

Hausse généralisée des exportations des fruits et légumes durant la campagne 2010/2011

Economie

Posté par: Visiteur

Publié le : 23-08-2011 22:07:17

Les exportations marocaines des fruits et légumes aussi bien frais que transformés ont enregistré une hausse généralisée durant la campagne 2010/2011 caractérisée par la précocité de la production et la bonne qualité des fruits à l'export.

Selon un communiqué du ministère de l'agriculture et des pêches maritimes, le volume exporté est de 529.000 tonnes, contre 478.000 en 2009-2010, soit un accroissement de 9%.

Cette embellie a à son origine plusieurs facteurs notamment des conditions climatiques favorables, durant trois campagnes consécutives et un environnement de marché international favorable, souligne le ministère.

La même source attribue cette hausse également aux efforts déployés en matière de production, de transport et de logistique et à l'accompagnement des exportations par des aides et incitations appropriées.

Par groupe de variétés, le volume exporté des petits fruits a atteint un niveau de 349.000 tonnes, contre 316.000 en 2009/2010, soit une hausse de 9%. Pour les oranges, 175.000 tonnes ont été exportées, contre 162.000 tonnes en 2009/2010 soit une hausse de 8%.

La région de Sous Massa contribue, à elle seule, avec 70% au total des exportations soit un volume près de 300.000 tonnes dont 80% de petits fruits.

Aux niveaux des marchés, celui de la Russie a connu un bond de 34%.

Pour leur part, les exportations de primeurs ont progressé de 8% en passant de 671.000 tonnes en 2009/2010 à 726.000 tonnes en 2010/2011.

Cette augmentation est due au bon comportement des exportations de la fraise (+41%), des courgettes (+22%) et de la tomate (+17%).

Concernant les marchés, et à l'instar des agrumes, le marché russe a connu une grande progression de 51%, ajoute la même source.

Les produits végétaux transformés ont, quant à eux, vu leurs exportations augmenter de 23% en quantité et 19% en valeur, en passant de 244.000 tonnes à 301.000 tonnes et de 4,2 milliards de dhs à 5 milliards de dhs entre les campagnes 2009/2010 et 2010/2011. Ces augmentations sont dues aux efforts déployés dans le cadre de la stratégie Plan Maroc Vert ainsi qu'aux résultats de la bonne campagne de production et d'exportation de l'huile d'olive (près de +99% en valeur) favorisée par la modernisation du secteur de trituration encouragé dans le cadre FDA, des fraises surgelées (+16%

en valeur) et des caroubes (+57% en valeur).

Le marché de l'Amérique du Nord, quant à lui, a connu une progression notable avec 62% de quantités exportées par rapport à la campagne précédente.

MAPF