

## Sixième réunion de la plateforme du dialogue public- privé de la filière oléicole 20 juillet 2017

### Résumé

La sixième réunion du groupe de travail (GT) sur le dialogue politique et la filière oléicole s'est tenue à Tunis le 20 juillet 2017, sous la présidence de l'équipe de la FAO, et généreusement accueillie par la BERD. La liste des participants se trouve en Annexe A.

Les objectifs de la réunion étaient de présenter le programme de travail pour l'année en cours, de discuter les résultats préliminaires de l'analyse de la demande, et la stratégie oléicole en Tunisie. La deuxième partie de la réunion a été consacrée à une réflexion approfondie sur la vision et l'accès au financement.

#### I. Programme pour 2017 et note stratégique et opérationnelle

Suite aux discussions qui ont eu lieu pendant la conférence organisée par la FAO et la BERD le 7 mars 2017, le FAO a préparé une note sur l'accès au financement qui a facilité des discussions sur ce sujet. La FAO a également préparé une analyse détaillée de la demande d'huile tunisienne sur les marchés européens, en interviewant et discutant avec les acheteurs principaux d'huile tunisienne, notamment Italiens et Espagnols. Les résultats ont été discutés dans les deux premiers *focus groups* (pour les producteurs et transformateurs) dont les réunions ont eu lieu à Tunis le 18 juillet 2017.

L'équipe a ouvert la réunion en présentant le programme provisoire pour la suite de 2017, qui envisage les activités suivantes :

- une réunion avec le *focus group* des exportateurs en septembre
- une conférence sur la technologie, l'innovation et la communication en novembre
- la finalisation de la note stratégique et opérationnelle pour le secteur oléicole, à soumettre au ministère avant décembre.

La note stratégique et opérationnelle, en résumant le travail et discussions du GT, servira comme contribution aux réflexions stratégiques au sein du ministère sur l'avenir du secteur oléicole. Cette dernière sera discutée par le GT pendant l'automne.

#### II. Analyse de la demande

M. Mauro Meloni a présenté une synthèse des résultats préliminaires de l'analyse de la demande des acheteurs et utilisateurs d'huile tunisienne, y compris les acheteurs actuels et ceux qui n'achètent pas l'huile tunisienne aujourd'hui, parce que l'offre ne correspond pas au profil de l'huile qu'ils recherchent. Les indications collectées plus importantes sont les suivantes :

- Besoin d'améliorer la qualité de l'huile ;
- Le potentiel important du bio ;
- Le profile doux de l'huile tunisienne est un aspect positif mais il faudra améliorer sa stabilité et élargir le portefeuille des produits offerts et leurs caractéristiques ;
- Une partie importante de l'offre tunisienne ne peut pas être vendue comme produit final du a son manque de stabilité ;
- Besoin d'améliorer les pratiques de récolte, broyage des olives dans les 24H, réduction de la température pendant la trituration, amélioration des contrôles tout au long des différentes phases de production, hygiène et standards de qualité ;
- Nécessité d'introduire des nouvelles variétés d'olives locales ;
- Besoin d'une mise à niveau pour 80% des meuneries ; et
- Importance croissante de la traçabilité, la certification, et les contrôles dans les marchés de référence.

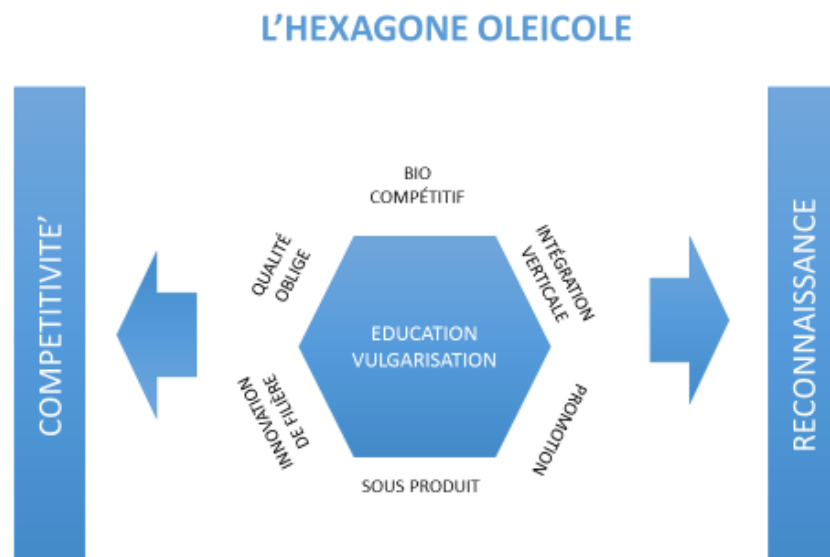
L'analyse de la demande a clairement indiqué que si le secteur oléicole tunisien ne répond pas à ces défis, il risquera d'être progressivement exclu du marché global, ou bien l'huile ne pourra être vendue que dans les segments les moins rémunérés.

M. Meloni a fait un tour d'horizon sur comment la filière pourrait se positionner dans l'avenir pour faire face à ces défis, en expliquant qu'il faudra tenir une discussion détaillée et que toute amélioration nécessite un travail de fond au niveau de tous les maillons de la filière. Deux objectifs ont été individuéés : l'augmentation de la compétitivité et la reconnaissance de l'huile tunisienne.

Ces objectifs pourraient être atteints via plusieurs lignes stratégiques, basées sur :

- l'amélioration de la qualité
- l'important potentiel bio
- l'intégration verticale
- la promotion
- la valorisation des sous-produits
- l'innovation

Les processus d'éducation et de vulgarisation sont toujours au cœur de toutes les démarches.



M Meloni a donné quelques exemples de comment le secteur pourrait procéder en utilisant l'analogie d'un escalier à l'envers : une amélioration de la qualité nécessite une réfection à chaque étape – de la récolte, en passant par le transport, l'extraction, la filtration jusqu'au stockage.

Dans l'exemple du stockage, est-ce que les silos en acier sont munis du système d'atmosphère d'azote pour protéger l'huile, et est-ce qu'ils sont climatisés ? Dans les cas où ces techniques et équipements ne sont pas utilisés, comment inciter leur utilisation, par exemple par l'investissement et l'orientation de la politique oléicole ?

### III. Vision à long terme

Un tour de table sur la vision à long terme pour le secteur a relevé que tous les acteurs valident les objectifs posés par M. Meloni. L'importance de la communication et d'une stratégie à long terme ont ainsi été exposés. Dans cette optique, les membres du groupe ont affirmé que :

- Le secteur oléicole tunisien possède une compétence élevée dans l'extra-vierge ;

- Le secteur a un potentiel important, mais afin de le réaliser, il faudra encourager l'investissement et reconnaître que les améliorations prendront longtemps, autrement dit une approche à long terme est essentielle ;
- Assurer la compétitivité à long terme du secteur nécessitera la mobilisation des investissements importants ;
- L'amélioration de la qualité est importante et nécessitera un travail tout au long de la filière. Ceci implique une meilleure intégration entre les différents maillons et l'adoption des meilleures pratiques au sein de chaque maillon ;
- Actuellement, les olives sont blessées pendant la production, la récolte, et le transport : l'huile s'abîme pendant la transformation et le stockage, ce qui augmente ses problèmes de stabilité, en créant une détérioration qualitative pendant l'année.
- A court terme, il y a des difficultés pour que l'huile tunisienne soit admise à l'exportation UE avec une classification extra-vierge : ceci pourrait poser des problèmes au niveau des douanes Européennes dans l'avenir ;
- Malgré une augmentation de la capacité de production, il reste encore un besoin d'améliorer la stabilité du volume de production, avec l'utilisation des variétés différentes ;
- Pour répondre à la faible densité des oliviers, l'intensification ne signifie pas seulement augmenter le nombre d'arbres, mais également améliorer les pratiques oléicoles, qui peuvent à leur fois augmenter la stabilité de la production ;
- Il faut investiguer les nouvelles variétés locales et secondaires et encourager leur plantation. Ceci pourrait être accéléré grâce à un soutien financier à la replantation ;
- L'importance de la recherche et de la vulgarisation a été reconnue. Il faut également réfléchir sur le soutien technique des producteurs : comment traiter et travailler avec des variétés différentes ;
- Il faut réfléchir sur le choix du modèle économique à suivre : la vente des olives directe par les producteurs au moulin n'encourage pas la qualité mais augmente de manière importante le crédit de campagne nécessaire.
- Il faut aussi assurer que toutes les activités de la filière soient rentables, surtout pour les petits producteurs. Egalement, il a été noté qu'il y a un problème de rentabilité à court terme, c'est-à-dire que la restructuration et les améliorations nécessitent un investissement, mais que le retour prend du temps ;
- Il faut encourager les associations, par exemple de producteurs, pour augmenter leur compétitivité et rentabilité ;
- Tous les lauréats des concours étaient des petites unités de production, capables de produire une huile de très bonne qualité ;
- Le marché local est le premier signal de reconnaissance de qualité : c'est important de le développer ;
- Il faut réfléchir sur le rôle des indications géographiques et sur comment elles pourraient aider à la reconnaissance de l'huile tunisienne. C'est les caractéristiques spécifiques de l'huile et sa qualité qui génèrent l'export plutôt que son origine ;
- La communication et la concertation sont essentielles, au sein de la filière et pour la ventilation. Une meilleure communication aidera aussi la visibilité du secteur ;
- L'importance des statistiques comme instrument utile au planning a été notée, un domaine qui pourrait être amélioré. Le nouveau recensement agricole est une étape positive ;

#### **IV. Accès au financement**

FAO a présenté les barrières principales au crédit et le manque d'appétit des banques à développer le crédit dans le secteur, surtout pour les PME. La BERD a présenté leur fonctionnement et la gamme des produits qui pourraient être développés. La BERD a exprimé son intention de continuer à soutenir le développement du secteur oléicole. Pour cela, il est toutefois essentiel pour la Banque que l'ensemble des acteurs de la filière, y compris les autorités publiques, se mettent d'accord sur une vision commune et que le gouvernement traduise cette vision en une stratégie sectorielle qui donne toute sa place aux acteurs privés.

Après la présentation, la FAO a modéré une discussion centrée sur l'optique d'identifier des solutions concrètes aux problèmes d'accès au crédit. La discussion a abordé plusieurs points :

- Malgré une enveloppe d'assistance pour le crédit de campagne fourni par le gouvernement via le BTS, les besoins de financement restent élevés, et dépassent TND 1,5 milliards ;
- Le taux d'intérêt très élevé du crédit de campagne fourni par les banques commerciales, et les termes de repayment trop courts (doit être repayer en mars), limitent de manière significative la compétitivité du secteur ;
- Les demandes élevées de collatéraux sont toujours un problème pour un nombre élevé d'acteurs au long de la filière ;
- Malgré l'encouragement économique que les petits producteurs d'huile reçoivent, le fait qu'ils ne sont généralement pas bancaables, freine leur développement ;
- Plus d'information sur le nombre de crédits en difficulté dans le secteur oléicole serait utile ; et
- Il faut mener un débat sur le rôle des assurances, par exemple à travers le FNG, des fonds de calamité ou des nouvelles formes d'assurance.

**ANNEXE A :**

Nombre	titre/organisation	contact email
Chokri Bayoudh	PDG- ONH	chokribayoudh@yahoo.fr
Raouf Ellouze	Chambre Nationale des Agriculteurs	raouf.ellouze@yahoo.fr
Ajmi Larbi	Institut de l'Olivier	ajmilarbi72@gmail.com
Loued Abdessalem	UTICA- exportateur	lexi.huile@gmail.com
Klai Mehdi	Cluster Nord-est SCIT Kef	klaymehdi@yahoo.fr
Amor Slama	SYNAGRI	c.slama@slama.com.tn
Zouhaier BRAMLI	Coge huile	selimbelkhodja@malga.com.tn
Dr Raouf LAAJIMI	Directeur General de l'ONAGRI	raouf_laajimi@yahoo.fr
Slim Fendri	Domaine Fendri	domainefendri@gmail.com
Sté Zayatin	Groupe Sibri	m.aouina@sebrigroup.com.tn
Ahmed Zairi	BERD	zairia@ebrd.com
Messedih, Hassen	BERD	messedih@ebrd.com
Lisa Paglietti	FAO/chef du project	lisa.paglietti@fao.org
Mauro Meloni	FAO expert oléicole international	mauro.meloni@fao.org
Peter Talks	FAO	peter.talks@fao.org
Wannes BENHMED	FAO Junior Investment Expert	Wannes.Benhmed@fao.org
Ben Hamouda Nomen	Ministère de l'Industrie	Moemen.benhamouda@industrie.gov.tn