

DEVESH DUKHIRA (CEO, Syndicat des sucres)

## «L'INDE ET LA CHINE POURRAIENT DEVENIR LES DESTINATIONS LES PLUS IMPORTANTES POUR NOS SUCRES SPÉCIAUX»

Le Syndicat des sucres ambitionne de faire reconnaître les sucres spéciaux mauriciens partout dans le monde, par leur saveur, mais aussi par leur arôme et leur couleur. Devesh Dukhira, Chief Executive Officer du Mauritius Sugar Syndicate, souligne que dans 55 pays, 120 clients du segment industriel et de la restauration font confiance aux sucres spéciaux mauriciens pour leur grande qualité gustative mais aussi pour leur naturalité.

**'Mauritius Sugar' est le nouveau label sous lequel seront désormais commercialisées l'ensemble des familles de sucres spéciaux mauriciens. En quoi consiste la nouvelle feuille de route élaborée par le Mauritius Sugar Syndicate pour mieux encadrer la réputation des sucres spéciaux mauriciens ?**

L'industrie sucrière mauricienne a été l'un des pionniers en tant que fournisseur des sucres spéciaux. Après 45 ans d'expérience dans la fabrication de ces sucres naturels, l'industrie a développé de nouvelles variétés qui se comptent aujourd'hui à 18. Des produits qui sont aujourd'hui devenus une référence. Ces sucres à valeur ajoutée sont maintenant vendus à plus de 120 clients dans 55 pays, en Europe, aux États-Unis, au Moyen-Orient, en Asie du Sud-Est et sur le marché régional. Un récent sondage auprès de nos acheteurs nous a révélé - de leur point de vue - les atouts de

ces sucres spéciaux, qui les distinguent des autres origines. Et qu'il fallait harmoniser et présenter à la clientèle, surtout pour se protéger de la concurrence. Ils reposent sur six piliers : leur naturalité, leur goût, leurs bienfaits pour la santé, la traçabilité en place, l'aspect durabilité de l'industrie, et un approvisionnement facile et pratique par le biais du Syndicat des sucres qui est responsable de la commercialisation de tous les sucres produits à Maurice.

Nos différents acheteurs peuvent désormais les mettre en évidence lorsqu'ils les commercialisent dans leurs marchés respectifs, tout cela avec un message cohérent, d'où le label Mauritius Sugar. Quoique chacun de ces acheteurs, surtout ceux desservant le marché du détail, aurait sa propre marque pour séduire ses clients à lui. Nous leur recommandons d'inclure ce label sur leurs emballages comme une signature de l'origine.

**Notez-vous une forte demande pour les sucres spéciaux sur le marché international ? Actuellement, qui sont nos gros clients ?**

La demande pour les sucres spéciaux progresse comme les consommateurs deviennent plus exigeants, recherchant des produits plus sains. Ils remplacent en fait graduellement le sucre blanc, qui serait le plus régulièrement utilisé. Et les ventes se sont développées initialement surtout en Europe et aux États-Unis. Par ailleurs, suivant une amélioration du pouvoir d'achat et une évolution des tendances de la consommation, tel qu'un intérêt grandissant pour la pâtisserie, elle s'est répandue dans d'autres destinations, comme en Europe de l'Est, en Asie ou au Moyen-Orient.

Représentant environ 50 % des ventes, l'Europe demeure le marché principal. En Angleterre, la marque dominante est Billington's ; depuis plus d'une quarantaine d'années, celle-ci est restée fidèle à notre origine. Autrement, les autres destinations importantes sont la France, l'Allemagne, l'Italie, les États-Unis, et plus récemment la Chine.

**La concurrence est rude sur le marché. Est-ce que Maurice a une longueur d'avance sur ses concurrents ?**

Les marchés traditionnels, dont l'Europe et les États-Unis, sont malheureusement sujets à une concurrence accrue d'autres producteurs de sucre de canne, notamment d'Afrique ou d'Amérique centrale, qui ont également des accès préférentiels dans ces pays. Ironiquement, ils fournissent souvent un sucre roux ordinaire, voire un sucre coloré, qui ressemble visuellement aux sucres spéciaux. Mais généralement sans la saveur naturelle et les valeurs





«L'Europe demeure le marché principal des sucres spéciaux avec la moitié des ventes»

nutritionnelles du jus de canne, et qui les concurrence à des niveaux de prix bien inférieurs. Nous avons récemment aussi vu le sucre de betterave européen qui a été coloré et vendu dans ce même segment. De ce fait, il y a eu une érosion des prix des sucres spéciaux, ce qui nous a forcé à mettre l'accent sur notre positionnement sur le marché sous le nouveau label Mauritius Sugar.

La supériorité des sucres spéciaux de Maurice est reconnue parmi les connaisseurs mais les marchés sont souvent faussés par des importateurs qui ont comme priorité leurs marges sans se soucier de leur donner leur juste valeur. Heureusement, nous voyons de temps en temps des clients recherchant la fiabilité des sucres mauriciens retourner vers nous. Nous comptons ainsi défendre nos parts de marché avec le soutien de nos acheteurs à travers une campagne de communication mettant en avant les piliers sur lesquels repose ce label.

**Avec les accords de partenariat commercial signés avec l'Inde et la Chine et la mise en place de la zone de libre-échange continentale africaine, quelles sont les opportunités pour les sucres spéciaux mauriciens ?**

L'Inde et la Chine offrent de bonnes opportunités de croissance de vente pour les sucres spéciaux, vu la hausse du pouvoir d'achat. Surtout dans les régions urbaines où la tendance de consommation va vers des ingrédients sains et naturels et vers des produits alimentaires occidentaux. De plus, ces pays protègent leurs marchés avec des taxes d'importation élevées ; ainsi, les accords commerciaux pourvoient des marges de préférence confortables pour les sucres de Maurice. Sachant que les contingents sous ces deux accords atteindraient 90 000 tonnes annuellement à terme, ces pays pourraient à l'avenir devenir les destinations les plus importantes pour nos sucres spéciaux.

En ce qui concerne l'Afrique continentale, l'intérêt serait surtout sur les pays qui ne sont pas membres du COMESA et de la SADC, avec lesquels les accords existants vont prévaloir et que le Syndicat des sucres exploite déjà. Malheureusement, certains membres, surtout ceux n'ayant pas une industrie cannière, n'offrent pas de marges de préférence intéressantes, les taxes d'import étant souvent insupportables.

**Les producteurs du monde entier donnent priorité aux ventes sur leurs marchés intérieurs, qui maintiennent des niveaux de prix rémunérateurs grâce à des politiques commerciales appropriées. Par contre, les sucres mauriciens sont souvent remplacés par des sucres importés en provenance de pays bénéficiant d'un accès préférentiel dans le cadre de divers régimes commerciaux, ainsi que par des utilisateurs industriels qui sont exemptés du paiement des droits d'importation. La protection de l'industrie locale contre les importations, en vue d'assurer la sécurité alimentaire et d'éviter les flambées de prix, n'est-elle pas une urgence ?**

Les prix d'importation du sucre sont malheureusement souvent faussés. Cela, du fait que des pays producteurs - après avoir protégé leurs marchés domestiques avec des prix rémunérateurs - ont tendance à subventionner leurs exportations. Certains d'entre eux sont subventionnés par leurs gouvernements respectifs, ce qui entraîne une concurrence déloyale. Malgré la hausse de la taxe à 100 %, les importations ont persisté des origines bénéficiant d'un accès préférentiel sur Maurice ou des utilisateurs industriels qui en sont exemptés. Nous le répétons continuellement : il est primordial de protéger le marché local de toutes ces importations. Et cela ne s'applique pas qu'au sucre !

Vous l'avez bien souligné : en l'absence d'une industrie locale, nous sommes sujets - hormis les risques au niveau de la sécurité alimentaire - à des flambées de prix, comme nous le subissons actuellement suivant la dépréciation de la roupie et la hausse substantielle du fret maritime. Soutenus par les hausses du cours sucrier, les coûts d'importation ont doublé sur les douze derniers mois, ce qui a permis au Syndicat des sucres, avec sa production locale, de retrouver ses parts de marché. Cependant, nous restons sur nos gardes car le cours sucrier, comme pour toute commodité agricole, est volatil et les taux de fret pourraient de nouveau baisser à l'avenir.

**Pouvez-vous préciser la consommation de sucre sur le marché domestique ? Comment a-t-elle été affectée par la pandémie ?**

La consommation annuelle a tourné autour de 35 000 tonnes de sucre sur la dernière décennie. Mais elle a subi une baisse conséquente au plus fort de la pandémie, causée surtout par la baisse des arri-



«Il est primordial de protéger le marché local de toutes les importations subventionnées»

vées des touristes. Nous estimons qu'elle aurait baissé de quelques milliers de tonnes.

**Aujourd'hui, quelle est la stratégie de vente du Syndicat sur le marché local afin de conserver sa clientèle ? Et comment rendre les sucres spéciaux plus accessibles aux consommateurs locaux ?**

Le Syndicat prône l'utilisation des sucres spéciaux sur le marché local, dont les chiffres de vente annuelle ont été de seulement quelques centaines de tonnes jusqu'à présent. Une campagne a été lancée en septembre dernier avec la quinzaine gastronomique du sucre à l'hôtel Labourdonnais, comprenant des conférence-dîners et des master class. Cela afin de mieux faire connaître ces sucres authentiques aux consommateurs mauriciens. Il faut souligner qu'hormis dans des boissons ou dans la pâtisserie, ces sucres se distinguent dans des plats résistants comme le Chef Nizam Peeroo l'avait si bien démontré. Par ailleurs, les prix de vente ont été revus à la baisse afin

de les rendre plus accessibles et le Syndicat des sucres travaille en étroite collaboration avec ses distributeurs pour s'assurer que ces baisses se répercutent sur les prix payés par les utilisateurs.

Le Syndicat des sucres est, par ailleurs, présent sur les réseaux sociaux, à travers les plateformes telles que Facebook et Instagram, afin de faire connaître aux Mauriciens les sucres spéciaux, leurs usages et bienfaits. Il envisage également la possibilité de soutenir certains événements locaux mettant en avant les usages de ces sucres spéciaux, notamment à travers des opérations culinaires dans des cafés, des restaurants et des hôtels.

**Pour résoudre le problème de l'abandon des terres, le gouvernement a alloué Rs 50 millions au Cane Replantation Scheme pour l'exercice 2020-21, suite à l'arrêt du Sugar cane Planters Regrouping Project. Est-ce que ce projet a porté ses fruits ?**

Selon la Mauritius Cane Industry Authority (MCIA), les planteurs ont très bien accueilli ce plan de financement afin de pouvoir replanter la canne. Il faut souligner que suivant les baisses de revenus sur les années précédentes, les champs ont été négligés. Et l'âge moyen des cannes aux champs a considérablement augmenté, se situant actuellement bien au-dessus des 7-8 ans recommandés. Or, suivant la révision de rémunération pour les sous-produits de la canne, comme stipulé dans le budget du gouvernement en juin 2021, et la tendance haussière du prix du sucre, cette industrie est redevenue profitable. Il y aurait un regain de confiance qui inciterait les planteurs à investir davantage pour améliorer leurs pratiques culturales, voire à récupérer les terres abandonnées. Les autorités vont plus loin en étendant leur soutien aux planteurs pour récupérer les pertes de production.

