

## Nuevos actores de un sector en plena transformación: el agroalimentario

# Los empresarios del sector buscan aliados con quien ir de la mano a conquistar otros mercados, modernizar métodos y medios de producción.

ENTREVISTA con Boujbel, Hamamouche y Benabderrazik por F.G.

**S**on jóvenes, vitales, emprendedores atrevidos que han sabido abrirse camino en un sector en plena expansión, buscar aliados con quien ir de la mano a conquistar otros mercados, modernizar métodos y medios de producción y –haciendo gala de un gran sentido del humor– nos relatan sus experiencias. Ellos son Hassan Benabderrazik, consultor y ex secretario general del Ministerio de Agricultura de Marruecos; Mourad Hamamouche, presidente de Les Vignobles de l'Oranie, de Argelia y Mohsen Boujbel, presidente de VACPA, empresa tunecina dedicada al comercio del dátil y del aceite de oliva. Entre risas que demuestran que estos emprendedores se conocen desde hace tiempo y comparten buenas dosis de complicidad, Francis Ghilès, coordinador del seminario *Del coste del no Magreb al Tigre norteafricano*, organizado por el Instituto Europeo del Mediterráneo (IEMed) y el Centro Internacional de Toledo para la Paz (CITpax) en Barcelona, aprovecha su participación en el encuentro para recoger sus relatos y sus opiniones.

**HASSAN BENABDERRAZIK:** Para empezar, a mí me interesaría saber si se han producido cambios en la situación del sector agroalimentario en Túnez. ¿Es ahora más fácil que en el pasado? ¿Cuál es el interés actual por el comercio y las inversiones cruzadas con el resto de países del Magreb?

**FRANCIS GHILÈS:** Quizás sería interesante saber también si se ha producido un cambio en la actitud europea hacia la agricultura magrebí.

**MOHSEN BOUJBEL:** Túnez fue el primer país que firmó el acuerdo de libre comercio con Europa, lo que en mi opinión permitió a las empresas tunecinas prepararse para el mercado libre, es decir, modernizarse, adoptar estándares europeos, sea en materia de productos, de especificaciones de productos o de gestión de recursos humanos. Además, el acuerdo ha permitido que las empresas europeas puedan entrar en el mercado tunecino.

**F.G.:** En su ámbito de negocio, el aceite de oliva, usted se ha asociado con una de las mayores empresas españolas, Borges. ¿Cuál ha sido el impacto de esta asociación tanto para su empresa como para el sector en Túnez?

**M.B.:** El primer efecto fue que 10 años atrás, un operador importante del sector se interesara por los aceites tunecinos. Como sabrán, el sector del aceite de oliva está muy cerrado, los grandes operadores se cuentan con los dedos de las manos y además cada vez son más “españoles”. En realidad son cuatro o cinco empresas, y nosotros hemos tenido la suerte de que una empresa española haya decidido instalarse en Túnez. Esto nos ha permitido integrarnos en el circuito internacional. A día de hoy exportamos direc-

tamente a Estados Unidos, Brasil, y de aquí pasamos rápidamente a Corea del Sur, China, Australia y muchos otros países. En definitiva, tenemos a un operador importante que nos garantiza la distribución de los productos. Hay que reconocerlo con absoluta sinceridad, Túnez hubiera tardado 40 o 50 años en conseguirlo, mientras que gracias a esta asociación lo hemos conseguido en tan solo 10 años.

**F.G.:** Así pues se puede decir que hay dos factores clave en el éxito: la calidad del producto y la integración en el circuito de distribución internacional. ¿Qué lejos quedan esos días en que los productores de aceite tunecinos iban a Londres a buscar consejo ante el Ministerio de Agricultura para averiguar cómo podían vender su aceite en Gran Bretaña! De hecho somos testigos de un cambio total.

**M.B.:** Lo que me parece aún más relevante es que ahora estas empresas se interesan por el embotellado en Túnez, por aportar un valor añadido y exportar directamente el aceite de oliva envasado en Túnez con marca propia o con la del distribuidor. El aceite de oliva es un producto maduro, muy antiguo. Yo diría que para tener tu cuota en el circuito de distribución se necesita que alguien te “apadrine”.

**F.G.:** Supongo que también les habrá beneficiado que en los últimos años

## El aceite de oliva está hoy en manos españolas y por eso Túnez considera a España su guía en este sector

MOHSEN BOUJBEL, PRESIDENTE DE VACPA. TÚNEZ

se hayan revalorizado las virtudes dietéticas del aceite de oliva, que eran hartamente conocidas en el Mediterráneo pero no en EE UU ni en el resto del mundo.

**M.B.:** Sin lugar a dudas nos ha beneficiado. El consumo hoy en EE UU es de 250.000 toneladas. Hace 10 años Túnez exportaba 500 toneladas y hoy exporta unas 15.000 toneladas de aceite de oliva. Antes de la liberalización de la exportación de aceite, en EE UU se conocía el producto, especialmente procedente de Italia y en segundo lugar de España. Hoy en día procede de estos dos países pero también de Turquía y Túnez, y los americanos cada vez son más conscientes de que hay otros lugares de suministro. Italia ha sido siempre una plataforma de comercialización del aceite de oliva por razones históricas. Sin embargo siempre he creído que la guía objetiva para el aceite de oliva tunecino es España. Podríamos crear una dinámica asociativa entre niveles de producción ya que los centros de investigación, los métodos de cultivo, incluso las propias cooperativas, han demostrado una eficacia extraordinaria en la gestión del sector del aceite de oliva, algo que les ha permitido desbancar a los italianos. Hoy por hoy el mundo del aceite de oliva está en manos de empresas españolas, y por supuesto a nosotros nos interesa seguirnos al tren del más fuerte!

**F.G.:** En cuanto a Argelia, hay aspectos muy poco conocidos, como las reformas y los cambios que se han producido en los últimos años y que han permitido que los productores privados argelinos hayan podido emprender proyectos verdaderamente



De izquierda a derecha: Hassan Benabderrazik, Mourad Hamamouche, Mohsen Boujbel y Francis Ghilès. Barcelona. / N.A.

interesantes, como siempre con cierto desorden, pero que van adelante a fin de cuentas. Poca gente sabe, por ejemplo, que hoy se cultiva mucho más la tierra en Argelia que en los últimos 30 o 40 años. En su caso, Sr. Hamamouche, ¿qué le llevó a interesarse por el sector vinícola en Orán?

**MOURAD HAMAMOUCHE:** Empecé importando vino de España. Luego leí cómo producir vino. Cuando compré mi primer contenedor en España conocí a una persona que había pasado toda su vida en Sidi Bel Abbès, en Argelia, y se sorprendió enormemente de ver a un argelino importando vino. ¡Y es que Argelia era uno de los primeros exportado-

res del mundo! En su momento se exportaban más de 20 millones de hectolitros. Fue entonces cuando este español me preguntó por qué importaba vino, dónde estaban nuestros viñedos, nuestras cavas. Así empecé en el negocio del vino, recuperando el patrimonio que dejaron los antiguos colonos. Recuperé esta riqueza y, con una importante inversión, retomamos las cavas y, manteniendo siempre el bagaje tradicional, las modernizamos, actualizamos el modo de vinificación. Tendrían que venir al Magreb, ver nuestros productos, probarlos y decidir.

**F.G.:** ¿Y qué hicieron con los antiguos empleados de las cavas que

## Estamos en condiciones de exportar, pero por ahora nuestra producción se destina al mercado interior

MOURAD HAMAMOUCHE  
PRESIDENTE DE LES VIGNOBLES D'ORANIE. ARGELIA

vivían allí? ¿Los reinstalaron en otra parte?

**M.H.:** Nosotros solo recuperamos las cavas, pero ni siquiera había cubas dentro. Por eso retomamos las cavas más estratégicas, aquellas que estaban junto a los viñedos. Nos instalamos al lado de los agricultores, de los productores. Afortunadamente el gobierno nos animó con fuertes inversiones. Así empezamos a invertir en las plantaciones de viñedos, aunque sin contar con los expertos para que aportaran su conocimiento. Es cierto que se inyectó una fuerte inversión, aunque de forma algo anárquica, sin el seguimiento posterior necesario.

**H.B.:** Entonces es el sector privado el que ha asumido este papel.

**M.H.:** Así es. Ahora mismo gestionamos unas 16 cavas de vinificación, en el Oeste, en cinco provincias oranesas y en el Norte. Gestionamos a los agricultores, les escuchamos, estamos a su lado y gracias a ellos lo hemos conseguido.

**F.G.:** ¿Han introducido nuevas cepas?

**M.H.:** Desde que entramos en el sector del vino y trabajamos con los agricultores somos conscientes de que no podemos competir con Europa para exportar nuestro producto. Ahora además hay nuevas cepas que han entrado en el mercado, el Syrah, el Cabernet Sauvignon y otros, y van a ser competitivas en el mercado del vino. Por nuestra parte, hemos comprado 150 hectáreas de tierra en Timouchent, y hemos plantado 110 hectáreas de vides, en las que hemos

integrado cepas nobles, como el Syrah y el Cabernet, y además hemos importado una cepa de la región de La Rioja, el Tempranillo, que es excelente. Todo ello nos ha permitido acercarnos al gusto español. Y es que no es tan difícil, compartimos una cultura, nos separa muy poco tiempo de vuelo, los españoles estuvieron en Orán...

**F.G.:** ¿Su producción está destinada únicamente al mercado local?

**M.H.:** Toda nuestra producción se destina al mercado interior. No me interesa la exportación, el mercado interno es suficiente. Si queremos exportar debemos replantearnos nuestro método, se requiere todo un trabajo de base.

**H.B.:** Hay que tener valor, parece, para ponerse a producir vino en Argelia. La imagen que nos llega de su país se vincula más al islamismo que a la de un país productor de vino, y aun así su experiencia nos demuestra que también en Argelia hay una importante demanda de vino.

**M.H.:** Hay que venir a Argelia para darse cuenta de que esta demanda es real. La imagen que se proyecta del país en el exterior es falsa. No es una demanda que se produzca a partir de los expatriados en Argelia. Hay que venir *in situ* para ver que no caben diferenciaciones entre la demanda de vino procedente de argelinos o de extranjeros en Argelia. Existe una demanda y punto.

**F.G.:** En cuanto a la exportación, muchas veces contribuye a incrementar el reconocimiento y la valora-

ción de un producto en concreto. ¿No se ha planteado esto como estrategia?

**M.H.:** Es cierto que Argelia es una tierra muy rica desde el punto de vista climático y de morfología del terreno. Con estas condiciones, y gracias a nuestra mano de obra podríamos plantearnos exportar y hacer frente a la competencia.

**F.G.:** Hay que reconocer que hay un trabajo de modernización importante. Y además las inversiones extranjeras han crecido mucho. La presencia de empresas extranjeras es ahora más evidente que nunca. Nada que ver con la situación de hace 10 años. Cambiando de tema, Sr. Benabderrazik, ¿cómo valora la situación de las relaciones comerciales entre España y Marruecos?

**H.B.:** En el transcurso del seminario he tenido la sensación de que se ha producido un verdadero cambio en la percepción de las relaciones entre España y Marruecos, especialmente en temas que antes eran delicados. Las declaraciones de los representantes políticos españoles en este seminario son una muestra de ello, puesto que han sido contundentes sobre los beneficios de una integración comercial frente a una competencia feroz por un único producto. Creo que han entrado aires nuevos y que es una piedra angular de una relación más estrecha que se inscribe dentro de una dinámica potente de cooperación. Los acuerdos, las asociaciones, la renovación agrícola en Argelia, en Túnez y en Marruecos son elementos constructivos más duraderos que hablar del pasado.

## Hay que trabajar en los sistemas educativos para que no transmitan imágenes sesgadas del Otro

HASSAN BENABDERRAZIK. CONSULTOR. MARRUECOS.

**F.G.:** Si nos fijamos en sectores como la energía o el agroalimentario nos damos cuenta de las enormes complementariedades que existen y de que realmente hay empresarios que saben aprovecharlas. El problema radica a menudo en la comunicación, en la ignorancia sobre la realidad económica, no solo en el Magreb, sino también en Europa. En cierto modo diría que el Magreb ha entrado en la globalización, en desorden quizás, en algunos sectores más claramente que en otros, pero ha entrado en la economía mundial.

**H.B.:** Y lo que es más importante, se percibe un cambio no solo en la actitud de los empresarios y de los inversores, sino en los discursos políticos.

**F.G.:** Sin embargo, esto no se ha traducido en los medios de comunicación. Raramente, sobre todo en Europa, se publican artículos que expliquen estas complementariedades económicas entre Europa y el Magreb.

**H.B.:** Es más fácil jugar con el miedo que con un sentido de futuro. Además nosotros tenemos la impresión de que Europa mira hacia el Este, a los nuevos miembros, Hungría, Rumania, Bulgaria... Y no obstante las embarcaciones repletas de inmigrantes siguen llegando. No hay suficiente inversión europea, apoyo al desarrollo. Tenemos una población muy joven buscando empleo y nuestra economía jamás podrá absorber los recién llegados al mercado laboral. Y añadiría además que en el terreno de los medios de comunicación se transmiten imágenes estereotipadas. Tenemos el ca-

so de Mourad Hamamouche y Argelia. Hace falta una lectura seria y rigurosa de lo que sucede sobre el terreno, menos determinada por el miedo, la ignorancia y las angustias que nos acechan.

**F.G.:** Además las asociaciones empresariales contribuyen a generar una cultura. La cultura empresarial es también un vector de cambio importante. La empresa, la cultura y la inversión no son conceptos antinómicos.

**H.B.:** Por ello creo que en el futuro hay que promover las asociaciones empresariales, favorecer un cambio cultural y una apertura del sistema educativo. Un sistema educativo cerrado, sea de nuestro lado o del lado europeo no nos servirá de nada. Hay que llegar a un método de programas como el Erasmus y facilitar los intercambios de estudiantes y profesores. Hay que promover que los estudiantes del Norte vengan también al Sur.

**F.G.:** Volviendo a la cultura y la economía, ¿qué hay más cultural que el vino y el aceite de oliva! Sin cultura es imposible cultivar, producir, sea vino o aceite. La ventaja del Mediterráneo es que es un enclave cultural muy antiguo, de modo que la dieta mediterránea, la gastronomía, el saber comer, el saber vivir... son elementos que se han transmitido de generación en generación. Pero mientras los discursos políticos no cambien...

**H.B.:** Pues no estoy de acuerdo, también tiene parte de responsabilidad la sociedad civil en todo esto. Un profesor de español puede hacer

más que el gobierno mismo para acercar a los jóvenes tunecinos a España, por ejemplo. Estamos hablando de acciones concretas, de hermanamientos, de asociación, de actividades de desarrollo conjuntas, por ejemplo. Y todo esto ya se está haciendo y contribuye a que la gente se conozca mejor. Además hace falta trabajar mucho en el sistema educativo, sobre todo en la imagen que a través de la educación se ofrece del otro.

**F.G.:** Hay que promover un movimiento de tolerancia, de aceptación del otro.

**M.B.:** Incluso entre países magrebíes, porque los sistemas educativos transmiten imágenes sesgadas de sus propios vecinos. En el caso de Túnez, por ejemplo, el profesor Mohamed Charfi cuando fue ministro de Educación revisó todos los manuales escolares.

**H.B.:** ¿Somos conscientes verdaderamente de que antes de la independencia de los países del Magreb la agricultura y la economía estaban más integradas en la economía europea que hoy? Mi generación estudió historia de Europa, tan intensamente o incluso más que la propia historia del norte de África. Nos quejamos de que el Norte no conoce suficientemente al Sur, y quizás también el Sur no conoce bien su propia historia.

**F.G.:** La ignorancia, en todas direcciones, es lo primero que hay que combatir. ■