



## L'huile d'olive tunisienne se déballe pour emballer le monde

09/06/2010



L'histoire de l'huile d'olive dans notre pays remonte au 8ème siècle avant JC, avant même la fondation de Carthage. Notre histoire a été toujours liée à ce produit. Il est clair qu'il est stratégique pour la Tunisie, un pays, actuellement considéré comme le plus grand producteur de cette précieuse denrée en dehors de l'Union européenne et la quatrième mondiale après l'Espagne, l'Italie et la Grèce. Mais comment rentabiliser ce produit ? En fait c'est assez simple ! Il ne faut plus le vendre en vrac. Il faut le conditionner puis le commercialiser, pour obtenir des gains en valeur ajoutée. C'est pour cette raison que l'Etat tunisien multiplie les actions de promotion d'huile d'olive conditionnée aussi bien à l'intérieur du pays qu'à l'étranger. Elle offre, via le Centre technique de l'emballage et du conditionnement (Packtec), un support financier et logistique aux producteurs d'huile d'olive afin de valoriser leurs produits et les aider à conquérir de nouveaux marchés, d'une part, et à les vendre à de meilleurs prix de l'autre.

"Tunisia Olive Oil Expo", le 1er Salon international de l'huile d'olive qui se tient du 8 au 10 juin 2010 à Yasmine Hammamet entre dans ce cadre. Il est co-organisé par Packtec et Médina-Events. Il s'inscrit dans le cadre de la campagne de promotion de l'huile d'olive conditionnée financée par le Fonds de promotion de l'huile d'olive conditionnée (FOPROHOC) sous l'égide du ministère de l'Industrie et de la Technologie qui vise à réaliser l'objectif de 10% des exportations en huile d'olive conditionnée pour 2011. L'importance du salon s'est traduite par la présence de deux membres du gouvernement, à savoir Abdelaziz Rassaâ, secrétaire d'Etat chargé de l'Energie renouvelable et des Industries alimentaires qui a procédé à l'ouverture de la manifestation et le passage d'Abdesslem Mansour ministre de l'Agriculture et des Ressources hydrauliques et de la Pêche



Des sourires plein les lèvres, des personnes en petits groupes discutant sereinement, c'est ce qu'on remarque d'emblée. Le personnel de Packtec s'active ici et là pour aider les producteurs à mettre en place les derniers préparatifs. En fait, cette manifestation représente une occasion de mieux faire connaître l'offre tunisienne en huile d'olive conditionnée et à promouvoir les opportunités de

rencontres et de partenariat entre fournisseurs et acquéreurs potentiels. Lamia Chekir Thabet, DG de Packtec, veille personnellement au bon déroulement de l'événement en passant par chaque stand pour discuter avec les exposants, les rassurer et voir s'ils ne manquent de rien. Il faut dire que sans Packtec, rien de tout cela n'aurait vu le jour et l'huile d'olive tunisienne ne s'est que mieux portée !

Les visiteurs s'arrêtent aux stands, échangent leurs coordonnées avec les exposants. Il s'agit d'une occasion pour se faire connaître, pour nouer des contacts et promouvoir ses produits. Dans ce salon, il y a de tout. De l'huile d'olive aux produits cosmétiques à base d'olive en passant par les bouteilles ou les machines de conditionnement. L'un des visiteurs est ici pour trouver des équipements pour sa nouvelle usine de conditionnement. Les travaux de construction de son usine sont terminés, il ne reste plus qu'à mettre en place la chaîne de conditionnement. Jusqu'ici, sa société écoulait sa production en vrac pour l'Italie et l'Espagne. Maintenant, il espère inverser la tendance et exporter de l'huile d'olive conditionnée. «Il s'agit d'un investissement conséquent de 70 mille dinars. Nous souhaitons, dans un premier temps, conditionner 30% de notre production. Nous voulons nous installer d'emblée sur le créneau haut de gamme en l'occurrence celui de l'huile d'olive biologique certifiée. Nous ciblons les pays asiatiques quoiqu'une étude soit actuellement en cours pour déterminer les marchés à viser», explique notre interlocuteur qui désire garder l'anonymat pour l'instant.



La majorité des producteurs, présents à ce salon, veulent atteindre de nouveaux marchés. Abdessalem Loued, outre sa production pour le local, exporte vers plusieurs pays (USA, Russie, Chine, EAU, Maroc et Brésil). Mais son ambition reste la conquête du marché chinois, un marché qui représente plus d'un milliard trois cents millions personnes. Actuellement, seulement 600 sur les 8.000 tonnes de sa production sont conditionnées. Il aimerait bien d'ailleurs que toute sa production le soit.

Certains ont trouvé d'autres moyens pour s'exporter. En effet, quatre sociétés tunisiennes : "Slama Huile"(Groupe Slama), "Ruspina" (Groupe BSB), "Huilerie Ben Yedder" (Groupe Ben Yedder) et "Hikma Huile" ont décidé de se mettre en consortium. Cette stratégie leur permet de mieux promouvoir et négocier leurs produits. Ces huiles sont présentes sur plusieurs marchés étrangers notamment en France, aux Etats-Unis d'Amérique, au Moyen-Orient, en Russie, etc. Si Ruspina a conquis les cœurs des Japonais et elle est déjà présente dans certains de leurs guides, les huiles Ben Yedder et Hikma lorgnent, quant-à-elles, du côté de ce marché nippon ainsi que de celui chinois alors que Ruspina convoite le marché allemand où elle a déjà quelques contacts et où elle a entamé sa stratégie de conquête à travers des insertions dans des magazines spécialisés du pays.

Walid Ben Amor, faisant partie d'Abou Walid Group, a indiqué que sa société est spécialisée dans le raffinage de l'huile, qu'elle soit d'olive ou végétale. Son entreprise a reçu le Prix présidentiel pour la maîtrise d'énergie et le développement des énergies renouvelables. En mai 2010, il a obtenu le prix de l'entreprise verte à Casablanca au Maroc par la REME. Sa marque de savon à base d'huile d'olive "Savolive" est exportée. Aux Etats-Unis d'Amérique, les 400 grammes sont vendus à 12 dollars alors qu'ici en Tunisie, ils sont vendus environ 12 fois moins cher. M. Ben Amor a précisé que malgré la bonne qualité de ses produits, il trouve des problèmes à commercialiser ses produits dans les hypermarchés. «Les hypermarchés doivent évoluer et donner leur chance aux jeunes promoteurs et aux nouveaux produits, plus particulièrement ceux dont la qualité est reconnue à l'échelle internationale».

Le créneau des cosmétiques est également intéressant, d'où la présence de certains producteurs de cosmétiques à base d'huile d'olive. Ce salon offre, également, aux organisateurs l'occasion de mettre en exergue toutes les vertus thérapeutiques et esthétiques de l'huile d'olive. On en trouve de tout : des crèmes, des champings, des savons, des huiles de massages, etc.

Certains de ces exposants exportent déjà leurs produits comme c'est le cas de Fouzia Boulila qui a déjà deux points de vente en France outre les huit points tunisiens. D'autres, comme Saima Kordoghli, gérante à Dar Zmen, une marque de cosmétique très prisée localement, sont justement ici pour promouvoir leurs produits, améliorer leurs emballages et, surtout, nouer des contact pour exporter leurs produits.

**Poulina Group Holding à travers sa filiale MEDOIL a exposé en avant première sa huile d'olive « VITALIA » conditionnée dans son usine en chine et dont la commercialisation a déjà disponibles dans les grandes surfaces de SHANGHAI.**

**Cette manifestation a été aussi l'occasion d'inviter une délégation de spécialistes en gastronomie et des représentants de quelques médias français qui auront comme mission de promouvoir l'huile d'olive tunisienne sur le marché français en mettant en exergue ses valeurs nutritives et ses bienfaits pour la santé.**

**L'huile d'olive constitue, désormais, un atout de taille que la Tunisie peut et doit mettre en valeur, car bien utilisée, elle peut permettre à nos producteurs des gains importants en valeur ajoutée.**

**Imen Nouira**