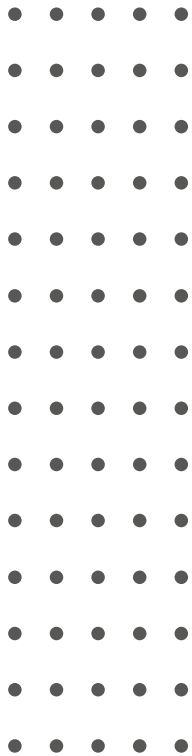




# GUIDE D'ACCÈS AU MARCHÉ ÉMIRATI

## POUR LE PRODUIT SIROP DE DATTE



2020



Ce document a été préparé par le bureau ADMEDERA CONSULTING EXPORT dans le cadre du « Projet d'Accès aux Marchés pour les Produits Agroalimentaires et du Terroir – phase 2 (PAMPAT 2) », mis en oeuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), sur un financement du Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

L'analyse repose sur la collecte et l'interprétation des informations marchés et des données statistiques disponibles au moment où cette étude a été réalisée (2020).

Ce document a été établi sans avoir été revu par les services d'édition de l'ONU. Les appellations employées dans le présent document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI) aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, à la délimitation de leurs frontières, à leur système économique ou à leur degré de développement. Les désignations telles que « développé », « industrialisé » et « en développement » sont utilisées à des fins statistiques et n'expriment pas nécessairement un jugement sur le stade de développement atteint par un pays ou une région donnée dans le cadre du processus. La mention de noms de sociétés ou de marques commerciales ne constitue pas un aval de l'ONUDI. Les opinions, chiffres et estimations y figurant relèvent de la responsabilité des auteurs et ne doivent donc pas être considérés comme reflétant les opinions de l'ONUDI ou comme ayant été approuvés par elle.



# SOMMAIRE

---

1. CONTEXTE DU GUIDE .....	6
2. DONNÉES GÉOGRAPHIQUES, DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIALES DES ÉMIRATS ARABES UNIS (EAU).....	7
3. DONNÉES ÉCONOMIQUES .....	8
3.1 PRINCIPAUX INDICATEURS ÉCONOMIQUES .....	8
3.2 LES CHIFFRES DU COMMERCE INTERNATIONAL.....	8
3.2.1 IMPORTATION ET FOURNISSEURS .....	8
3.2.2 EXPORTATION ET CLIENTS .....	9
3.3 NOTATIONS DU PAYS (COFACE) .....	10
4. APERÇU SUR LE MARCHÉ DE L'AGROALIMENTAIRE AUX ÉMIRATS ARABES UNIS ...	11
4.1 CIRCUITS DE DISTRIBUTION .....	11
4.2 COMMERCE ÉLECTRONIQUE .....	12
4.3 IMPORTANCE DES PRODUITS BIOLOGIQUES .....	12
4.4 TENDANCE DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR ÉMIRATI ..	13
4.5 POTENTIEL DU MARCHÉ DU SIROP DE DATTES TUNISIEN AUX EAU ....	14
5. NORMES D'ÉTIQUETAGE ET D'EMBALLAGE .....	15
5.1 ÉTIQUETAGE .....	15
5.1.1 LANGUE .....	15
5.1.2 MENTIONS OBLIGATOIRES .....	15
5.1.3 MENTIONS FACULTATIVES .....	19
5.1.4 EXIGENCES POUR LE SIROP DE DATTE .....	20
5.1.5 ALIMENTS IRRADIÉS .....	20
5.1.6 ALIMENTS BIOLOGIQUES .....	20
5.1.7 ALIMENTS DIÉTÉTIQUES .....	20





<b>5.2 EMBALLAGE</b> .....	<b>21</b>
5.2.1 EMBALLAGE ET DÉCHETS D'EMBALLAGE.....	21
5.2.2 MATÉRIAUX ET OBJETS DESTINÉS À ENTRER EN CONTACT AVEC LES DENRÉES ALIMENTAIRES .....	22
5.2.3 EMBALLAGE EN PAPIER ET EN CARTON .....	22
5.2.4 EMBALLAGE EN PLASTIQUE.....	22
5.2.5 EXIGENCES RELATIVES À L'EMBALLAGE DU SIROP DE DATTE .....	23
<b>5.3 MODÈLE D'EMBALLAGE ET D'ÉTIQUETTE</b> .....	<b>23</b>
<b>6. CONTACTS UTILES</b> .....	<b>24</b>
<b>7. SOURCES</b> .....	<b>25</b>





# LISTE DES TABLEAUX

---

<i>Tableau 1</i> Données géographiques, démographiques et sociales des EAU .....	7
<i>Tableau 2</i> Principaux indicateurs économiques .....	8
<i>Tableau 3</i> Principaux produits importés aux EAU en valeur .....	8
<i>Tableau 4</i> Principaux fournisseurs des produits importés .....	9
<i>Tableau 5</i> Valeurs importées par année (2015- 2019) .....	9
<i>Tableau 6</i> Principaux produits exportés par les EAU en valeur .....	9
<i>Tableau 7</i> Principaux clients des produits exportés .....	10
<i>Tableau 8</i> Valeurs exportées par année (2015- 2019) .....	10
<i>Tableau 9</i> Évolution de la consommation des aliments et des boissons biologiques aux EAU en million USD .....	13





## 1. CONTEXTE DU GUIDE

Ce rapport fait partie intégrante d'une série de documents préparés dans le cadre du projet PAMPAT 2 pour identifier les marchés cibles les plus attractifs à l'export pour la Tunisie pour les produits issus de trois filières agroindustrielles grenade, tomates séchées et dérivés de dattes. L'analyse s'est focalisée spécifiquement sur des produits tunisiens sélectionnés, qui ont un fort potentiel d'exportation.

La liste des produits et les marchés cibles identifiés sont listés à continuation

- > Grenade fraîche (Russie, Royaume Uni, Pays Bas) ;
- > Jus de grenade (Allemagne, Pays Bas, France et Royaume Uni) ;
- > Sirop de grenade (Royaume Uni, Allemagne, France) ;
- > Tomates séchées en vrac et en poudre (Allemagne, Italie, Etats-Unis) ;
- > Tomates séchées à l'huile d'olive (Royaume Uni, France, Allemagne) ;
- > Pâte de dattes (France, Allemagne, Etats-Unis) ;
- > Poudre de dattes (France, Etats-Unis, Allemagne) ;
- > Sirop de dattes (Canada, Emirats Arabes Unis, Qatar).

Les documents suivants ont été publiés dans le cadre du projet PAMPAT 2 :

- > Identification des marchés cibles pour la filière de la grenade tunisienne ;
- > Identification des marchés cibles pour la filière de la tomate séchée tunisienne ;
- > Identification des marchés cibles pour la filière des dérivés de la datte tunisienne ;
- > Guide d'accès au marché allemand pour les produits des filières tomate séchée, grenade, dérivés de datte ;
- > Guide d'accès au marché français pour les produits des filières tomate séchée, grenade, dérivés de datte ;
- > Guide d'accès au marché italien pour le produit tomate séchée en vrac ;
- > Guide d'accès au marché néerlandais pour les produits de la filière grenade ;
- > Guide d'accès au marché britannique pour les produits des filières grenade et tomate séchée conditionnée ;
- > Guide d'accès au marché émirati pour le produit sirop de dattes ;
- > Guide d'accès au marché qatari pour le produit sirop de dattes ;
- > Guide d'accès au marché américain pour les produits des filières dérivés de datte et tomate séchée en vrac ;
- > Guide d'accès au marché russe pour le produit grenade fraîche.

## 2. DONNÉES GÉOGRAPHIQUES, DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIALES DES EAU

Tableau 1 Données géographiques, démographiques et sociales des EAU

Critères	Données
Superficie	83.600 km <sup>2</sup>
Capital	Abu Dhabi
Principales villes et nombre d'habitants	Dubaï (2.878 million), Sharjah (1.685 million), Abu Dhabi (1.483 million) (2020)
Population	9, 992,083 (estimation juillet 2020)
Croissance démographique	1,49 % (estimation 2020)
Pourcentage de la population urbaine	87% du total de la population
Espérance de vie	Selon les estimations de 2020 : Espérance de vie à la naissance : 79 années. Hommes : 77,6 années Femmes : 80,5 années
PIB/ habitant	39 709 USD
Indice de développement humain	0,866
Religion	Musulmans (officiels) 76%, chrétiens 9%, autres (principalement hindous et bouddhistes, moins de 5% de la population est composée de Parsi, Baha'i, Druze, Sikh, Ahmadi, Ismaili, Dawoodi Bohra musulman et juif) 15% (2005)
Langues officielles et langues utilisées	Arabe (officiel), anglais, hindi, malayam, ourdou, pachtou, tagalog, persan

Source : cia.gov

## 3. DONNÉES ÉCONOMIQUES

### 3.1 Principaux indicateurs économiques

Tableau 2 Principaux indicateurs économiques

Données	Valeur
Taux d'inflation	1,2 % (estimation 2020)
Croissance PIB	2,5 % (estimation 2020)
Taux de chômage	1,6% (2016)

Source : Coface/diplomatie.gouv.fr/cia.gov

#### > Répartition sectorielle de l'économie

Part des principaux secteurs d'activités dans le PIB (en 2017) :

- > Agriculture: 0,9%
- > Industrie: 49,8%
- > Services: 49,2%

### 3.2 Les chiffres du commerce international

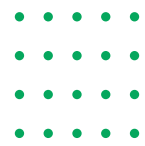
#### 3.2.1 Importation et fournisseurs

Tableau 3 Principaux produits importés aux émirats arabes unis (EAU) en valeur

Code	Description	Importation en valeur
99	Produits non spécifiés	\$ 299, 668, 263, 337
71	Perles naturelles; pierres précieuses et semi-précieuses; métaux précieux, plaqués ou doublés de métaux précieux et ouvrages en ces matières; bijouterie de fantaisie; monnaies	\$ 256, 468, 112, 722
85	Machines et appareils électriques et leurs parties ; appareils d'enregistrement et de reproduction du son ; appareils d'enregistrement et de reproduction des images et du son en télévision, ainsi que leurs parties et accessoires	\$ 132, 800, 321, 655
84	Réacteurs nucléaires, chaudières, machines et appareils mécaniques et leurs parties	\$ 121, 638, 305, 657
74	Véhicules ; autres que le matériel roulant des chemins de fer ou des tramways, ainsi que leurs parties et accessoires	\$ 96, 953, 831, 606
	Autres produits	\$ 451, 216, 550, 874

Source : comtrade





## > Principaux fournisseurs des produits importés

Tableau 4 Principaux fournisseurs des produits importés

Partenaires	Valeur importée
Zones non définies	\$ 299,744, 120,288
Chine	\$ 152, 379, 070,907
USA	\$ 103, 021, 114,966
Inde	\$ 97, 009, 486,199
Allemagne	\$ 58, 520, 566,428
Autres partenaires	\$ 648, 071, 027,063

Source : comtrade

Tableau 5 Valeurs importées par année (2015 - 2019)

Année	Valeur importée
2019	\$ 244, 645, 890,108
2018	\$ 257, 686, 922,234
2017	\$ 270, 779, 148,787
2016	\$ 287, 024, 695,498
2015	\$ 298, 608, 729,224

Source : comtrade

## 3.2.2 Exportation et clients

Tableau 6 Principaux produits exportés par les EAU en valeur

Code	Description	Exportations en valeur
99	Produits non spécifiés	\$ 618, 969, 967,410
27	Combustibles minéraux, huiles minérales et produits de leur distillation ; matières bitumineuses ; cires minérales	\$ 397, 814, 981,763
71	Perles naturelles ; pierres précieuses et semi-précieuses ; métaux précieux, plaqués ou doublés de métaux précieux et ouvrages en ces matières ; bijouterie de fantaisie ; monnaies	\$ 212, 299, 242,628
85	Machines et appareils électriques et leurs parties ; appareils d'enregistrement et de reproduction du son ; appareils d'enregistrement et de reproduction des images et du son en télévision, ainsi que leurs parties et accessoires	\$ 72, 625, 160,607
84	Réacteurs nucléaires, chaudières, machines et appareils mécaniques et leurs parties	\$ 58, 275, 029,345
	Autres produits	\$ 280, 053, 365,891

Source : comtrade



Tableau 7 Principaux clients des produits exportés

Partenaires	Valeur exportée
Zones non définies	\$ 1, 004, 370, 130,249
Inde	\$ 60, 224, 520,657
Iran	\$ 55, 517, 200,770
Arabie Saoudite	\$ 53, 154, 964,399
Iraq	\$ 40, 822, 689,031
Autres partenaires	\$ 425, 948, 242,538

Source : comtrade

Tableau 8 Valeurs exportées par année (2015 - 2019)

Année	Valeur exportée
2018	\$ 387, 910, 040,562
2017	\$ 313, 559, 298,499
2016	\$ 295, 046, 691,149
2015	\$ 300, 478, 647,817
2014	\$ 343, 043, 069,618

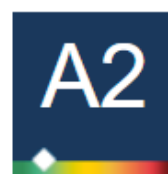
Source : comtrade

### 3.3 Notations du pays (COFACE)



EVALUATION DES  
RISQUES PAYS

Evaluation des risques



ENVIRONNEMENT  
DES AFFAIRES

Environnement des affaires

Explication de la notation :

> A4 - Evaluation des risques pays

Les perspectives économiques et financières peuvent être marquées par quelques fragilités.

Le contexte politique peut connaître des tensions. L'environnement des affaires peut présenter des lacunes significatives. La probabilité moyenne de défaut des entreprises se situe à un niveau convenable.

> B - Environnement des affaires

Les bilans des entreprises, quand ils sont disponibles, sont fiables. Le recouvrement des créances fonctionne convenablement. Les institutions sont globalement performantes. Le marché domestique est largement accessible. L'environnement des affaires est relativement stable mais perfectible.



## 4. APERÇU SUR LE MARCHÉ DE L'AGROALIMENTAIRE AUX EAU

Le secteur de l'alimentation et des boissons (Food and Beverage) aux Émirats Arabes Unis (EAU) a été estimé à 34,6 milliards de dollars en 2019. Les dépenses globales dans ce secteur augmenteront de 6,9 % en 2020, pour atteindre 37 milliards de dollars.

La consommation alimentaire des EAU atteindra 59,2 millions de tonnes d'ici 2021, selon un rapport récent du gouvernement émirien. Le pays assiste à un nombre croissant des importateurs d'aliments qui essaient de répondre aux demandes de plus de 16500 établissements alimentaires, avec des ventes de produits alimentaires devraient atteindre près de 7,7 milliards de dollars d'ici 2023, soit une augmentation de 26%.

La sensibilisation accrue à la santé, la différenciation des produits et la commodité des plates-formes alimentaires en ligne sont des facteurs clés pour stimuler le marché des aliments et boissons (F&B) aux EAU. En effet, en tant que membre du Conseil de Coopération du Golf (CCG), les Émirats tentent de promouvoir un mode de vie plus sain pour la population. Le programme de développement durable et de changement climatique est hautement prioritaire dans les politiques des EAU : Grâce à une agriculture durable, le pays vise à garantir des systèmes de production alimentaire durables et à mettre en oeuvre des pratiques agricoles résilientes qui augmentent la productivité et la production et qui aident à maintenir les écosystèmes.

Il est à noter que le marché alimentaire aux EAU reste dominé par les importations avec un taux de 85%. Cela étant, certains aliments fabriqués localement sont de très haute qualité avec des prix compétitifs par rapport aux produits importés.

### 4.1 Circuits de distribution

#### Vente au détail

Les EAU possèdent le plus grand marché de vente au détail dans les pays du golfe. C'est un marché très développé où les hypermarchés et les supermarchés dominent la vente au détail, avec un nombre élevé de transactions par habitant presque égal à celui des pays développés. Soutenues par des facteurs macroéconomiques favorables et un tourisme prospère, les ventes au détail dans le pays devraient enregistrer un solide taux de croissance annuel composé (TCAC) de 6,9 % au cours de la période 2016-2021 pour atteindre 290,7 milliards de Dirham des Émirats Arabes Unis (DAE) en 2021. L'alimentation et l'épicerie constituent le groupe de catégories le plus important avec 47,2 % de l'ensemble des ventes au détail des EAU. L'amélioration du niveau de vie, la disponibilité de produits alimentaires de bonne qualité et la sensibilisation accrue à la santé sont les moteurs des ventes de produits alimentaires et d'épicerie dans le pays. Les hypermarchés, les supermarchés et les hard-discounters sont devenus les principaux canaux de vente de ces produits. Avec 41,6 % des ventes du secteur, ces canaux étaient les plus importants en termes de valeur des ventes en 2016. En outre, le secteur se caractérise par la présence de détaillants internationaux tels que Lulu et Carrefour, qui occupent les deux premières places avec une part combinée de 15 % en 2016. Les supermarchés du Moyen-Orient tels que Spinneys, Choithram, LuLu et Hyper Panda sont également connus. Il est à noter que le marché de détail des EAU approche des niveaux de saturation.





## 4.2 Commerce électronique

D'une manière générale, les EAU sont considérés comme le marché de commerce électronique le plus avancé de la région du Moyen Orient et de l'Afrique du Nord (MENA). Le secteur de la distribution alimentaire en ligne est estimé à 92,39 milliards de dollars dans le monde en 2018, et devrait atteindre 145,28 milliards de dollars d'ici 2023, enregistrant ainsi un TCAC de 9,5 %. Il s'agit, donc, du plus grand segment de la catégorie des services en ligne avec un taux de pénétration de 4,2 %.

Parmi les trois grands émirats, les ventes en ligne sont plus développées à Dubaï. Une étude récente sur [l'état du commerce électronique aux EAU](#) a montré que 46% des résidents au Dubaï achètent des produits en ligne, contre seulement 27% à Abu Dhabi et 10% à Sharjah. Les jeunes consommateurs âgés de 25 à 34 ans représentent 65% des acheteurs en ligne du pays.

L'accroissement de ce secteur a engendré une augmentation dans les commandes des produits alimentaires frais à domicile qui passent de 24% à 26% et une amélioration des commandes des produits emballés qui ont passé de 27% à 30% entre 2016 et 2018.

Ceci s'explique par le fait que les détaillants conventionnels proposent une option de vente en ligne, tels que Carrefour, Lulu et Choithram. De plus, l'épicerie en ligne est très populaire aux EAU dans laquelle on trouve plusieurs fournisseurs notamment organic 247, Kibsons, Noon, Instashop, NRTCfresh et Farmbox. D'autant plus qu'Amazon a annoncé le lancement d'une nouvelle "marketplace" ciblant le marché du Moyen-Orient après l'acquisition de Souq.com et le renommer Amazon.ae.

Il faut noter que les consommateurs sont réticents à faire des achats en ligne à l'étranger (56 % des Emiratis n'ont jamais acheté sur des sites web étrangers et 55 % préfèrent acheter des produits dans les EAU).

Cependant, malgré la forte croissance de ce secteur, le commerce électronique ne représente que 2% du secteur de la vente au détail, bien que le pays soit l'un des pays le plus connecté au monde sur le plan numérique. Ceci s'explique par fait que les centres commerciaux dominant le paysage du commerce de détail parce qu'ils offrent une source de divertissement, une expérience sociale et une climatisation.

## 4.3 Importance des produits biologiques

Le secteur des aliments biologiques dans le pays est en plein essor dont la culture des dattes fait partie des principales activités agricoles. En effet, la tendance internationale à opter pour des aliments plus sains continue de croître aux EAU et se traduit par le fait que de plus en plus de personnes cherchent des alternatives à leurs aliments tels que des produits biologiques, végétaliens et sans gluten. Par conséquent, il convient de noter qu'il y a un potentiel important d'exportation d'aliments biologiques vers les EAU.

*Il est à noter que :*

1. En 2017, la taille totale du marché des aliments et boissons biologiques aux EAU était de 38,1 millions d'USD et les dépenses par habitant en aliments et boissons biologiques étaient de 4,18 \$ US, se classant au 27ème rang des dépenses mondiales par habitant.



2. Bien que les ventes d'aliments biologiques aux EAU aient augmenté d'un TCAC de 7,67% pendant la période 2017-2020, les ventes de boissons biologiques sont encore insignifiantes.

**Tableau 9** Evolution de la consommation des aliments et des boissons biologiques aux EAU  
en million USD

Année/consommation	2017	2018	2019	2020
Consommation d'aliments et de boissons biologiques	38.1	41.8	46.1	51.2
Consommation d'aliments biologiques	38.1	41.8	46.1	51.2

Source : <https://globalorganictrade.com/>

Les ventes des aliments et boissons biologiques aux EAU devraient croître à un rythme élevé pendant la période 2020 - 2022, dus à une sensibilisation accrue et une forte disponibilité des produits.

Il est à noter que le gouvernement des EAU a aussi mis en place une stratégie nationale visant à réduire l'obésité, le diabète et d'autres maladies liées au régime alimentaire, contribuant ainsi à atteindre l'un des objectifs du programme national du pays "Vision 2021" pour réduire la prévalence de l'obésité et pour accélérer la demande des aliments biologiques dans les années à venir.

#### 4.4 Tendances du comportement du consommateur émirati

Dans l'ensemble des EAU, les citoyens étrangers représentent plus de 80% de la population totale et sont principalement responsables des gains rapides du pays. Le consommateur typique de la classe moyenne des EAU est une personne jeune et exige des produits alimentaires de grande valeur, pleins de saveur et provenant d'origines considérées comme propres, vertes et sûres.

Le comportement des consommateurs émiratis dépend principalement de l'expérience d'achat aussi bien au niveau des magasins qu'en ligne. En effet, 75% des clients de l'EAU préfèrent faire leurs achats sur un site internet d'une seule marque parce qu'ils pensent qu'elle leur offrira la meilleure expérience possible. Ces consommateurs entendent plus qu'un simple processus de commande, de livraison et de retour sans faille. En effet, 65% des clients attendent qu'on les connaisse personnellement et qu'on les traite individuellement. Ainsi, il est primordial pour les marques de mettre en oeuvre un CRM efficace et hautement personnalisé, et un site web offrant la meilleure expérience possible aux consommateurs.

De plus, les émiratis gardent un oeil sur les offres et les promotions (65%). Ce critère est plus important que le service en magasin (25%) et les caisses automatiques (10%).

Cependant, la fidélité chez les consommateurs émiratis n'est pas très répandue. En réalité, en 2019, au moins 15% des consommateurs des EAU déclarent changer de marques parce qu'elles étaient moins chères, alors que ce taux n'était que de 10% en 2016.





#### 4.5 Potentiel du marché du sirop de dattes tunisien aux EAU

Les EAU souffrent depuis longtemps d'obésité, de diabète et d'autres maladies liées au régime alimentaire, ce qui affecte les performances des nations à plusieurs niveaux. Cela a conduit le gouvernement à prendre des mesures actives pour protéger la nouvelle génération en intégrant des changements tels que :

- > Développer le commerce et l'investissement pour une meilleure nutrition.
- > Appliquer une taxe de 50% sur tout produit contenant du sucre ajouté ou d'autres édulcorants.
- > Promouvoir des campagnes d'éducation afin de sensibiliser le public et réduire la consommation de sucre.

Conformément aux tendances mondiales, les consommateurs des EAU sont de plus en plus conscients des produits qu'ils consomment, notant comme exemple la stévia qui a subi une évolution très importante sur ce marché puisqu'elle a été testée comme substitut du sucre blanc.

Le sirop de dattes qui, aussi, présente une alternative au sucre blanc, présente un énorme potentiel d'exportation vers les EAU, surtout que le marché des dattes, au Moyen-Orient est estimé d'atteindre une valeur marchande de 9,14 milliards de dollars d'ici 2025. Il n'est donc pas surprenant que certaines entreprises se spécialisent dans le commerce ou la vente au détail de dattes et ses produits dérivés.



## 5. NORMES D'ÉTIQUETAGE ET D'EMBALLAGE

Dans cette partie nous allons étudier les spécifications légales auxquelles les produits doivent se conformer. Il s'agit d'étudier les exigences en matière d'étiquetage et d'emballage.

### 5.1 Étiquetage

Pour l'étiquetage des produits alimentaires, les EAU appliquent la norme [GSO 9/2017](#) "Étiquetage des denrées alimentaires préemballées". Cette réglementation identifie les exigences des denrées alimentaires en matière d'étiquetage et s'applique à tous les produits expédiés en vrac et dans des emballages de détail.

En effet, il est primordial que les exportateurs se conforment aux exigences d'étiquetage des EAU et vérifient que toutes les informations mentionnées sur l'étiquette du produit sont exactes et lisibles.

D'une manière générale, les mentions obligatoires doivent être claires, visibles, non amovibles, et faciles à lire par le consommateur. Les noms, symboles ou images interdits ne doivent pas être utilisés.

Les importateurs sont tenus de vérifier la conformité de l'étiquette du produit à importer aux normes réglementaires. Cette vérification s'effectue avant l'entrée du produit au marché. Elle peut se faire via : [ZAD](#) : Portail fédéral intelligent pour le commerce alimentaire.

Ou

[FIRS](#) : Dubai Municipality's Food Import and Re-export Service.

#### 5.1.1 Langue

Les étiquettes doivent être en arabe. Les étiquettes multilingues (arabe/ anglais) sont également acceptées.

#### 5.1.2 Mentions obligatoires

##### 5.1.2.1 Nom du produit

Le nom du produit doit indiquer la nature du produit alimentaire. Il doit être spécifique et non générique:

- > Lorsqu'une norme GSO a stipulé le ou les noms à donner à une denrée alimentaire, il faut utiliser au moins l'un de ces noms. Dans les autres cas on doit utiliser le nom prescrit par la législation nationale.
- > Lorsqu'il n'existe pas de tel nom, il faut employer un nom habituel ou courant ou un terme descriptif approprié qui ne risque pas d'induire le consommateur en erreur.

L'étiquette devra porter en liaison avec le nom du produit, ou à proximité immédiate de celui-ci, les mots ou groupes de mots nécessaires pour éviter que le consommateur ne soit induit en erreur en ce qui concerne la nature et les conditions véritables de l'aliment, y compris son milieu de couverture, son mode de présentation, ainsi que l'état dans lequel il se trouve ou le type de traitement qu'il a subi, par exemple: déshydraté, concentré, reconstitué, fumé.

##### 5.1.2.2 Liste des ingrédients

- > A l'exception des aliments composés d'un seul ingrédient, l'étiquette doit comprendre une liste complète des ingrédients. Tous les ingrédients doivent être énumérés dans l'ordre décroissant



- > de leur poids initial (m/m) au moment de la fabrication du produit. La liste des ingrédients doit être précédée d'un titre approprié constitué du terme «ingrédient».
- > Lorsqu'un ingrédient d'une denrée alimentaire est lui-même constitué de deux ou plusieurs ingrédients, cet ingrédient composé peut être déclaré dans la liste des ingrédients, à condition d'être immédiatement suivi d'une liste entre parenthèses de ses propres ingrédients énumérés dans l'ordre décroissant de leur proportion (m/m).
- > Les additifs alimentaires doivent être mentionnés par leurs noms spécifiques ou leur classification internationale et leur fonction.
- > L'eau d'ajout doit être déclarée dans la liste des ingrédients, sauf quand elle fait partie elle-même d'un ingrédient - par exemple saumure, sirop ou bouillon - entrant dans la composition d'un aliment et déclaré comme tel dans la liste des ingrédients. L'eau ou les autres ingrédients volatils évaporés en cours de fabrication n'ont pas besoin d'être déclarés.
- > Dans le cas des aliments déshydratés ou concentrés devant être reconstitués avec de l'eau uniquement, une autre formule peut être utilisée à la place des dispositions générales de la présente section, à savoir: les ingrédients peuvent être énumérés selon leur ordre de proportion (m/m) dans le produit reconstitué à condition que figure une mention du type «ingrédients du produit préparé conformément aux instructions données sur l'étiquette».
- > A l'exception des ingrédients énumérés à la section 5/2/4 de la norme GSO 09/2017, les noms de catégorie ci-après peuvent être utilisés pour ces groupes d'ingrédients.

Groupe d'ingrédients	Nom de catégorie
Matières grasses raffinées	يصحب كلمة نوع الدهن صفة مناسبة مثل نباتية أو حيوانية حسب الحالة
Tous les types de saccharose	سكر
Dextrose anhydre et monohydrate de dextrose	دكستروز أو جلوكوز
Tous les fruits confits n'excédant pas 10% du poids du produit	فاكهة بلورية

Les noms de catégorie ci-après doivent figurer à côté du nom spécifique ou d'un numéro d'identification reconnu pour les additifs dont l'emploi est autorisé dans les normes GSO.

Noms des catégories en arabe :

- |                           |                       |
|---------------------------|-----------------------|
| - مواد المحافظة على اللون | - منظمات الحموضة      |
| - مواد الإستحلاب          | - أحماض               |
| - أملاح إستحلاب           | - مواد مانعة للتكتلات |
| - مادة مثخنة للقوام       | - مواد مانعة للرغوة   |
| - مواد معاملة للدقيق      | - مضاد أكسدة          |





- |                          |                           |
|--------------------------|---------------------------|
| - مواد مساعدة على للنكهة | - مواد تساعد على الإنتفاخ |
| - مواد لتكوين الرغوة     | - مواد ملونة              |
| - مواد رافعة             | - مواد تكوين الجيلي       |
| - مثبتات                 | - مواد ملمعة              |
| - محليات                 | - مواد مرطبة              |
| - مواد مغلظة للقوام      | - موادحافظة               |

Noms des catégories en anglais :

- |                       |                           |
|-----------------------|---------------------------|
| - Acidity Regulators  | - Colour Retention Agents |
| -Acids                | - Emulsifiers             |
| - Anti-caking Agents  | - Emulsifying Salts       |
| - Anti-foaming Agents | - Firming Agents          |
| -Anti-oxidants        | - Flour treatment Agents  |
| - Bulking Agents      | - Flavour Enhancers       |
| - Colours             | - Raising Agents          |
| - Gelling Agents      | - Foaming Agents          |
| - Glazing Agents      | - Stabilizers             |
| - Humectants          | - Sweeteners              |
| - Preservatives       | - Thickeners              |

> Pour les arômes autorisés à être utilisés, les mentions suivantes peuvent accompagner le terme arôme.

> en anglais : 'natural' / 'natural identical' / 'artificial '

> en arabe : اصطناعية/مماثلة للطبيعية/طبيعية

> Tout additif alimentaire transféré dans un aliment en quantité importante ou suffisante pour exercer une fonction technologique dans cet aliment à la suite de l'emploi de matières premières ou d'autres ingrédients dans lesquels l'additif a été utilisé doit être déclaré dans la liste des ingrédients.

> Les additifs alimentaires transférés dans les aliments à des niveaux inférieurs à ceux requis pour exercer une fonction technologique.

Allergène :

Il faut mentionner dans l'étiquette si un aliment ou l'un de ses composants a été obtenu par des méthodes biotechnologiques pouvant entraîner le transfert d'allergènes à lui à partir des matériaux mentionnés dans la clause (5/2/5).

### 5.1.2.3 Quantité nette

Le contenu net doit être déclaré selon le système métrique. Le contenu net moyen doit être déclaré de la manière suivante :

- > En mesures de volume pour les aliments liquides.
- > En mesures de poids pour les aliments solides.
- > En poids ou en volume pour les denrées pâteuses ou visqueuses.



Outre la déclaration du contenu net moyen, les denrées conditionnées dans un milieu liquide doivent porter une déclaration exprimée en unités métriques du poids égoutté du produit. On entend par milieu liquide : l'eau, les solutions aqueuses de sucre et de sel, les jus de fruits et de légumes uniquement dans les fruits et légumes en conserve, ou le vinaigre, seuls ou en combinaison.

#### 5.1.2.4 Date de durabilité minimale (DDM) ou date limite de consommation (DLC)

Les dates de production et de péremption doivent être gravées, embossées, imprimées ou estampées directement sur l'étiquette originale ou l'emballage primaire à l'aide d'une encre indélébile. Les dates imprimées sur des autocollants ne sont pas acceptées.

Une seule série de dates de production et d'expiration est autorisée et doit être imprimée dans l'ordre suivant :

- > Jour/mois/année, pour les produits dont la durée de conservation est inférieure ou égale à trois (3) mois.
- > Jour/mois/année ou mois/année pour les produits ayant une durée de conservation supérieure à trois (3) mois.

Dans le format mois/année, le dernier jour du mois est considéré comme la date de péremption. Le mois peut être imprimé en chiffres ou en lettres. Par exemple, les dates 3/2013 et mars 2013 sont toutes deux acceptables.

La date d'expiration doit être précédée de l'une des mentions suivantes (avec l'obligation de mentionner la date de production)

«Expiration (date)» / تاريخ إنتهاء الصالحة

Consume until ..... / تستهلك حتى تاريخ

Best until ..... from production date/ صالحة لمدة ..... من تاريخ إنتاج

Best before date ..... / يستهلك قبل تاريخ

Toute condition particulière pour l'entreposage de l'aliment devra être indiquée sur l'étiquette si la validité de la date en dépend.

#### 5.1.2.5 Conditions de conservation ou conditions d'utilisation

Il faut clarifier sur l'étiquette les conditions liées au stockage si la date limite de consommation dépend de la disponibilité de ces conditions.

#### 5.1.2.6 Pays d'origine

Le pays d'origine de fabrication du produit doit être indiqué. Si la denrée alimentaire a subi des opérations de transformation dans un deuxième pays qui modifient sa nature d'origine, le pays dans lequel cette transformation est effectuée sera considéré comme le pays d'origine.

#### 5.1.2.7 Nom ou raison sociale et l'adresse du fabricant et de l'importateur

Le nom et l'adresse du fabricant doivent être indiqués au cas où le conditionneur ne serait pas le fabricant. Le nom du distributeur, de l'exportateur, du vendeur ou de l'importateur peut être également écrit.



#### 5.1.2.8 Mode d'emploi

Le mode d'emploi doit être mentionné sur l'étiquette, y compris les instructions de retraitement si l'aliment l'exige pour s'assurer que le produit soit correctement utilisé.

#### 5.1.2.9 Marquage des lots

L'identification du lot doit figurer sur l'étiquette d'un aliment préemballé. Elle doit être facilement visible, clairement lisible et indélébile.

#### 5.1.2.10 Déclarations nutritionnelles

Les informations nutritionnelles suivantes doivent être déclarées sur les étiquettes des denrées alimentaires préemballées destinées à la consommation directe ou après réchauffement :

- > La valeur nutritive de la denrée alimentaire préemballée pour inclure les éléments essentiels tels que les glucides, les lipides, les protéines, les fibres alimentaires, l'énergie ;
- > En cas d'ajout de vitamines, de sels minéraux ou de tout autre élément diététique en tant qu'ingrédient, la valeur de chaque élément diététique doit être déclarée séparément dans l'information nutritionnelle accompagnant la denrée alimentaire préemballée ;
- > Toutes les informations nutritionnelles et/ou le contenu net sont indiqués en pourcentage du poids s'il est inférieur à 100 grammes ou 100 ml ou par portion de la denrée alimentaire spécifiée par le fabricant ;
- > Les informations sont déclarées en unités internationales (gramme, mg, ug, UI) et en kilocalories pour les valeurs énergétiques ;
- > Les allégations nutritionnelles et de santé sur les denrées alimentaires emballées doivent être correctes et non trompeuses et ce selon la GSO 2333.

#### Allégation nutritionnelle

La norme [GSO 2333:2018](#) "Permitted Health and Nutrition Claims Made on Food and Conditions of Use" et la norme GSO CAC GL 1:2002 "General Guidelines on Claims" concernent l'utilisation des allégations nutritionnelles et de santé dans l'étiquetage et la publicité des denrées alimentaires". Ce règlement complète les "[Directives générales sur les allégations](#)" du Codex.

Note : Les allégations nutritionnelles et de santé ne sont pas autorisées dans les aliments pour nourrissons et enfants en bas âge, sauf si cela est spécifiquement prévu dans les normes correspondantes du Codex ou dans la législation nationale.

#### 5.1.3 Mentions facultatives

Des mentions supplémentaires, des images ou des graphiques peuvent être imprimés ou photographiés sur l'étiquette, à condition qu'ils ne soient pas en contradiction avec les exigences d'étiquetage obligatoires, qu'ils ne contiennent pas de déclaration médicamenteuse ou thérapeutique, ou qu'ils ne violent pas les dispositions de la norme GSO 9/2017.

Le marquage de la déclaration de qualité du produit doit être lisible, compréhensible et ne doit pas être trompeur ou mensonger.



#### 5.1.4 Exigences pour le sirop de datte

Sans préjudice des exigences mentionnées dans la norme GSO 9 :2017, les éléments suivants doivent être pris en considération dans les étiquettes du sirop de datte, en suivant la norme [GSO 1813:2012](#) "Dates Syrup"

- > Dates de production.
- > Méthode d'extraction du type (facultatif).
- > Mentionner que le produit a été extrait d'une classe de dattes et, s'il provient de plusieurs types, noter un « mixture of dates » ou de « different varieties ».
- > Concentration en % de solides solubles (m/m).

#### 5.1.5 Aliments irradiés

La norme [GSO 9:2017](#), stipule que tous les aliments et ingrédients alimentaires irradiés doivent être identifiés sur l'étiquette de l'emballage et porter le logo international suivant :



Radiation International Code

*Il est à noter que :*

- > Lors de l'utilisation d'un produit irradié comme ingrédient dans un autre aliment, cela doit être clairement indiqué dans la liste des ingrédients.
- > Lors de la préparation d'un produit à un seul composant extrait d'une matière première traitée par radiation, cela doit être indiqué dans la liste des ingrédients.

#### 5.1.6 Aliments biologiques

Pour la qualification d'un produit comme étant biologique, il faut que le pourcentage d'ingrédients biologiques d'origine agricole ne soit pas inférieur à 95% dans un seul produit alimentaire présenté dans son emballage final.

La norme [GSO CAC GL 32 : 2013](#) "Guidelines for the production, processing, labelling and marketing of organic produced foods" stipule qu'un produit revendiqué comme biologique doit comporter un logo biologique et être accompagné d'un certificat de l'autorité gouvernementale compétente.

#### 5.1.7 Aliments diététiques

Sans préjudice de ce qui est indiqué dans les normes GSO 9/2017, les produits diététiques doivent être conformes à la réglementation [GSO 654/2012](#) « General requirements for prepackaged foods for special dietary use ». Cette norme stipule que pour ces produits :

La dénomination "special dietary", "special dietetic" ou un terme équivalent approprié ne peut être utilisée conjointement avec le nom que lorsque le produit correspond à la définition suivante :

Les aliments diététiques ou de régime sont des aliments expressément traités ou préparés pour répondre à des besoins diététiques correspondant à un état physique ou physiologique particulier



et/ou à des maladies et troubles spécifiques et qui sont présentés comme tels. La composition de ces aliments doit être sensiblement différente de celle des aliments ordinaires de nature comparable, si ces derniers existent. La caractéristique essentielle doit être indiquée en termes descriptifs appropriés à proximité immédiate du nom de la denrée alimentaire.

Pour plus d'informations sur les exigences d'étiquetage des produits diététiques, veuillez, vous référer à la norme [GSO 654/2012](#).

## 5.2 Emballage

Les EAU disposent d'une liste exhaustive des exigences relatives aux emballages alimentaires, avec plus de deux douzaines de réglementations GSO concernant une multitude de matériaux en contact avec les aliments.

Comme premier point de référence, les emballages aux EAU doivent suivre la norme [GSO 839:1997 Food Packages - Part 1: General Requirements](#) qui établit les règles applicables aux emballages alimentaires, y compris les emballages en métal, verre, plastique, papier, carton, textile multicouches et bois. De même, la [GSO Food packages – Part 2: Plastic package –General requirements](#)", identifie des exigences supplémentaires pour les emballages en plastique en contact avec les aliments. Enfin, le programme des EAU pour le contrôle des matériaux en contact avec les aliments (FCM) impose la conformité avec la norme [GSO 2231 "General Requirements For The Materials Intended To Come Into Contact With Food"](#).

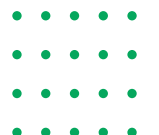
Selon la norme [GSO 839:1997](#), l'emballage alimentaire se définit comme étant *“Contenants fabriqués ou formés à partir de matériaux d'emballage appropriés pour les aliments à des fins de protection, de conservation et de facilitation de l'utilisation, tels que les boîtes métalliques, les contenants en verre et en plastique, les feuilles, les sacs en papier, en plastique et en textile, les boîtes en bois et en plastique, les contenants en carton ou tout autre type de contenant, y compris les emballages primaires et secondaires”*.

### 5.2.1 Emballage et déchets d'emballage

L'utilisation des emballages alimentaires aux EAU doit être conforme à la norme GSO 839 qui stipule qu'il faut que :

- > Tous les matériaux utilisés dans la fabrication, la formation ou le traitement des emballages alimentaires doivent être adaptés aux aliments et conformes à la norme GSO appropriée.
- > Les emballages alimentaires doivent être propres et dans un état qui ne permet aucune possibilité de contamination.
- > Ils préservent les propriétés du matériel préemballé et le protègent contre les odeurs, les saveurs et les goûts indésirables.
- > Ils assurent une protection du produit contre la contamination par des micro-organismes, des insectes, des rongeurs et de la saleté.
- > Ils soient imperméables à l'humidité pour les produits qui en ont besoin.
- > Ils soient imperméables à la lumière et à l'oxygène pour les produits qui en ont besoin.
- > Ils n'affectent pas le contenu de l'emballage en raison de la migration de certains de ses composants
- > Ils fournissent la protection nécessaire.





Pour les exigences relatives à la conception ainsi qu'au transport et au stockage de l'emballage alimentaire, veuillez-vous référer à la norme GSO 839 :1997.

### 5.2.2 Matériaux et objets destinés à entrer en contact avec les denrées alimentaires

La norme GSO 2231/2012 gère les exigences les matériaux et objets qui, dans leur état fini, sont destinés à entrer en contact avec les denrées alimentaires ou transférer leurs composants vers les denrées alimentaires dans des conditions normales. Ceci inclue les matériaux et objets actifs et intelligents (A/I) en contact avec des denrées alimentaires.

La norme comprend une liste de matériaux (par exemple, les adhésifs, les caoutchoucs, le verre, les plastiques, le papier et le carton) qui peuvent faire l'objet de mesures spécifiques au niveau de la GSO ou au niveau national. La norme précise que les mesures spécifiques peuvent porter sur la composition, la pureté, les conditions d'utilisation et les limites de migration de ces divers matériaux.

#### Matériaux et objets actifs/matériaux et objets intelligents

Les matériaux et objets intelligents désignent *“les matériaux et objets qui contrôlent l'état des denrées alimentaires emballées ou l'environnement qui les entoure”*.

La sécurité des matériaux en contact avec les aliments doit être évaluée car les molécules peuvent migrer des matériaux vers les aliments. Les matériaux et objets, y compris les matériaux et objets actifs et intelligents, doivent être fabriqués conformément aux bonnes pratiques de fabrication de manière à ce que, dans des conditions d'utilisation normales ou prévisibles, ils ne transfèrent pas leurs constituants aux denrées alimentaires en quantités qui pourrait :

a) Mettre en danger la santé humaine ;

Ou

b) Provoquer une modification inacceptable de la composition de la denrée alimentaire ;

Ou

c) Entraîner une détérioration de ses caractéristiques organoleptiques.

Pour plus d'informations sur les matériaux et objets intelligents, veuillez cliquer [ici](#).

### 5.2.3 Emballage en papier et en carton

L'emballage en papier ou en carton doit respecter la norme [GSO 458:1994](#) “Wrapping paper and paper bags”. Cette norme précise les exigences en matière de sacs en papier utilisés pour l'emballage de denrées alimentaires et d'autres produits. Elle précise également les différents types et dimensions du papier d'emballage ainsi que les styles et les dimensions des sacs en papier.

### 5.2.4 Emballage en plastique

Au Qatar, les emballages en plastiques doivent suivre la norme [GSO 1863:2013](#) "Food packages – Part 2: Plastic package - General requirements". En plus des exigences d'emballage énoncées dans la norme GSO 839, les emballages en plastique doivent respecter des exigences portant sur leur origine, leur homogénéité, leur exemption des matières étrangères et le respect de la santé des consommateurs.



### 5.2.5 Exigences relatives à l'emballage du sirop de datte

Le sirop de datte doit être emballé dans un récipient hygiénique et imperméable à l'humidité et bien scellé conformément à la norme [GSO 839:1997](#).

### 5.3 Modèle d'emballage et d'étiquette



## 6. CONTACTS UTILES

EMIRATES STANDARDIZATION AND METROLOGY AUTHORITY (ESMA)  
BUREAU DE DUBAI



مصلحة الإمارات للمواصفات والمقاييس  
Emirates Authority For Standardization & Metrology

Business Avenue Building - Sheikh Rashid Rd - Dubai

Tel: + 971 600565554/

Fax: + 971 (4) 2944428

Email: [customercare@esma.gov.ae](mailto:customercare@esma.gov.ae)

Web: <http://www.esma.gov.ae/ar-ae/pages/default.asp>

Dubai Municipality (DM)  
SECTION FOOD



بلدية دبي  
DUBAI MUNICIPALITY

Building 20, Baniyas Road, Al Rigga area, Deira, P.O.Box: 67, Dubai, United Arab Emirates

Phone : +971 4 2215555 / 971 4 2064201 / +971 4 2064232

Fax: +971 4 2246666

E-mail: [foodcontrol@dm.gov.ae](mailto:foodcontrol@dm.gov.ae)

Web: <https://www.dm.gov.ae/about-dubai-municipality/>





## 7. SOURCES

<https://www.foodbusinessafrica.com/uae-and-ksa-food-beverage-market-to-surpass-us80bn-in-2020/#:~:text=Frost%20%26%20Sullivan%20estimates%20that%20the,US%2434.6%20billion%20in%202019.>

<https://bestfoodimporters.com/uae-food-imports-2018-getting-in-touch-with-importers-in-order-to-export-to-this-ever-growing-market/>

<https://www.agr.gc.ca/eng/international-trade/market-intelligence/reports/market-overview-united-arab-emirates/?id=1585572092841>

<https://www.khaleejtimes.com/business/local/demand-for-organic-products-to-rise-in-gcc>

<https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/g/germany/DEU.pdf>

[https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Natural%20and%20Organic%20Food%20Market%20in%20the%20United%20Arab%20Emirates\\_Dubai\\_United%20Arab%20Emirates\\_12-04-2019](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Natural%20and%20Organic%20Food%20Market%20in%20the%20United%20Arab%20Emirates_Dubai_United%20Arab%20Emirates_12-04-2019)

[https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/chafea/files/handbook-uae\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/chafea/files/handbook-uae_en.pdf)

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ae/pdf/food-beverage-2018.pdf>



# GUIDE D'ACCÈS AU MARCHÉ ÉMIRATI

Pour le produit **SIROP DE DATTE**



Ce document a été préparé dans le cadre du « Projet d'Accès aux Marchés pour les Produits Agroalimentaires et du Terroir – phase 2 (PAMPAT 2) », mis en oeuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), avec un financement du Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

Le projet PAMPAT 2 sera mis en oeuvre entre 2020 et 2024 en étroite collaboration avec le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'appui à l'Investissement, le Ministère de l'Industrie, de l'Énergie et des Mines, le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche ainsi qu'avec l'APIA, le CEPEX, le GICA, le GIDATTES et le GIFRUITES.

Le projet PAMPAT 2 vise à valoriser et à faciliter l'accès aux marchés des produits de quatre filières : figue de barbarie/cactus, dérivés de dattes, tomates séchées, grenades. Une stratégie nationale de promotion des produits du terroir tunisiens sera développée et mise en oeuvre dans deux régions pilote. Le projet fournira également un appui pour l'organisation bisannuel du Concours Tunisien des Produits du Terroir.

Le projet PAMPAT 2 collabore avec le SIPPO (Swiss Import Promotion Programm) financé par SECO en ce qui concerne les activités de promotion de l'accès aux marchés.

Pour plus d'informations : [www.pampat.tn](http://www.pampat.tn)

E-mail : [pampattunis@unido.org](mailto:pampattunis@unido.org)