

Document 2

LE MARCHÉ DE L'HUILE AU MAROC

Le marché de l'huile alimentaire reste toujours tendu. Le prix a subi une autre hausse de 3% en Juin.

cela s'explique par plusieurs augmentations du cours international du soja, produit de référence du marché, qui a marqué une hausse de 50%.

Pour autant, et malgré la hausse régulière des prix du détail, le volume des ventes d'huile, produit incontournable, n'a pas baissé. «L'offre est toujours diversifiée avec des prix de vente différents».

Le marché se caractérise par une concurrence normale et plutôt saine. L'allusion est faite ici à l'arrivée de Savola qui, par une politique commerciale très agressive, avait fortement gêné Lesieur et mis en danger les autres producteurs. Cette société, en partie à capitaux saoudiens, avait été accusée de pratiquer le dumping pour gagner des parts de marché..

Selon le cabinet Nielsen, les différents producteurs d'huile de table ont maintenu leurs ventes. Ainsi, Lesieur Cristal, leader du marché, contrôle 62,20% du marché. Elle est suivie des Huileries du Souss (le groupe Belhassan) avec 22,40%, puis de Savola Morocco SA avec 10,70% du marché.

Pour les autres opérateurs du marché, notamment les Huileries de Meknès, les Conserveries de Meknès et Siof, les parts de marché sont respectivement de 0,40%, 0,50% et 3,70%.

Texte adapté

Source : La Vie économique, le 04/07/2008

T.A.F

- 1 Expliquer l'expression soulignée.
- 2 Relever du document les principales caractéristiques du marché de l'huile au Maroc.
- 3 Préciser le régime de ce marché. Justifier.
- 4 Quels sont les moyens de la concurrence employés par les entreprises du secteur ?
- 5 Peut-on dire que la loi de la demande est vérifiée sur le marché de l'huile végétale ? Justifier.
- 6 Quels sont les facteurs qui sont à l'origine de la hausse des prix sur le marché de l'huile au Maroc ?