

# « L'importation crée une pression considérable »

Face à la hausse mondiale du prix des huiles végétales et à une concurrence accrue des importations, le directeur de Mauritius Oil Refineries Ltd (MOROIL), Jérôme Clarenc, défend avec force l'importance de soutenir la production locale. Il rappelle que produire à Maurice, c'est protéger le pouvoir d'achat, créer de l'emploi, valoriser le savoir-faire et renforcer la sécurité alimentaire du pays. Malgré les défis, l'entreprise mise sur l'innovation, la durabilité et la qualité.

■ Au 31 mars 2025, Moroil a enregistré une baisse de profits. Comment expliquer ce recul ?

Depuis septembre 2024, nous sommes confrontés à une forte hausse des prix des huiles végétales brutes sur le marché international. Face à cette situation, nous avons pris la décision stratégique de ne pas répercuter l'intégralité de cette augmentation sur nos prix de vente.

Cette décision repose sur deux considérations : limiter l'impact de la hausse sur le pouvoir d'achat du consommateur et tenir en compte les signaux observés sur le marché international laissant entrevoir des prix des matières premières moins défavorables à partir de mars 2025. La forte croissance des importations des huiles de soja au cours des trois premiers mois de cette année 2025 (environ +70%) a entraîné une réduction de nos ventes pendant cette période.

D'autre part, des résultats particulièrement positifs ont été réalisés dans nos autres secteurs d'activité, notamment celui des produits alimentaires importés, celui des huiles brutes, ainsi que dans notre pôle investissement. La situation demeure complexe, mais nous sommes très satisfaits des résultats obtenus au dernier trimestre de notre exercice financier, qui confirment la résilience de notre modèle et la pertinence des choix stratégiques opérés.

■ Dans quelle mesure l'huile importée affecte-t-elle vos opérations ?

L'importation d'huile raffinée a, évidemment, un impact direct sur les opérations de Moroil. La concurrence entre notre production locale et les huiles importées n'est pas équitable. Les producteurs étrangers bénéficient d'économies d'échelle importantes, ce qui leur permet de proposer des prix plus

compétitifs. Cela crée une pression considérable sur notre industrie locale qui doit, elle aussi, raffiner des volumes significatifs pour rester économiquement viable, tout en faisant face à des augmentations de charges constantes qui impactent l'intégralité de la chaîne de valeur.

Il me semble essentiel de rappeler que renforcer notre industrie locale est crucial pour assurer la sécurité alimentaire de notre pays. Produire localement, c'est réduire notre dépendance aux importations, créer des emplois, assurer un approvisionnement régulier, mettre en valeur notre savoir-faire, favoriser des méthodes de production plus respectueuses de l'environnement, garantir une traçabilité complète, et économiser des devises étrangères. Cela dit, je crois en l'importance d'une concurrence saine, capable de répondre aux besoins des consommateurs.

■ Le prix de l'huile Moroil a fortement augmenté ces derniers mois, soulevant la grogne des consommateurs...

L'augmentation des prix a concerné non seulement les produits Moroil, mais également les huiles d'autres marques. Elle s'explique principalement par la volatilité du marché international des huiles végétales brutes. Cette volatilité est liée à plusieurs éléments : la demande accrue en biodiesel, les aléas climatiques qui perturbent les récoltes, les tensions géopolitiques dans certaines régions productrices, ainsi que l'augmentation de la demande en provenance de grands pays consommateurs comme la Chine et l'Inde.

Cependant, nous pouvons compter sur des partenariats solides avec nos fournisseurs internationaux. Grâce à cette relation de confiance et à un suivi assidu des fondamentaux du marché, nous essayons d'anticiper au mieux les fluctuations et minimiser les réper-



discussions sur nos prix.

■ Quelles initiatives concrètes prenez-vous pour rendre vos procédés de production plus durables et réduire votre empreinte environnementale ?

Chez Moroil, nous prenons très au sérieux notre impact sur l'environnement. Nos procédés de raffinage optimisent la consommation énergétique et assurent un impact minimal sur l'environnement. De plus, dans une démarche d'économie circulaire, Moroil valorise ses sous-produits. Pour réduire notre empreinte environnementale, nous avons lancé plusieurs initiatives, dont celle en faveur de la réduction du Single Use Plastic et du carton d'emballage pour nos clients professionnels comme les hôtels, industriels ou revendeurs, en proposant des livraisons d'huile en conteneurs de 1 000 litres. Pour vous donner une idée, de juillet 2024 à juin 2025, nos livraisons en vrac sont passées de 319 tonnes à près de 500 tonnes

d'huiles. Concrètement, ce sont 6 tonnes de cartons et 16 tonnes de plastiques à usage unique qui sont évités chaque année, réduisant ainsi leur impact environnemental.

Par ailleurs, la majorité de nos bouteilles sont recyclables et nous travaillons à aller encore plus loin en nous approvisionnant en bouteilles intégrant des matières recyclées. Nous collaborons également avec Wecycle Ltd, qui collecte et recycle nos cartons, contribuant à l'économie circulaire et à la réduction des déchets. Nous avons aussi lancé une campagne de sensibilisation en partenariat avec Bioil Ltd, un collecteur agréé de déchets huileux et graisseux à Maurice, afin d'encourager le recyclage de l'huile alimentaire usagée pour la transformer en énergie verte, une alternative propre aux carburants fossiles. L'objectif est de favoriser des comportements durables pour un impact positif sur notre île.

De plus, l'installation prochaine de panneaux photovoltaïques nous permettra d'injecter de l'énergie propre dans le réseau national, réduisant ainsi notre empreinte carbone. Chaque geste compte, et chez Moroil, nous agissons à tous les niveaux pour contribuer à une île Maurice durable.

■ Vous insistez souvent sur une gouvernance centrée sur l'humain. Comment cela se traduit-il au quotidien ?

Nous mettons effectivement, les femmes et les hommes au centre de nos préoccupations. Notre gouvernance repose sur des valeurs fortes d'éthique, d'équité et du respect de la personne. L'obtention de la certification SA 8000, témoin de notre engagement envers les droits fondamentaux des travailleurs. Cette norme internationale garantit des conditions de travail sûres, équitables, respectueuses de la sécurité comme du bien-être des employés. Au quotidien, cela se traduit par la promotion d'une culture d'entreprise où les contributions individuelles et collectives sont reconnues et encouragées.

Nous offrons également à nos équipes des opportunités de développement professionnel et personnel à travers des programmes de formation adaptés à chaque parcours. Nous promouvons activement un environnement de travail inclusif, équitable et collaboratif, où l'esprit d'équipe et le partage sont au centre de nos pratiques.

■ Aujourd'hui, la marque Moroil figure parmi les plus connues. Comment entretenir-vous cette réputation ?

Les marques Rani, Moroil Tournesol et Moroil Soja sont pré-

sentes dans les foyers mauriciens depuis de longues années. Cette proximité fait partie intégrante de notre identité de marque et a été renforcée par le label Made in Moris. Pour maintenir cette relation, nous nous assurons que nos produits soient disponibles dans la plupart des points de vente de l'île, garantissant une présence constante pour la population. Même en période de crise sanitaire ou géopolitique, nous avons pu répondre rapidement aux besoins du marché.

Nos produits sont également adaptés aux besoins des Mauriciens, tant en termes de qualité que de préférences et nous adaptons aussi nos formats en fonction de nos clients. Plus encore, grâce à une chaîne de valeur rigoureusement établie, nous assurons une traçabilité complète de nos produits, renforçant ainsi la confiance des consommateurs en garantissant la sécurité et la qualité. Je tiens aussi à ajouter que depuis 2002, nous avons conclu un partenariat stratégique avec Lesieur, leader des huiles comestibles en France, pour la fabrication et le conditionnement de ses huiles de tournesol et de soja. Ce partenariat nous permet de consolider davantage notre proximité avec nos clients en proposant une gamme plus complète.

■ Quelles sont vos ambitions en termes de croissance et de nouveaux marchés dans les prochaines années ?

Notre stratégie de croissance repose sur une approche durable et régionale : renforcement de notre ancrage local. Nous continuons à investir dans notre usine avec des équipements de dernière technologie, à consolider et valoriser nos équipes, tout en restant proches des attentes des consommateurs.

En termes de diversification des marchés, nous explorons de nouvelles opportunités à l'export, notamment vers les marchés de l'Océan Indien et d'Afrique, où notre savoir-faire et la qualité de nos produits peuvent répondre à une demande croissante. Nous ambitionnons également d'élargir notre offre à travers des produits à plus forte valeur ajoutée, mieux alignés avec les tendances de consommation actuelles.

Autre axe de développement concerne les partenariats agro-industriels régionaux. Nous travaillons à développer des collaborations sur le long terme dans la région, afin de sécuriser durablement la chaîne d'approvisionnement du pays et de favoriser un développement économique intégré.

Propos recueillis par Magali Frédéric

