ressort les constats suivants:

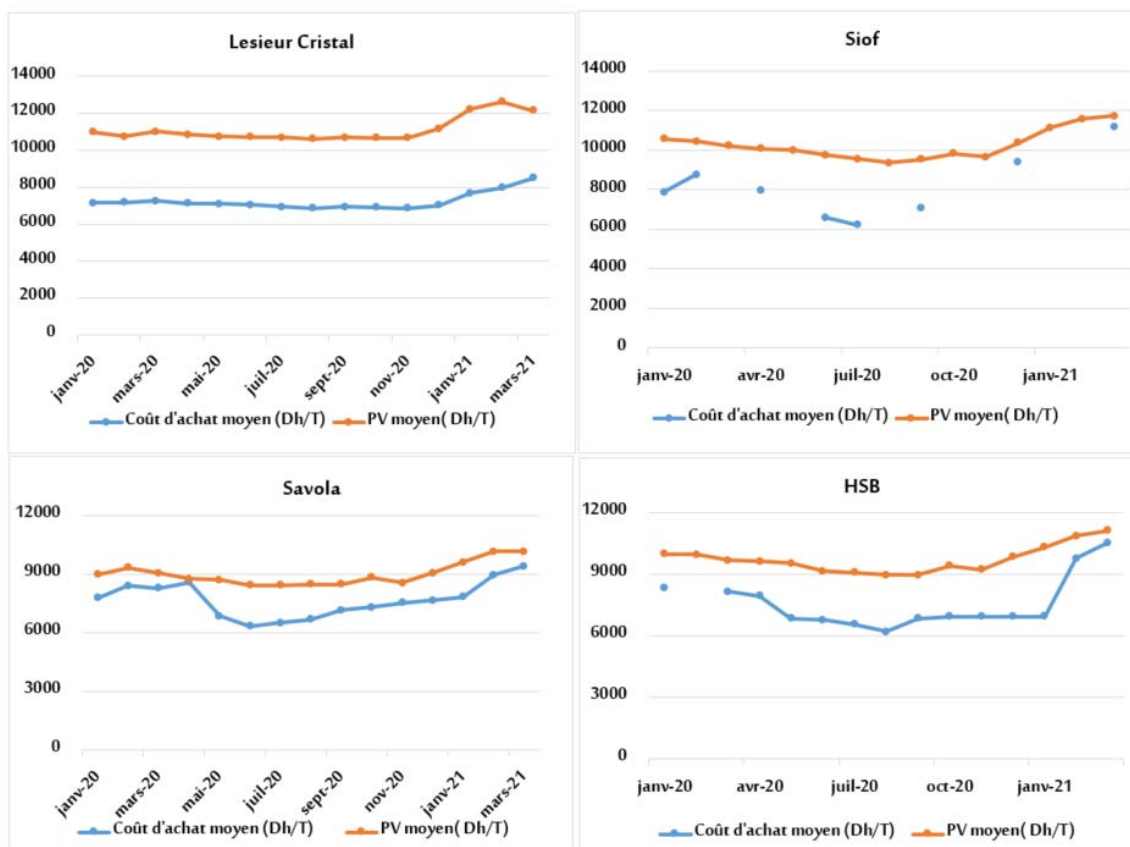
- Entre 2016 et 2020, le prix de vente a baissé plus significativement que le coût d'achat chez tous les opérateurs, constat se confirmant sur les 3 mois de 2021.
- Chez Lesieur Cristal, le prix de vente a baissé de -8,5%, si on additionne les variations des périodes allant de 2016 à 2020 alors que le coût d'achat n'a décliné que de -5,8%. L'écart est plus prononcé en ce qui concerne les trois premiers mois de 2021 puisque le coût d'achat a rebondi de 45,4% contre une augmentation seulement de 14,3% du prix de vente ;
- Siof est le seul opérateur qui a vu son prix de vente évoluer pratiquement à la même cadence que son coût d'achat, que ce soit pour toute la période allant de 2016 à mars 2021 (prix de vente +9,7% vs coût d'achat +11,9%) ou même pour les trois mois de 2021 (prix de vente +17,9% vs coût d'achat +14,3%);
- Chez Savola, la baisse du prix de vente était plus significative comparativement au coût d'achat sur la période 2016-2020, étant donné que ce dernier a baissé de -1,5%, tandis que le prix de vente a chuté d'environ -6,5%. Pour les trois mois de 2021, la hausse du prix de vente est moins accentuée (+16,2%) au regard de la forte augmentation du coût d'achat (+25,1%) ;
- La même tendance a été constatée du côté de la société HSB dans la mesure où le prix de vente a diminué de -11,9% entre 2016 et 2020 alors que le coût d'achat n'a baissé que de -6,4%. Sur les trois mois de 2021, l'opérateur a répercuté quasiment la totalité de la hausse du coût d'achat sur le prix de vente.

Les graphiques ci-après font apparaître l'évolution, par opérateur, des prix de vente comparé à celle des coûts d'achat<sup>103</sup>:

---

<sup>103</sup> La discontinuité de la courbe du coût d'achat de Siof sur certains mois est dû au fait que l'opérateur n'a pas fait des achats sur ces mois

Graphique 26: Evolution des coûts d'achat et des prix de vente mensuels moyens par opérateur (2020-2021)



Source : fait à partir des données mises à disposition par les opérateurs du marché

Afin de compléter l'analyse, il a été procédé au calcul des coefficients de corrélation entre ces deux variables sur la période considérée (2016 à 2021), présentés dans le tableau ci-dessous. La lecture des données de ces coefficients a permis de relever que si on considère le marché global des huiles de table au Maroc, il existe une forte corrélation entre l'évolution des prix de vente et les coûts d'achat puisque ce coefficient avoisine 0,86 pour les cinq dernières années (2016-2020), s'élève même à 0,9 en 2020 et à 0,87 sur la période 2020-2021. Cependant, Lesieur Cristal se distingue des autres opérateurs par son coefficient le plus faible : 0,7 pour (2016-2020) et 0,59 pour 2020.

Tableau 32 : Taux de corrélation des prix de vente par rapport aux coûts d'achat (2020-2021)

	2016-2020	2020	2020-2021
Savola	0,94	0,78	0,84
Siof	0,89	0,82	0,93
HSB	0,81	0,77	0,87
Lesieur Cristal	0,70	0,59	0,89

Source : calculé à partir des données mises à disposition par les opérateurs du marché

## **V. Analyse du prix de vente départ usine par rapport au prix de vente final au consommateur**

Les prix de vente analysés ci-dessous sont des prix de vente TTC pratiqués par les opérateurs sortie usine. Pour obtenir le prix de vente final au consommateur, il y a lieu d'ajouter les marges brutes des distributeurs.

L'analyse des circuits de distribution effectuée dans la première partie de cet avis a montré que ces circuits représentent un maillon central dans la chaîne de valeur de l'huile de table et influencent fortement le prix de vente final.

Aussi et afin d'apprécier le poids de la distribution dans la formation des prix de vente finaux et le niveau des marges dégagées par chaque intervenant dans ces circuits, il a été procédé à l'analyse des prix d'achat et des prix de vente pratiqués par les épiciers et les quatre enseignes des GMS (Marjane, Carrefour, Aswak Assalam et BIM).

Pour ce faire, il convient de préciser que l'approche adoptée se base:

- d'une part, sur la comparaison entre les prix de vente moyens mensuels (par 1 litre) transmis par le Département des Affaires Générales et de la Gouvernance<sup>104</sup>, avec les prix de vente moyens mensuels départ usine de l'huile de soja appliqués par les opérateurs du marché au niveau du circuit traditionnel ;
- D'autre part, sur les prix de vente pratiqués par le circuit moderne<sup>105</sup>, par marque de produit sur les deux formats de conditionnement les plus vendus, à savoir 1L et 5L. A signaler que la société Siof n'a pas été intégrée dans l'analyse vu que ses produits ne sont référencés dans aucune enseigne du réseau des GMS.

---

104 Sur la base des données de la Commission interministérielle chargée du suivi des prix de l'approvisionnement et des opérations de contrôle

105 Sur la base des données communiquées par les enseignes des GMS suite au questionnaire envoyé par les services d'instruction du Conseil de la concurrence



Le tableau qui suit synthétisent les différents prix vente précités ainsi que les marges encaissées par chacun des acteurs du circuit de distribution :

**Tableau 33 : PV TTC sortie usine par opérateur comparé au PV TTC moyen chez canal traditionnel par 1L**

	PV TTC sortie usine				PV TTC Moyen sortie usine	PV TTC moyen consommateur final	Marge en valeur	Marge en %
	Opérateur 1	Opérateur 2	Opérateur 3	Opérateur 4		Détaillant		
2020	12	10,08	10,46	10,01	10,63	13,91	3,27	30,7%
2021 (cinq premiers mois)	13,71	12,94	11,28	13,03	12,74	14,08	1,34	10,5%

Source : fait à partir des données mises à disposition par les opérateurs du marché et le département des Affaires Générales et de la Gouvernance

En ce qui concerne le circuit traditionnel, l'analyse des données du tableau ci-dessus fait ressortir les principaux constats suivants :

- La comparaison des prix de vente TTC sortie usine entre opérateurs du marché montre que quel que soit l'année considérée, l'opérateur 1 se démarque par son prix de vente le plus élevé du marché. Sur l'année de 2020 le prix de vente chez les trois autres opérateurs est presque identique (un écart de 0,4Dh/l chez l'opérateur 3). Sur l'année de 2021, l'opérateur 3 est le moins cher du marché, suivi de l'opérateur 2 et de l'opérateur 4;
- Les marges au niveau du circuit traditionnel sont très significatives dans la mesure où, les différents intervenant de ce circuit dégagent des taux de marge qui peuvent dépasser 30% (année de 2020), soit une valeur de près de 3 Dh/L tous format et toutes marques confondus. Toutefois, il y a lieu de constater que sur les quatre premiers mois de 2021, période de la flambée des cours mondiaux et des prix de vente au niveau local, les marges chez les détaillants se sont fortement réduites, passant de 30,7% à 10,5% ;

S'agissant du circuit moderne des GMS, les tableaux qui suivent synthétisent les prix d'achat et de vente des huiles de table pratiqués par les quatre enseignes du marché:

Tableau 34 : Prix d'achat et prix de vente des huiles de table chez le distributeur 1<sup>106</sup>

Marque	Conditionnement	PA TTC	PV TTC	Marge en DH	Marge en %
Lesieur 3 graines	1L	14,13	14,95	0,81	6%
	5L	70,37	72,95	2,57	4%
Cristal	1L	13,98	15	1,01	7%
	5L	69,57	71,95	2,37	3%
Huilor	1L	15,19	16,1	0,91	6%
	5L	75,62	77,95	2,32	3%
Oléor	1L	12,92	13,65	0,72	6%
	5L	64,32	66,95	2,62	4%
MDD	1L	12,95	12,95	0	0% <sup>107</sup>
	5L	65,95	65,95	0	0%
Lio (soja)	1L	13,43	14,5	1,07	8%
	5L	66,85	70,5	3,64	5%
Lousra	1L	13,57	14,8	1,22	9%
	5L	67,56	71,5	3,93	6%
Zohour tournesol	1L	14,22	14,95	0,72	5%
	5L	71,15	73,95	2,79	4%

Source : faits à partir des données mises à disposition par les opérateurs des GMS

106 Données de la semaine du 05 Juillet 2021

107 Les marges nulles s'expliquent par l'effet de stock, la nature du produit (marque de distributeur et premier prix et aussi par l'existence d'une marge arrière encaissée par les distributeurs et qui n'apparaît pas dans le calcul).

Tableau 35 : Prix d'achat et prix de vente des huiles de table chez le distributeur 2<sup>108</sup>

Marque	Conditionnement	PA TTC	PV TTC	Marge en DH	Marge en %
Lesieur 3 graines	1L	14,42	14,5	0,08	1%
	5L	70,37	71,5	1,13	2%
Cristal	1L	13,70	13,95	0,25	2%
	5L	66,95	69,95	3	4%
Huilor	1L	15,19	15,95	0,76	5%
	5L	75,62	77,95	2,33	3%
Oléor	1L	12,93	13,4	0,47	4%
	5L	64,33	66,95	2,62	4%
Afia (maïs/soja)	1L	12,99	13,95	0,96	7%
	5L	64,65	67,5	2,85	4%
Afia tournesol	1L	13,99	14,5	0,51	4%
	5L	69,66	71,5	1,84	3%
Hala	1L	11,39	12,95	1,56	14%
	5L	56,66	58	1,34	2%
MDD	1L	13,00	13,3	0,3	2%
	5L	64,23	65,9	1,67	3%

Source : faits à partir des données mises à disposition par les opérateurs des GMS

108 Données de la semaine du 21 Juin 2020

Tableau 36 : Prix d'achat et prix de vente des huiles de table chez le distributeur 3 <sup>109</sup>

Marque	Conditionnement	PA TTC	PV TTC	Marge en DH	Marge en %
Lesieur 3 graines	1L	14,80	15,5	0,69	5%
	5L	73,7	75,5	1,8	2%
Cristal	1L	14,65	15,3	0,64	4%
	5L	72,91	74,6	1,68	2%
Huilor	1L	15,86	16,6	0,73	5%
	5L	78,94	81,3	2,35	3%
Oléor	1L	13,59	14,3	0,70	5%
	5L	67,67	69,6	1,92	3%
Afia (maïs/soja)	1L	14,87	15,5	0,62	4%
	5L	74,00	76,3	2,29	3%
Afia tournesol	1L	15,60	16,3	0,69	4%
	5L	77,67	80,9	3,23	4%
Hala	1L	14,4	15	0,59	4%
	5L	71,67	73,9	2,22	3%
Lio (soja)	1L	14,43	15,2	0,76	5%
	5L	71,86	74,6	2,73	4%
Lousra	1L	14,57	15,2	0,62	4%
	5L	72,55	75,4	2,84	4%
Zohour tournesol	1L	15,22	16,2	0,97	6%
	5L	76,16	79,95	3,78	5%

Source : faits à partir des données mises à disposition par les opérateurs des GMS

109 Données de la semaine du 12 juillet 2021

Tableau 37 : Prix d'achat et prix de vente des huiles de table chez le distributeur 4 <sup>110</sup>

Marque	Conditionnement	PA TTC	PV TTC	Marge en DH	Marge en %
Lesieur 3 graines	1L	14,13	14,9	0,76	5%
	5L	70,37	72,9	2,52	4%
Huilor (tournesol)	1L	15,86	16,5	0,63	4%
	5L	78,94	80,9	1,95	2%
Afia (maïs/soja)	5L	71,5	72,7	1,2	2%
MDD	5L	68,66	68,9	0,23	0,3%

Source : faits à partir des données mises à disposition par les opérateurs des GMS

Les données des tableaux qui précèdent font apparaître que les taux de marge oscillent entre 3 à 4% au niveau du circuit moderne, soit entre 0,5 et 1Dh en valeur pour le format d'1L et varient entre 1,5 et 4Dh pour le format de 5L quel que soit l'enseigne.

A la lumière de ce qui précède, il y a lieu de noter que la distribution occupe une place centrale dans la formation du prix de vente final au consommateur puisqu'elle peut dépasser 15% (moyenne 2020-2021) chez le circuit traditionnel qui représente plus de 88% du chiffre d'affaires du marché des huiles de table. Aussi, les marges chez le circuit moderne sont moins importantes que celles du circuit traditionnel. Néanmoins, il y a lieu de préciser que les marges calculées chez les enseignes des GMS représentent les marges dites « marges avant », c'est-à-dire les marges classiques obtenues par différence entre le prix de vente au consommateur et le prix de vente facturé par le fournisseur. Il existe une deuxième marge dite « marge arrière »<sup>111</sup> consentis par les opérateurs des huiles de table aux distributeurs qui varie en fonction de l'enseigne et selon le poids du fournisseur sur le marché (elle oscille entre 1% et 7%).

110 Données du 16 Juin 2020

111 Marge arrière est une somme d'argent reversée par les fournisseurs aux distributeurs (GMS), à la fin de l'année exprimée en % du prix de vente. En théorie, cette somme rémunère la politique commerciale du distributeur, notamment les opérations promotionnelles

## **VI. Timing et montants des variations des prix de vente sortie usine par litre d'huile de table**

Pour apprécier la question de la hausse des prix de vente soulevée dans la demande d'avis, il a été procédé à l'analyse par opérateur et par mois des montants de variation, c'est-à-dire le niveau de changement des prix à la hausse ou à la baisse combiné aux dates d'application desdits changements (timing).

Signalons par ailleurs que même si la demande d'avis porte particulièrement sur les hausses de prix constatées sur les premiers mois de 2021, le Conseil de la concurrence a étendu la période d'analyse à l'année de 2020, afin d'obtenir une lecture plus globale et plus fiable sur les comportements des opérateurs concernant le moment et les montants des changements de prix de vente.

Le tableau suivant synthétise les informations recueillies dans ce cadre par le biais des questionnaires et des demandes d'information adressées aux différents opérateurs du marché:

Tableau 38 : Montants et timing de variation des prix de vente de l'huile de soja par opérateur de janvier 2020 à avril 2021 (en Dh/L)

	Savola		Lesieur Cristal (Oléor)		HSB		Siof	
	Date	Valeur	Date	Valeur	Date	Valeur	Date	Valeur
Janv-20	18	0,31	15	0,33	02	0,20	01	0,51
	21	0,07						
	22	-0,07						
Févr-20	18	0,20	13	-0,27				
Mars-20	04	-0,47			03	-0,25		
Avr-20	09	-0,13	04	-0,20				
	14	-0,07	09	-0,07				
	22	-0,13	14	-0,13				
Mai-20	01	0,33	04	0,33	09	-0,08		
	10	-0,40	08	-0,53				
	27	-0,13						
Juin	13	-0,07	04	-0,13	11	-0,34		
	24	-0,13						
Juil-20	03	0,07	07	0,07	03	-0,07		
			15	-0,20	23	-0,10		
Août-20	13	-0,27	11	-0,13				
			28	-0,13				
Sept-20	09	-0,40	02	0,40				
	14	0,67	05	-0,40				
			07	-0,33				
			18	0,73				
Octo-20	01	0,40	01	0,40	01	0,41		
	21	-0,33	20	-0,33				
Nov-20	12	0,20	03	0,20	04	-0,18		
	18	-0,27	08	-0,40				
			11	0,40				
			18	-0,40				
Déc-20	03	0,67	02	0,80	03	0,57	09	0,78
<b>Total 2020</b>	--	<b>0,05</b>	--	<b>0,01</b>	--	<b>0,16</b>	--	<b>1,29</b>
Janv-21	04	0,67	30	0,67	06	0,43	09	0,71
	11	0,33	31	0,67				
Févr-21	04	0,67			05	0,49	08	0,60
Mars-21	--		--		--		--	
Avril-21	01	0,55	01	0,53	01	0,24	05	0,59
	02	-0,07	21	0,33	19	0,49	24	0,32
	21	0,33						
<b>Total 2021</b>	--	<b>2,48</b>	--	<b>2,2</b>	--	<b>1,65</b>	--	<b>2,22</b>
<b>Total 20-21</b>	--	<b>2,53</b>	--	<b>2,21</b>	--	<b>1,81</b>	--	<b>3,51</b>

Source : reconstitué à partir des données communiquées par les opérateurs du marché

En ce qui concerne l'huile de soja, les données du tableau font ressortir qu'en termes de dates, il a été constaté que les deux opérateurs Lesieur Cristal et Savola ont le plus appliqué de changements de prix dans un intervalle de temps rapproché soit un total de onze (sur 22 variations).

S'agissant des valeurs de ces changements, il a été remarqué ce qui suit :

- Pour la période globale de 2020-2021, la valeur de la hausse moyenne du marché est de près de 2,5Dh/L et elle est presque identique chez les deux opérateurs à savoir Lesieur Cristal et Savola. HSB enregistre le plus faible montant de changement de prix alors que Siof se démarque d'un côté, par son plus faible nombre d'opérations de changement de prix et, d'un autre côté, de la plus forte augmentation de prix (3,51Dh/L), soit près du double de l'augmentation de HSB ;
- Sur la période de 2020, deux groupes de sociétés se distinguent : d'un côté, les trois premiers opérateurs du marché, à savoir Lesieur Cristal, HSB et Savola n'ont pratiquement pas vu leur prix de vente changer et, d'un autre côté, la société Siof a augmenté son prix de 1,29Dh/L sur cette année ;
- Sur la période de 2021, les montants de variation sont quasiment similaires chez tous les opérateurs (2,2Dh/L) avec, néanmoins un écart chez HSB (1,65Dh/L).

La lecture combinée des dates d'application et des montants de variation montre que Lesieur Cristal, Savola et HSB ont appliqué quasiment les mêmes montants de variation (hausse ou baisse) à six reprises la même semaine<sup>112</sup>.

Aussi, Lesieur Cristal-Savola ont opéré ensemble le même montant de changement<sup>113</sup> de prix à six reprises le même jour et seize fois dans un intervalle d'une semaine (A l'exception du mois d'avril 2020 où Savola a appliqué son changement de prix dans un intervalle de huit jours par rapport à Lesieur Cristal).

Lesieur Cristal et HSB ont appliqué ensemble la même variation une fois le même jour et à six reprises dans l'intervalle d'une semaine.

HSB et Savola ont réalisé ensemble le même montant de variation de prix quatre fois le même jour et quatre fois la même semaine.

La période allant de décembre 2020 à Avril 2021 (période d'accélération des hausses des cours mondiaux des huiles brutes) est atypique d'abord, par un très fort parallélisme

---

112 A l'exception du mois d'avril 2021 où l'écart de la variation était supérieur à 0,2Dh/L, soit 0,29Dh/L

113 On a considéré les montants de variation identiques pour les changements appliqués par les opérateurs dont l'écart ne dépassant pas 0,25Dh/L



de comportement entre les quatre opérateurs car tous les changements de prix effectués durant cette période, à l'exception de janvier ont été appliqués par les mêmes variations et dans un intervalle ne dépassant pas 3 jours (décembre 2020, janvier-février et avril 2021) et ensuite, par le fait que les opérateurs ont adopté exactement le même comportement sur le mois de mars 2021 dans la mesure où ils n'ont pas effectué de changement de prix de vente.

Concernant le déclenchement du changement de prix sur la période observée, il a été remarqué que sur les 23 changements réalisés par Lesieur Cristal, ce dernier était l'initiateur et le déclencheur<sup>114</sup> à neuf reprises desdites variations. HSB et Savola, suivaient dans l'ordre, en appliquant des changements avec un petit décalage ne dépassant pas 7 jours (3 fois le même jour), tandis que Siof est toujours le dernier opérateur à appliquer (2 exceptions) les changements de prix.

L'analyse des intervalles entre les dates d'annonces et les dates d'application des changements de prix permet de relever que chez Lesieur Cristal, tous les changements sont programmés par la société une semaine avant leur application alors que chez tous les autres opérateurs, les changements de prix sont opérés soit le même jour (HSB), soit à j+1 (Savola) de leur annonce, ce qui laisse présager que ce serait Lesieur Cristal qui fixerait le curseur des changements de prix (timing et variation) et les autres opérateurs ne feraient que s'adapter sur ces changements.

---

<sup>114</sup> Le déclenchement du changement de prix opéré par les producteurs des huiles de table fait référence au moment où un acteur initie ce changement de prix et dans des circonstances de timing de changement proches avec les autres concurrents.

Tableau 39 : Montants de variation des prix de vente de l'huile de tournesol par opérateur de janvier 2020 à avril 2021 (en Dh/L)

	Savola		Lesieur Cristal (Oléor)		HSB		Siof	
	Date	Valeur	Date	Valeur	Date	Valeur	Date	Valeur
Janv-20			15	0,10	22	-0,21		
			20	-0,10				
Fév-20								
Mars-20					03	0,14		
Avril-20								
Mai-20					09	-0,16		
Jun-20	24	-0,27	13	-0,07				
			21	-0,07				
Juil-20			18	-0,03	03	0,05		
Août-20								
Sept-20			18	-0,17	01	-0,04		
			26	0,23				
Oct-20								
Nov-20			24	0,20	04	0,15		
Déc-20	06	0,40	02	0,37	03	-0,20		
<b>Total 2020</b>	--	0,13	--	0,46	--	-0,27	--	--
Janv-21	04	0,67	30	0,67	06	-0,15	15	0,36
			31	0,67				
Fév-21			15	0,33	05	0,45		
			20	-0,33				
Mars-21			16	-0,33				
			23	-0,27				
Avril-21	05	0,47	21	0,33	01	0,07	09	0,6
					19	0,58		
<b>Total 2021</b>	--	1,14	--	1,07	--	0,95	--	0,96
<b>Total 20-21</b>	--	1,27	--	1,53	--	0,68	--	0,96

Source : fait à partir de la reconstitution des données communiquées par les opérateurs du marché

S'agissant de l'huile de tournesol, les données du tableau montrent deux constats importants : primo, cette catégorie d'huile connaît très peu de changement de prix et de faibles montants de variation en comparaison à l'huile de soja et secundo, tous les changements de prix (dates et valeurs de changement) ont été différents entre les opérateurs du marché.

Compte tenu des constats relevés, il y a lieu de tirer les conclusions partielles suivantes :

- Un rapprochement en termes de valeurs et du timing d'application des changements de prix surtout pour les trois grands opérateurs du marché (Lesieur Cristal-HSB et Savola) sur toute la période examinée et de façon accentuée au cours de la période allant de fin 2020 à Avril 2021 ;
- Les changements de prix sont fréquemment initiés par Lesieur Cristal et les autres opérateurs suivent après ;
- Alignement immédiat des trois opérateurs sur les nouveaux prix du leader du marché (Lesieur Cristal) avec un décalage de 3 à 5 jours ;
- Tous les changements de prix opérés par Lesieur Cristal sont planifiés une semaine avant leur application. Pour les autres opérateurs, les changements de prix sont appliqués généralement à j+1 de leurs dates d'annonce ce qui laisserait conclure que ces derniers tenteraient de s'y adapter en s'alignant sur les prix du leader du marché ;
- Très peu de parallélisme dans le comportement de changement des prix au niveau de marché de l'huile de tournesol comparé à celui de soja.

Concernant la société Siof, les données ont montré que cette dernière reste un petit opérateur qui n'a pas d'influence sur la dynamique de la concurrence sur le marché des huiles de table du point de vue comportemental relatif aux changements de prix.

Il convient de préciser, par ailleurs, que la comparaison des prix de vente à la consommation montre l'existence de différences entre les opérateurs, notamment sur les conditionnements en 5L. Ces différences peuvent atteindre 5Dh pour la marque du distributeur.

## **Partie IV : Conclusions et recommandations**

### **I. Conclusions**

Les résultats de l'étude menée dans le cadre du présent avis ont permis de conclure que les augmentations des prix de vente des huiles de table enregistrées sur le marché national s'expliquent par la conjonction de facteurs objectifs liés à la structure du marché lui-même et aux évolutions du marché extérieur duquel il est dépendant.

#### **A. Facteurs explicatifs liés au marché lui même**

##### **a. Un amont agricole de la filière oléagineuse presque inexistant**

Le Maroc connaît un déficit structurel en termes de matière première utilisée pour la fabrication des huiles de table. Près de 98,7% des besoins domestiques du pays sont importés, essentiellement sous forme d'huiles brutes et seuls 1,3% sont couverts par les graines produites localement.

Cette dépendance a un coût qui pèse sur la balance commerciale du pays avec une facture de près de 4 MMDH par an, rien que pour les importations des huiles brutes. Elle s'élève à 9 MMDH si l'on rajoute les importations des tourteaux.

Tenant compte du potentiel des terres agricoles dont dispose le Maroc, évalué à 600 000 ha, un contrat programme a été conclu entre l'Etat et la Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux afin de relancer la filière. Cependant, malgré les réalisations enregistrées, le contrat programme n'a pas atteint les objectifs fixés puisque les résultats restent très en dessous des objectifs inscrits initialement.

##### **b. Une activité de transformation marquée par une quasi absence de la trituration**

En termes de valorisation des graines oléagineuses, l'activité de trituration est portée par deux opérateurs : Lesieur Cristal qui est l'opérateur historique avec son unité de trituration de Casablanca et le groupe HSB avec son unité de Ain Taoujdate dans la région de Meknès.

La faible production locale en graines oléagineuses combinée au démantèlement tarifaire relatif à la réduction des droits de douane sur les importations à la fois des huiles brutes et des tourteaux suite à l'entrée en vigueur des accords du libre-échange avec les USA et l'Union Européenne, ont considérablement réduit la compétitivité de l'activité de trituration locale. Par voie de conséquence, une capacité sous exploitée et une activité de trituration presque à l'arrêt aujourd'hui puisque seulement 3,5% des huiles raffinées produites sont issues de la trituration locale dont 2,2% à base de graines importées et 1,3% de graine locales.

Actuellement, les faibles quantités de la production locale et de l'importation des graines oléagineuses servent surtout à maintenir l'outil de production existant.

### **c. Trois pays ou groupement de pays concentrent la quasi-totalité des importations du Maroc en huiles brutes**

L'approvisionnement en huiles brutes est concentré au niveau de trois pays ou groupement de pays qui constituent à eux seuls près de 95% des importations. L'Union Européen (UE) représente 54%, suivis de l'Argentine avec près de 34%, puis des États-Unis d'Amérique (USA) avec environ 7%.

Le Maroc fait partie des dix premiers pays importateurs d'huiles alimentaires dans le monde, ceci ne signifie pas que le pays est un grand consommateur des huiles de table ; Cette situation s'explique surtout par l'absence de production locale en graines oléagineuses. A cela s'ajoute le fait que les grands consommateurs de l'huile de table sont en même temps des grands producteurs. En effet, les grands pays consommateurs (UE, USA, Chine et Brésil) sont en même temps les principaux producteurs et s'approvisionnent souvent sur leurs propres marchés.

### **d. Une activité de raffinage avec des marges bénéficiaires raisonnables**

Il a été montré que les marges brutes dégagées par les opérateurs restent dans des limites raisonnables. Elles varient entre 4 à 5 %. L'activité du raffinage, quant à elle, reste compétitive au regard des importations en huiles raffinées qui demeurent marginales. Néanmoins, ce segment continue d'être protégé par une barrière non tarifaire portant sur l'application de la règle d'origine étant donné qu'au niveau des importations de l'huile déjà raffinée, les 0% des droits douane ne s'appliquent que sur les huiles dont les graines oléagineuses sont d'origine UE. Autrement, le taux de 40% est appliqué.

Dès lors, le sort du secteur est lié aux issues des négociations entamées avec l'UE concernant l'application de la règle d'origine appliquée sur les importations des huiles de soja. Ce secteur rappelons-le, emploie une main d'œuvre importante, génère des investissements et il est vital pour la souveraineté stratégique du pays au plan alimentaire.

### **e. Une offre concentrée dans trois régions et une demande locale dominée par l'huile de soja**

Du point de vue géographique, 100% de la production nationale est regroupée dans trois régions qui constituent par la même occasion les plus grands bassins de consommation du Maroc. La région Casablanca-Settat où sont implantées les sociétés Lesieur Cristal et Savola, concentre plus de 62% du volume produit, suivie de la région Souss-Massa qui représente 23% de la production globale, assurée par la société HSB, puis de la région Fès-Meknès qui couvre les 15% de l'offre restante et assurée par Siof et HSB.

Le marché local absorbe environ 90% de l'offre globale des huiles raffinées produites et 10% sont destinées à l'export qui commence à prendre de plus en plus de l'importance ces dernières années.

Sur les 90% de l'offre globale du marché, 73% sont vendues sous forme d'huiles de table destinées aux ménages, c'est-à-dire le consommateur final, et près de 17% sont destinées aux professionnels et aux industriels de la branche agro-alimentaire, tels que les margarineries et les conserveries de poisson.

Concernant la consommation locale, elle s'élève à près de 15kg/hab/an. Un niveau situé pratiquement dans la moyenne des pays en développement qui atteint environ 16kg/an/hab.

Par type d'huile, le marché national est un marché de soja (jugée bon marché), dans la mesure où celle-ci constitue 90% de la consommation locale.

Par circuit de commercialisation, le canal traditionnel relatif au commerce de proximité comprenant les grossistes, les semi-grossistes et les épiceries représente l'essentiel et couvre plus de 88% de la demande globale, tandis que le circuit moderne des GMS représente environ 12%. Par région, les principaux marchés de consommation des huiles de table au Maroc sont Casablanca-Settat, Marrakech-Tensift et Fès-Meknès.

A noter par ailleurs, que les quatre opérateurs du marché adoptent des stratégies de distribution différentes. En effet, trois opérateurs (Lesieur cristal, HSB et Savola) sont actifs sur tout le territoire national alors qu'un opérateur (Siof) est concentré sur deux régions seulement.

#### **f. Des conditions d'accès rendant le marché très peu attractif**

L'accès au marché de production des huiles de table est soumis à la réalisation d'une multitude de conditions: l'obtention de l'agrément sanitaire auprès de services de l'ONSSA, l'investissement dans l'outil industriel, l'investissement dans un réseau de distribution et la mise en place d'une stratégie marketing pour pouvoir concurrencer les opérateurs déjà existants.

A cela s'ajoute d'autres conditions d'ordre structurel liées d'un côté, à la stagnation du marché et aux faibles marges dégagées sur l'huile de table par l'opérateur et, d'un autre côté, à sa structure oligopolistique marquée par la dominance de Lesieur Cristal qui est capable de faire jouer l'effet de gamme, puisqu'il s'agit d'un opérateur dont l'activité est diversifiée et qui détient aussi un portefeuille de marques alimentaire et non alimentaire de grande notoriété avec un fort ancrage historique.

Cette situation est amplifiée par trois autres facteurs structurels qui rendraient l'accès difficile aux nouveaux investisseurs à entrer sur ce marché : le premier a trait à la maturité du marché caractérisée par de très faible taux de croissance annuel, soit moins de 1,5% durant ces cinq dernières années ; Le deuxième est lié à l'économie d'échelle qui caractérise le secteur des huiles de table, le troisième est relatif à la dépendance du marché local à l'importation.

En effet, le Maroc importe presque la quasi-totalité de ses besoins en huile brute et par voie de conséquence, se voit très exposé aux fluctuations des cours mondiaux d'autant plus que le coût de la matière première représente environ 70 à 80% du prix de revient d'une tonne d'huile de table. Ceci réduit la marge d'action des opérateurs concernant les prix de vente.

La combinaison des facteurs précités explique en grande partie le très faible mouvement enregistré au niveau de ce marché depuis 2004, date de la dernière entrée sur le marché de la société Savola.

### **g. Un marché fortement concentré et hautement oligopolistique**

Le marché national des huiles de table est un marché très concentré. L'opérateur historique Lesieur Cristal domine le marché et détient près de [45-50]% des parts de marché. Les deux premières sociétés, Lesieur Cristal et HSB détiennent à elles seules plus de 80% du marché et les trois sociétés à savoir Lesieur Cristal, HSB et Savola réalisent plus de 95% du chiffre d'affaires du marché.

Durant les cinq dernières années, la configuration du marché en termes de répartition des parts de marché n'a pas changé et a connu une quasi stabilité. Cette évolution des parts de marché peut être interprétée par le fait que les opérateurs ont évolué de manière identique. Ce constat est, toutefois, atténué par la baisse continue de l'écart entre les parts de marché de Savola avec les deux premiers opérateurs du marché.

L'accès au marché des huiles de table par marque durant les cinq dernières années, fait apparaître l'entrée de quatre marques d'huiles, soit moins d'une marque par an et également le retrait de quatre marques ce qui veut dire que le nombre total des marques proposées sur le marché n'a pas changé. Ceci peut être expliqué par une faible dynamique de concurrence et d'innovation. A signaler dans ce cadre que la société Savola se démarque par ses marques de distributeurs MDD (produits premiers prix) qui sont les seules disponibles en GMS et Lesieur Cristal par ses produits haut de gamme comme par exemple Lesieur Plus (produit fortifié de vitamines) et Huilor Duo (l'unique produit marocain sur le marché à base de colza).

### **h. Une configuration du marché favorable à une potentielle coordination des opérateurs**

La maturité et la stagnation du marché des huiles de table, conjuguées à l'existence de barrières d'accès structurelles et stratégiques, constituent de réels obstacles à l'entrée de nouveaux concurrents capables de contester la structure actuelle du marché.

Or, il a été montré de par les expériences mondiales des autorités de la concurrence ainsi que les études empiriques qui ont traités de ce sujet que cette configuration du marché des huiles de table est susceptible d'entraîner une coordination entre les opérateurs et d'altérer l'intensité concurrentielle sur le marché.

Dans le cas du marché concerné, le risque concurrentiel est amplifié par le niveau élevé de concentration, par la symétrie au niveau de l'évolution des parts de marché des quatre opérateurs sur les cinq dernières années et enfin, par la transparence du marché, c'est-à-dire que les opérateurs pourraient s'informer facilement sur les comportements de leurs concurrents sur le marché, particulièrement en termes de prix de vente appliqués.

#### **i. Un marché des huiles de table pratiquement stagnant**

Le marché des huiles de table au Maroc est estimé à environ 6 MMDH (BtoC, BtoB et export) et assuré par quatre opérateurs: Lesieur Cristal, Savola Maroc, Groupe Belhassan et Siof. Les deux premiers sont des filiales de groupes internationaux (Groupe français Avril et Saoudien Savola). En revanche, les deux autres appartiennent à des groupes familiaux nationaux.

Le marché national des huiles de table semble atteindre son niveau de maturité, étant donné que sur les cinq dernières années, le marché n'affiche que de très faibles taux de progression, soit moins de 1,5%/an, ce qui est nettement inférieur (plus de la moitié) à la progression annuelle de 3,6 % de la période 1991-2011.

Compte tenu des éléments susmentionnés, la structure du marché des huiles de table est restée inchangée aussi bien du côté de l'offre que de la demande.

#### **j. Un mode de fonctionnement du circuit de distribution traditionnel dégageant des marges élevées**

Le mode de fonctionnement actuel du commerce où le circuit traditionnel règne en maître, fait que d'une part, les épiciers appliquent généralement les prix de l'opérateur leader à toutes les marques d'huile de table quels que soient les prix de vente des autres produits des concurrents et, d'autre part, ces mêmes épiciers répercutent automatiquement et immédiatement les hausses mais prennent le temps d'écouler leur stock lorsqu'il s'agit des baisses de prix. Ce constat aboutit à une situation dans laquelle, d'un côté, une bonne marge se trouve du côté des commerçants sans aucun bénéfice pour le consommateur et, de l'autre côté, les fabricants des huiles de table se parviennent de se concurrencer entre eux puisqu'ils n'ont pas la possibilité de maîtriser leurs prix de vente et, par conséquent, d'appliquer leurs stratégies commerciales de différenciation des produits comme ils le font au niveau du circuit moderne : au niveau des GMS chaque enseigne mène sa propre politique commerciale et leurs prix de vente sont relativement distincts entre les différentes marques surtout pour le conditionnement du 5L dont l'écart varie entre 2 et 5Dh.



## **B. Facteurs explicatifs liés au marché extérieur**

### **a. Des cours mondiaux des huiles brutes en forte augmentation depuis le début de l'allègement des mesures de confinement liées à la pandémie de la Covid-19**

Depuis le début de la levée des mesures de confinement, début du 2<sup>ème</sup> semestre de 2020, une forte tension a été constatée sur le marché mondial des oléagineux. L'indice de référence CRB de la FAO relatif aux huiles végétales qui mesure la variation mensuelle des cours internationaux de ces produits a évolué de près de 29% entre décembre 2019 et décembre 2020.

La chute de l'offre mondiale en huile par rapport à 2018/2019, la reprise simultanée de la demande des pays importateurs depuis le 2<sup>ème</sup> semestre de 2020, en raison de l'allègement des mesures de confinement couplée à l'effet de reconstitution de stock de sécurité par ces pays afin d'être mieux préparés à d'éventuelles ruptures d'approvisionnement et la spéculation des investisseurs, a causé une envolée spectaculaire des cours mondiaux des huiles brutes. Sur le mois de mai 2021, les cours de l'huile de soja (dollar américain) ont dépassé les 1600 dollar la tonne, soit une évolution de près de 196%, un an avant (Mai 2020 : 557 dollar la tonne).

### **b. Des coûts de matières premières aggravés par la hausse concomitante du prix de l'énergie et du transport**

La tendance haussière des cours mondiaux des huiles brutes est accentuée par la récente forte augmentation des tarifs de l'énergie, du fret maritime et du transport de marchandises au niveau mondial, en raison du redémarrage rapide et simultané de l'économie mondiale, caractérisé par une hausse importante de la demande, une pénurie des conteneurs et une congestion des ports.

### **c. Une corrélation entre les prix de vente du marché national et les cours mondiaux des matières premières**

Sur la période examinée et en considérant le marché global, il a été constaté qu'entre 2016 et 2020, les deux variables : coût d'achat et prix de vente HT ont connus des tendances identiques avec des taux de variation pratiquement similaires. En ce qui concerne la période de fin 2020 à mars 2021 qui correspond à la période de l'augmentation des prix de vente sur le marché local, il a été remarqué que cette augmentation était d'un niveau très inférieur à celui du coût d'achat vu que ce dernier a progressé de 39,5% alors que l'augmentation du prix de vente n'a été que de l'ordre de 18,6%. Le consommateur n'a pas subi toutes les conséquences de l'envolée des cours mondiaux.

Etant donné que les coûts d'achat de l'huile brute représentent près de 72% du prix de revient (départ usine), l'analyse des coefficients de corrélation entre les deux variables a montré l'existence d'une forte corrélation entre l'évolution des prix de vente et les

coûts d'achat dans la mesure où ce coefficient frôle 0,86 pour les cinq dernières années (2016-2020) et se hisse même à 0,9 en 2020. Cependant, des différences dans de ces coefficients ont été constatées entre les différents opérateurs du marché.

A la lumière des deux éléments précités, il a été montré l'existence d'un taux élevé de corrélation entre les prix de vente pratiqués par les opérateurs nationaux et les cours mondiaux des huiles brutes importées.

#### **d. Des changements rapprochés dans l'application des prix de vente des huiles de table sortie usine**

En termes d'application des changements (dates et montant de variation) des prix de vente des huiles de table, il a été constaté un rapprochement entre les variations de valeurs et le timing de leurs mises en œuvre surtout entre les trois grands opérateurs du marché : Lesieur Cristal, HSB et Savola.

Les changements de prix sont généralement initiés par le leader du marché, suivi dans des délais très courts (3 à 5 jours) par les autres opérateurs du marché.

Les changements de prix chez le leader sont programmés et annoncés pour application une semaine à l'avance, alors que les trois autres opérateurs appliquent généralement ces changements à j+1 de leurs annonces. Ainsi, il apparaît que les opérateurs suivent de près le comportement du leader.

#### **e. Perspectives de l'évolution du marché des huiles**

Tenant compte du contexte pandémique actuel relatif à la Covid-19, la situation sur le marché reste extrêmement volatile et il serait très difficile de spéculer sur les perspectives et la durabilité de la tendance haussière actuelle : cycle transitoire (court terme) ou supercycle (long terme).

Compte tenu de l'analyse des facteurs explicatifs liés au marché interne et ceux en lien avec le marché externe, il y a lieu de conclure que les augmentations des prix de vente des huiles de table constatées sur le marché national sont dues d'une part, aux insuffisances structurelles de la filière oléagineuse locale et, d'autre part, aux éléments conjoncturels liés aux fluctuations des cours mondiaux des huiles brutes, de l'énergie et du transport.

## II. Recommandations

Au vu de l'ensemble des éléments de l'analyse menée dans le cadre de cette demande d'avis et à la lumière des conclusions tirées à cet égard, les propositions et les recommandations suivantes, portant sur toute la chaîne de valeur de la filière, peuvent contribuer à l'amélioration du fonctionnement concurrentiel du marché national des huiles de table.

### A. Soutenir l'amont de la filière relatif à la production locale de graines oléagineuses

Pour satisfaire ses besoins en huiles brutes, le Maroc est très dépendant des importations ce qui expose le pays à un risque de la forte flambée des cours mondiaux des matières premières sur un produit de première nécessité. Toutefois, cette dépendance totale ne saurait être une fatalité puisque le Maroc a pu dans le passé, en particulier durant la décennie 1990, assurer plus de 10% de ses besoins en huile à partir de graines oléagineuses produites localement sauf que le développement des oléagineux ne peut se faire sans soutien de l'Etat à l'instar des céréales.

A ce sujet, la pandémie de la Covid-19 a montré la pertinence et l'importance de disposer d'une production locale sur un produit aussi stratégique que l'huile de table.

Tenant compte du potentiel du Maroc en cultures oléagineuses annuelles qui s'élève à plus de 600 000 ha, il s'avère prioritaire et indispensable de développer l'amont agricole lié à la production des graines oléagineuses locales, notamment le tournesol et le colza.

Tout en enregistrant les efforts déployés par le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts, notamment ceux rentrant dans le cadre du contrat programme (2013-2020), le Conseil de la concurrence recommande la reconduction de ce programme en l'intégrant dans la nouvelle stratégie « Génération Green 2020-2030 ».

En vue d'assurer la couverture d'au moins des 15% des besoins du pays qui étaient fixés dans le premier plan. Les éléments ci-après, peuvent constituer les axes sur lesquels pourra s'appuyer ce programme:

- Assurer un prix minimum garanti aux agriculteurs producteurs quel que soit le niveau des cours du marché mondial ;
- Accompagner les agriculteurs auprès des sociétés semencières certifiées pour l'utilisation de semences de qualité et à fort potentiel génétique de rendement, au même titre que le soutien accordé au secteur sucrier pour l'acquisition des semences de betterave. Le programme existant de Maghreb oléagineux peut ainsi constituer une base pour encourager l'usage à grande échelle de ces semences ;

- Multiplier les projets d'agrégation entre industriels et agriculteurs via les coopératives et Groupements d'Intérêt Economique « GIE ». Ces accords sont tolérés par le droit de la concurrence lorsqu'ils satisfont les dispositions prévues par le 2<sup>ème</sup> paragraphe de l'article 9 de la loi 104-12 relative à la liberté des prix et de la concurrence;
- Instaurer une offre d'assurance multirisque climatique plus souple et encourageant pour la souscription des agriculteurs, vu que l'offre actuelle de la MAMDA est contraignante en termes de critères d'évaluation des dommages appliqués par la mutuelle;
- Réintroduire la culture de soja en dérobée dans les périmètres irrigués où les conditions agro climatiques sont favorables à ces cultures ;
- Organiser des campagnes d'encadrement et de démonstration par les techniciens agricoles relevant, de l'ONCA, de FOLEA, entre autres, et ce, au bénéfice des agriculteurs pour les inciter à adhérer à la stratégie et par conséquent, hisser le niveau de productivité.

Cette stratégie permettra non seulement de réduire d'une façon graduelle la dépendance du pays en huiles brutes, mais de produire en plus une partie des tourteaux indispensables dans l'alimentation des volailles qui sont totalement importés et de diversifier également le revenu des agriculteurs.

Dans ce cadre, il convient de signaler que tout effort budgétaire entrepris par l'Etat constituera un élément de souveraineté nationale et ne doit pas être appréhendé uniquement sous l'angle des considérations de charges budgétaires supplémentaires. Le gain qui peut être généré suite à la réduction de la facture nationale d'importation de 4 MMDH et de 9 MMDH si l'on additionne les tourteaux compenserait partiellement ces dépenses budgétaires.

### **B. Encourager la consommation d'huile d'olive afin de réduire partiellement la dépendance aux huiles de graines oléagineuses**

Tenant compte du potentiel de la filière oléicole et afin de réduire, au moins partiellement, le déficit du Maroc en huile alimentaires, le Conseil de la concurrence recommande de capitaliser sur les réalisations de l'amont agricole de cette filière moyennant les actions suivantes portant sur l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur de cette filière:

- Accroître l'offre de l'huile d'olive en augmentant sa production et les superficies oléicoles pour doubler l'offre actuelle et atteindre le volume de production de 330 000T/an d'huile d'olive à l'horizon de 2030 sachant que l'encouragement de la consommation locale suppose l'existence d'abord, d'une offre suffisante puisque la consommation est corrélée à la production;

- Accélérer le rythme de modernisation des unités de trituration artisanales «Maâsras» qui traitent la majeure partie de la production entraînant des pertes importantes avec l'objectif de mieux valoriser la production d'olive tant sur le plan qualitatif que quantitatif portant sur l'amélioration du rendement ;
- Encourager la consommation d'huile d'olive (un des principaux aliments caractérisant le régime et les habitudes alimentaires méditerranéens) reconnue pour ses apports nutritionnels et ses nombreux bienfaits sur la santé avec le focus surtout sur l'huile conditionnée et étiquetée (10% seulement de l'huile d'olive consommée localement) disposant d'une autorisation sanitaire délivrée par l'ONSSA et qui est vendue, en outre au même prix que l'huile en vrac sur le marché traditionnel sachant que cet objectif peut être accompli, notamment par le lancement de grandes campagnes de communication et de sensibilisation sur le risque sanitaire et les dangers de la consommation de l'huile d'olive en vrac et qu'un contrôle davantage plus sévère de l'ONSSA constituera un instrument de plus pour réduire le poids du vrac ;
- S'aligner sur les pratiques mondiales en termes d'offre et de demande, en l'occurrence de l'UE moyennant l'incitation, aussi bien des professionnels que des consommateurs, à œuvrer pour la reconversion progressive vers les huiles d'olive mélangées aux huiles de graines, notamment le tournesol et le colza et ce pour au moins trois raisons : du côté de l'offre, le coupage est autorisé par la réglementation marocaine et en plus c'est une pratique courante au niveau mondial, notamment en Europe du côté de la consommation, les huiles mélangées allient bienfaits nutritionnels et adéquation à l'utilisation dans les usages culinaires (assaisonnement, cuisson et friture). Du point de vue prix de vente, le coupage des huiles permettrait d'avoir des produits bon marché dont le prix est relativement plus cher que les huiles de graines mais nettement moins cher que les huiles d'olive et pourraient ainsi constituer des substituts idéaux aux huiles de graines oléagineuses.

### **C. Renforcer les capacités de stockage et réhabiliter le pipeline reliant la Costoma au port de Casablanca**

Le Maroc dispose d'une capacité de stockage de près de 53 jours, soit moins de deux mois mais le stock réel disponible à tous les stades de la chaîne de valeur depuis l'approvisionnement en huiles brutes jusqu'à conditionnement des huiles raffinées est inférieur à un mois de consommation. La capacité de stockage actuelle de la Costoma assure près de 10 jours de consommation avec un pipeline qui la relie au port de Casablanca qui n'est plus opérationnel et induit des coûts supplémentaires aux opérateurs en termes de frais de transport et de surestaries.

Compte tenu de ce qui précède, le Conseil de la concurrence propose ce qui suit :

- Rétablir et redémarrer l'exploitation du pipeline qui était opérationnel auparavant, reliant directement les bacs de stockage de la Coopérative de Stockage des Corps Gras Bruts « Costoma » avec le port de Casablanca dans le but de réduire les charges de déchargement et de transport de l'huile brute et de temps de mobilisation du quai;
- Accroître les capacités de stockage existantes en fixant un objectif plus ambitieux du fait qu'il s'agit d'un produit vital pour les citoyens. Cet objectif peut porter sur une capacité de 120 000 tonnes l'équivalent de 3 mois de consommation et pourrait être réalisé soit par l'exploitation du site de la Costoma existant en procédant à l'extension de ses capacités de stockage, soit par la mise en place à proximité du port de Casablanca d'un nouveau site de stockage;
- Mettre en service au niveau du port de Casablanca un quai dédié ou prioritaire aux produits stratégiques afin d'éviter les frais de surestaries liés à l'attente des bateaux pour le déchargement des huiles brutes importées.

Ainsi, la mise en place de ces deux mécanismes pourrait diminuer le coût de la matière première et, par ricochet, faire baisser le prix de vente final de l'huile de table.

#### **D. Encourager les opérateurs à mettre en place des mécanismes de couverture du risque**

Dans un contexte marqué par une imprévisibilité de l'évolution du marché, les opérateurs sont directement exposés à la volatilité des cours mondiaux des matières premières.

Pour atténuer ces incertitudes et permettre aux opérateurs d'avoir une visibilité sur le marché, le Conseil de la concurrence recommande de donner, aux opérateurs qui le souhaitent, la possibilité d'accéder facilement à tous les instruments de couverture de même nature que ceux pratiqués par les opérateurs internationaux tels que le hedging.

La couverture pourra concerner aussi bien le risque lié à la matière première que celui relatif aux fluctuations des taux de change.

L'utilisation de ces instruments pourra avoir au moins trois effets positifs : la sécurisation du stock, le lissage des risques de volatilité des cours mondiaux et la temporisation de la répercussion des hausses de ces cours sur le prix de vente au consommateur final.

#### **E. Renforcer la concurrence entre les opérateurs au niveau des points de vente**

A ce sujet, le Conseil de la concurrence propose aux fabricants de mettre en place des prix de vente conseillés sur les emballages de conditionnement. Une telle démarche aura un double avantage : d'abord, elle permettra une distinction des marques et une concurrence entre fabricants par les prix et ensuite, elle sera en faveur du consommateur

puisqu'elle va lui faire bénéficier des différentes baisses décidées par les fabricants.

Cette pratique de prix conseillé, n'est pas prohibée par le droit marocain de la concurrence, vu que l'article 60 de la loi 104-12 n'interdit que la pratique des prix minimums imposés. Toutefois, les indications de prix doivent être sans ambiguïté et les fabricants ne doivent pas mettre en place une sorte de police des prix visant à obliger les commerçants à respecter ces prix.

#### **F. Moderniser les circuits de distribution traditionnels**

Compte tenu du poids prépondérant du circuit traditionnel dans la distribution des huiles de table au Maroc qui représente environ 88% et des marges élevées réalisées par les intervenants dans ces circuits, qui peuvent atteindre 30%, le Conseil de la concurrence recommande d'accélérer la modernisation du commerce traditionnel en vue de raccourcir et de réduire le nombre des intervenants des circuits de distribution et par voie de conséquence, ramener les marges réalisées par ces intervenants à des niveaux raisonnables ce qui réduira en conséquence les prix de vente au consommateur.

# Annexes



## Annexe 1 : Lettre objet de la demande d'Avis du Conseil de la concurrence sur la situation de la concurrence dans le marché des huiles de table



الموضوع : طلب رأي مجلس المنافسة

سلام تام بوجود مولانا الامام  
وبعد، يشرفني أن أطلب منكم رأي مجلسكم الموقر بشأن موضوع "مخاطر احترام  
منتج ومستورد زيت المائدة بالمغرب لشرك المنافسة العرة والمشروعة وعدم  
لجوتهم إلى التواضع والاتفاق على الزيادة في أسعار هذه الزيوت" تقدمت به لجنة  
القضايا الانتاجية، وذلك طبقاً لأحكام الدستور ومقتضيات قانون مجلس  
المنافسة، والنظام الداخلي لمجلس النواب.

وتفضلوا، بقبول خالص المودة والتقدير

السيد المحامي  
رئيس مجلس النواب

## Annexe 2 : Liste des administrations, institutions, organisations et acteurs auditionnés

<b>Chambre des représentants</b>
Commission Parlementaire des Secteurs Productifs
<b>Départements ministériels et institutions publiques</b>
Ministère de l'Agriculture, de la Pêche maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Economie Verte et Numérique Ministère de l'Economie, des Finances et de la Réforme de l'Administration Département des Affaires Générales et de la Gouvernance Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires
<b>Organisations professionnelles</b>
Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux Fédération Nationale de l'Agroalimentaire Confédération Marocaine de l'Agriculture et du Développement Rural Association Professionnelle des Fabricants d'Huile du Maroc Fédération des Métiers de la Distribution des Produits de Grande Consommation -Tijara 2020-
<b>Organisations de protection des consommateurs</b>
Fédération Marocaine des Droits du Consommateur Fédération Nationale des Associations du Consommateur
<b>Opérateurs privés du marché des huiles de table</b>
Lesieur Cristal Huilerie du Souss Belhassan Savola Maroc Société Industrielle Oléicole de Fès « Siof » Conserves de Meknès « Aïcha »
<b>Enseignes de la grande distribution</b>
Groupe Marjane Groupe Label'Vie BIM Maroc Aswak Assalam

### **Annexe 3 : L'Instance chargée d'instruire l'avis du Conseil de la concurrence**

<b>Le Rapporteur Général</b>
Khalid El Bouayachi
<b>Le Rapporteur Général Adjoint</b>
Mohamed Hicham Bouayad
<b>Les Rapporteurs de la demande d'Avis</b>
Abdelhadi El Fellah Nabil Aït Sghir

**Annexe 4 : Liste des membres de la formation plénière qui ont délibéré sur l'avis du Conseil relatif à l'examen du respect des règles d'une concurrence libre et loyale par les producteurs et importateurs des huiles de table suite aux augmentations des prix de vente constatées sur le marché national de ces produits**

<b>Le Président</b>	<b>Le Secrétaire Général</b> (assiste sans voix délibérative)
Ahmed RAHHOU	Mohamed Abouelaziz
<b>Les membres permanents</b>	
Jihane Benyoussef	
Abdelghani Asnaina	
Abdellatif El M'kaddem	
Hassan Abouabdelmajid	
<b>Les membres conseillers</b>	
Benyoussef Saboni	
Abdelaziz Talbi	
Touhami Abdelkhalek	
Abdeltif Hatimy	
Rachid Benali	
Saloua Karkri Belkeziz	
Elaid Mahsoussi	
Bouazza Kherrati	
<b>Le Commissaire du Gouvernement</b> (assiste à titre consultatif)	
Elhassan Boussemame	

## Annexe 5 : Références bibliographiques

- Ministère de l'Agriculture, de la Pêche maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts, Filière des cultures oléagineuses, Présentation au Conseil de la Concurrence, 03 Mai 2021.
- Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Economie Verte et Numérique, Présentation au Conseil de la Concurrence, 04 Mai 2021.
- Fédération Interprofessionnelle des Oléagineux, La filière des cultures oléagineuses, Présentation au Conseil de la Concurrence, 10 Mai 2021.
- Fédération Nationale de l'Agroalimentaire, Le secteur des huiles de table au Maroc, Présentation au Conseil de la Concurrence, 11 Mai 2021.
- Confédération Marocaine de l'Agriculture et du Développement Rural, Présentation au Conseil de la Concurrence, 18 Mai 2021.
- Association Professionnel des Producteurs d'Huiles au Maroc, Présentation au Conseil de la Concurrence, 21 Mai 2021.
- Ministère de l'Economie, des Finances et de la Réforme de l'Administration
- Département des Affaires Générales et de la Gouvernance- Présentation au Conseil de la Concurrence, 24 Mai 2021.
- Fédération des Métiers de la Distribution des Produits de Grande Consommation -Tijara 2020-, Marché des huiles au Maroc, Présentation au Conseil de la Concurrence, 22 Juin 2021.
- Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires, Qualité et sécurité sanitaire des huiles alimentaires au Maroc, Présentation au Conseil de la Concurrence, 24 Juin 2021.
- Ministère de l'Agriculture, de la Pêche maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts, Nouvelle Stratégie du Secteur Agricole, Les acquis du Plan Maroc Vert, Eléments de la déclinaison de Génération Green-Filière oléicole- 12 Mai 2021.
- Contrat programme 2013-2020 relative à la filière des cultures oléagineuses.
- Contrat programme 2009-2020 relative à la filière oléicole.
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Maroc : Étude du secteur des oléagineux, 2016, Rome.
- OCDE/FAO (2016), « Oléagineux et produits oléagineux », dans Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO 2016-2025, Éditions OCDE, Paris.
- Rapport annuel Lesieur Cristal, 2019.
- Conseil de la Concurrence, Etude sur la concurrentiabilité du secteur des huiles de table, 2012.
- Conseil de la Concurrence, Avis n° 20/11 relatif au projet de concentration entre Sofiprotéol et Lesieur Cristal, en date du 22 décembre 2011.
- Bulletin mensuel d'information et de la liaison du Programme National de Transfert de Technologie en Agriculture (PNTTA), Transfert de technologie, Potentialités des cultures oléagineuses hivernales en bour et dans les périmètres irrigués, Octobre 2001.
- Guide de l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) : Concepts et cadre utilisés pour évaluer la concurrence sur les marchés, 2017.
- Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, Journal Officiel de l'Union européenne, 5 février 2004.

# مجلس المنافسة

ⵎⴰⵎⴻⵔ ⵏ ⵙⵉⵎⵓⵏⵉⵏⵉ

CONSEIL DE LA CONCURRENCE

المملكة المغربية  
ROYAUME DU MAROC



Avenue Attine . Mahaj Riad Center  
Immeubles 7 et 8. 4ème étage. Rabat  
Tél. : 05 37 75 28 10 - 05 37 75 62 16  
[www.conseil-concurrence.ma](http://www.conseil-concurrence.ma)