

100MAD / 11€ / 12\$

Avril 2025 - N°159

RESAGRO

Le mensuel des décideurs



AGRICULTURE :
LE SIAM AU CŒUR DE L'AVENIR AGRICOLE

ECONOMIE :
GITEX AFRICA 2025 :
LE CONTINENT AFFIRME SON AVENIR NUMÉRIQUE

AGROALIMENTAIRE :
LA GRANDE DISTRIBUTION DANS UN MARCHÉ MAROCAIN
EN RECOMPOSITION

HORECA :
COMMENT LES MINI-CAFÉS ET LE "COFFEE TO GO"
RÉINVENTENT NOTRE PAUSE CAFÉ ET SECOUENT
L'ÉCONOMIE MAROCAINE ?

Nous **développons** différentes
solutions pour répondre à vos **besoins**



PROPRETÉ
& HYGIÈNE 3D



SÉCURITÉ PHYSIQUE
& ÉLECTRONIQUE



MAINTENANCE
MULTI-TECHNIQUES



PRESTATION
MULTI-SERVICES



PILOTAGE
FM

Créateurs de sérénité

jamainbaco.com
+212 522 709 907

**DIRECTEUR
DE PUBLICATION**

Alexandre Delalonde

RÉDACTRICE EN CHEF

Amina Benzekri

RÉDACTRICE

Rita Habchi

Rita.habchi@resagro.com

**DIRECTEUR ARTISTIQUE
CHEF DE PROJETS WEB**

Mohamed El Allali

SERVICE COMMERCIAL

contact@resagro.com

(+212) 529 675 976

(+212) 672 22 76 10

(+212) 672 22 76 58

**CORRESPONDANTE
FRANCOPHONE**

Dominique Pereda

dpereda@resagro.com

pereda.resagro@gmail.com

**CORRESPONDANTE
ANGLOPHONE**

Fanny Poun

fanny@resagro.com

**CORRESPONDANTE
HISPANOPHONE**

Laetitia Saint-Maur

laetitia@resagro.com

**RESPONSABLE
DISTRIBUTION**

Morad Qerqouri



ÉDITO

Le Maroc en mouvement

Chers décideurs,

À l'heure où le Maroc redéfinit ses priorités face aux défis économiques, sociaux et environnementaux, l'agriculture s'impose plus que jamais comme un levier stratégique de résilience et d'innovation. C'est cette ambition que traduit le Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM), dont l'édition 2025, à

Meknès, incarne une vision tournée vers l'avenir ; celle d'une agriculture durable, technologique et profondément connectée à son terroir.

Ce numéro s'inscrit dans cette dynamique de transformation qui traverse l'ensemble du tissu économique. À commencer par la grande distribution, deuxième plus grand employeur du pays après l'agriculture. Le secteur se réinvente à grande vitesse sous l'effet de la digitalisation, de la montée du discount et de l'évolution des attentes des consommateurs.

Dans le même élan, le GITEX Africa 2025, à Marrakech, a mis en lumière l'enthousiasme technologique du continent, notamment en matière d'intelligence artificielle et de cybersécurité, renforçant la place de l'Afrique sur l'échiquier numérique mondial. Parallèlement, le secteur de la restauration voit émerger de nouveaux modes de consommation, à l'image des mini-cafés et du "coffee to go", qui bousculent les traditions et s'adaptent aux rythmes de vie urbains. Cette tendance témoigne d'une société en mouvement, où la praticité et la rapidité sont de plus en plus valorisées.

Enfin, à l'heure où chaque détail compte dans la compétitivité des entreprises, l'emballage devient un véritable outil stratégique. À travers notre focus sur GPC Carton, découvrez comment l'innovation dans ce domaine accompagne les industries marocaines avec des solutions durables et performantes.

Bonne lecture !

Compad, agence de communication BP 20028 Hay Essalam C.P - 20203
- Casablanca / Tél. : (+212) 5 29 675 976 / contact@resagro.com / www.
resagro.com / RC :185273 - IF: 1109149 / ISSN du périodique 2028 - 0157
/ Date d'attribution de l'ISSN juillet 2009 / Dépôt légal : 0008/2009 / Tous
droits réservés.

Reproduction interdite sauf accord de l'éditeur.

SOMMAIRE



28

03

ÉDITO

18

INTERVIEW

Interview Mounir El Bari
DG de GPC Papier et Carton et des
Eaux Minérales Al Karama

26

AGRICULTURE

L'INRA au service de la résilience
de l'agriculture face aux défis du
changement climatique

32

AGROALIMENTAIRE

La grande distribution
dans un marché marocain en
recomposition

05

PÉRISCOPE

20

AGRICULTURE

Le SIAM au cœur de l'avenir agricole

28

ECONOMIE

GITEX Africa 2025 :
Le continent affirme son avenir
numérique

38

HORECA

Comment les mini-café et le
"coffee to go" réinventent notre
pause café et secouent l'économie
marocaine ?



38



20

CULTIVER L'AVENIR
GRÂCE À DES SYSTÈMES AGRICOLES
DURABLES ET RÉSILIENTS



17^{ÈME} ÉDITION
SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE AU MAROC
DU 21 AU 27 AVRIL - MEKNÈS



OCP | NUTRICROPS

UM6P

Université
Mohammed VI
Polytechnique

INNOVX

YNNA AU SIAM 2025 :

QUAND L'INDUSTRIE S'ENGAGE POUR UNE AGRICULTURE DURABLE

Meknès, 16 avril 2025 – Sur plus de 300 m² d'exposition, le groupe YNNA marque sa présence remarquée au Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM) à travers ses quatre filiales industrielles : Dimatit, Fibrociment, GPC Papier et Carton, et Afrique Câbles. Cette participation ambitieuse reflète une stratégie industrielle orientée vers l'innovation l'écoresponsabilité, et la proximité avec les besoins du monde agricole.

Face à une agriculture en pleine mutation, les filiales du groupe présentent des solutions concrètes pour répondre aux défis climatiques, technologiques et économiques. La réduction de l'empreinte carbone et la mise en œuvre d'un ambitieux programme d'efficacité énergétique témoignant d'une transition industrielle en profondeur.

« Le SIAM est une vitrine de notre engagement environnemental, mais aussi un message fort envoyé au secteur agricole : l'industrie peut être un moteur de durabilité », déclare Sarah Kerroumi, Secrétaire Générale du groupe YNNA. « À travers nos investissements, notre volonté est claire : apporter des solutions concrètes

aux défis agricoles tout en consolidant une souveraineté industrielle et agricole nationale, qui passe par l'innovation, la proximité terrain et la réduction de notre dépendance aux importations. »

Au SIAM 2025, les filiales industrielles de YNNA présentent des innovations pensées pour une agriculture plus résiliente et écoresponsable :

FIBROCIMENT propose une nouvelle génération de plaques et panneaux sandwich pour la construction rapide de tout type de bâtiments agricoles tout en assurant efficacité énergétique et durabilité.

GPC Papier & Carton innove avec des emballages agricoles 100 % recyclables, intégrant une technologie d'impression numérique haute définition, unique en Afrique, pour plus de traçabilité et d'impact.

AFRIQUE CÂBLES mise sur l'électrification verte avec des batteries sans entretien pour véhicules Euro 6 et des batteries GEL solaires, robustes et adaptées aux zones rurales.

DIMATIT accompagne le plan Génération Green avec des solutions d'irrigation durables qui soutiennent la transition agricole vers une gestion plus verte, moderne et inclusives en phase avec les ambitions nationales.

Avec cette présence forte au SIAM 2025, YNNA réaffirme son rôle de catalyseur de changement, conjuguant performance industrielle, respect de l'environnement et accompagnement du monde agricole vers un avenir plus résilient.





We create chemistry

من أجل حبنا
للفلاحة،
أعظم مهنة
على وجه
الأرض.

#من_أجل_حبنا_للفلاحة
#أعظم_مهنة_على_وجه_الأرض

تحت الرعاية السامية لصاحب الجلالة الملك محمد السادس نصره الله
ⵜ ⴰⵎⵓⵔⴰ ⴰⵎⵓⵔⴰ ⴰⵎⵓⵔⴰ ⴰⵎⵓⵔⴰ ⴰⵎⵓⵔⴰ ⴰⵎⵓⵔⴰ ⴰⵎⵓⵔⴰ ⴰⵎⵓⵔⴰ ⴰⵎⵓⵔⴰ
SOUS LE HAUT PATRONAGE DE SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI QUE DIEU L'ASSISTE



17^e
ÉDITION

AGRICULTURE & MONDE RURAL

L'EAU AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

DU 21 AU 27 AVRIL 2025
À MEKNÈS

PAYS À L'HONNEUR : FRANCE

PARTENAIRES PUBLICS



SPONSORS OFFICIELS



SPONSORS GOLD





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

France™



Pavillon France

SIAM 2025

Organisé par



Hall International

Le Pavillon France est présent depuis quatorze ans sur le SIAM.

Plus d'une cinquantaine d'entreprises et partenaires présents avec leur savoir-faire pour les filières de l'élevage, l'agriculture et l'agroéquipement.



PAYS À
L'HONNEUR
FRANCE



Programme de conférences



Espace conférence
du Pavillon France

MARDI 22 AVRIL

CIRAD

9h-12h

Région Auvergne-Rhône-Alpes
INTERBEV

15h-16h

MERCREDI 23 AVRIL

CIRAD

9h-13h

JEUDI 24 AVRIL

Région Occitanie

14h-17h

CIRAD

14h-17h



Catalogue et Programme



MACFRUT, BIEN PLUS QU'UN SALON

Un voyage à travers la filière mondiale des fruits et légumes, qui se tiendra au Parc des Expositions de Rimini du 6 au 8 mai 2025. Une 42e édition en pleine croissance : +6 % de surface d'exposition, plus de 1 400 exposants, 40 % de visiteurs internationaux, 1 500 acheteurs de renom, trois symposiums internationaux, l'Égypte comme pays partenaire. Un tout nouvel événement : « The Healthy Food Show ». Macfrut 2026 est reporté à la mi-avril.

Macfrut, bien plus qu'un salon professionnel : un voyage d'un an à travers la filière mondiale des fruits et légumes, qui se tiendra au Parc des Expositions de Rimini du mardi 6 au jeudi 8 mai 2025. Pour sa 42e édition, Macfrut lance un message fort : notre santé dépend de ce que nous mangeons, et les fruits et légumes sont essentiels à une alimentation saine. En d'autres termes, « alimentation saine », titre d'un nouvel événement de

Macfrut 2025 : une grande arène avec des experts scientifiques, des chefs et des personnalités italiennes célèbres comme porte-parole de ces valeurs.

Tout cela est prévu pendant les trois jours de l'événement, qui connaît une nouvelle croissance : une augmentation de la surface d'exposition (+6 %), plus de 1 400 exposants, de nombreux visiteurs internationaux (40 %) et 1 500 acheteurs de premier plan du monde entier qui pourront se connecter avec les exposants via une plateforme de réseautage dédiée, véritable point fort de l'événement. Trois symposiums internationaux (biotechnologie, pomme de terre, plantes aromatiques méditerranéennes), l'Égypte comme pays partenaire, la région du Latium comme partenaire, des expositions thématiques sur les tendances et les développements du secteur coordonnées par une équipe d'experts, un champ d'essai d'innovations fruitières et horticoles, et plus de 100 événements prévus pendant les trois jours du salon.

Une nouvelle importante a été annoncée : l'édition 2026 se tiendra du 14 au 16 avril. La date de l'événement a été modifiée afin de profiter des nouvelles installations du Parc des Expositions de Rimini, qui permettront le développement de formats nouveaux et innovants.



LE MEILLEUR EMBALLE LES MEILLEURS



ÉLU PRODUIT DE L'ANNÉE MAROC



- Les lauréats de 2025 célébrés le 30 avril prochain
- Ils ont été plébiscités par le vote de 3.000 consommateurs marocains et d'un test en situation réelle
- Élu pour son goût se maintient et distingue les marques alimentaires

Le label Élu Produit de l'Année Maroc célèbrera le 30 avril prochain ses lauréats au titre de l'édition 2025, lors d'une cérémonie dédiée. Sur la liste des distinguées cette année, notamment les marques Mio, NESCAFE, Shell, Mia et LG.

Comme à l'accoutumé, les gagnants, soit un seul et unique produit ou service, ayant obtenu le score le plus élevé dans sa catégorie, représentent plusieurs secteurs du marché marocain.

Les gagnants décrochent une licence d'un an pour utiliser sur tout leur matériel de communication le logo le plus efficace pour susciter un choix face à une offre variée en rayons.

En effet, selon l'étude Nielsen de mars 2023 diagnostiquant le territoire marocain, apparaissant sur le packaging d'un industriel ou l'annonce d'un prestataire, le logo rouge incite 70% des consommateurs Marocains à choisir. Il est, en effet, connu et reconnu par 75% des répondants et perçu par cette même proportion tel un gage de satisfaction, tandis qu'il s'agit pour 67% d'entre eux d'une caution, garantie ou encore une référence.

Plébiscité par 72 % des consommateurs sondés pour son impact positif sur l'image de marque, le logo « Élu Produit de l'Année Maroc » est recommandé pour se démarquer aussi bien sur le marché national qu'international.

Son efficacité commerciale étant, en outre, observée dans plus d'une quarantaine de pays de présence à travers le monde. Décerné à 100% par des consommateurs, pour les consommateurs.

Par ailleurs, comme pour les éditions précédentes, l'édition 2025 bénéficiera également aux participants non lauréats. En plus de ceux qui obtiennent le statut exclusif de « Produit de l'Année », tous recevront une étude complète sur la catégorie de leur produit ou service, une source précieuse d'informations et de recommandations pour s'améliorer. Ces rapports détaillent notamment le positionnement au sein de la catégorie ainsi que les scores obtenus. De plus, les participants pourront exploiter ces données stratégiques dans leur communication, renforçant ainsi leur impact et leur visibilité grâce à l'influence positive générée.

Avec FILIERE

Je sais

- ✓ que les produits sont contrôlés et sains
- ✓ que les coopératives et agriculteurs sont soutenus et accompagnés
- ✓ que l'eau et les sols sont protégés
- ✓ où et qui cultive les produits



**La qualité au
meilleur prix**

EXCLUSIVEMENT CHEZ



**1^{ER} CONGRÈS NATIONAL DES AGRUMES -
MARRAKECH, 13 AU 15 MAI 2025**



« Challenges multiples sur la filière des agrumes : quels leviers pour agir ? »

C'est un rendez-vous inédit, né d'un constat clair : la filière agrumicole traverse une période décisive. Entre changements climatiques, stress hydrique, augmentation des coûts de production, raréfaction de la main d'œuvre et concurrence internationale accrue, il devient urgent de réfléchir, d'agir et d'innover.

L'interprofession des Agrumes, Maroc Citrus, organise la 1^{ère} édition du Congrès National des Agrumes à Marrakech sous l'égide du Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts.

Pendant trois jours, les acteurs majeurs de la filière agrumicole : producteurs, conditionneurs, transformateurs, exportateurs, chercheurs, industriels et institutionnels, se rassemblent pour réinventer ensemble l'avenir des agrumes marocains.

L'un des temps forts du congrès sera la présentation en avant-première des résultats du recensement et de la cartographie du verger agrumicole marocain, un travail de fond mené par Maroc Citrus, qui servira de base à l'analyse stratégique et à la prise de décision sectorielle.

Pourquoi ce congrès est incontournable :

Il promet d'être un espace d'échange entre tous les acteurs de la chaîne agrumicole, une tribune scientifique pour partager les derniers résultats de la recherche et une plateforme de concertation pour bâtir une feuille de route ambitieuse et réaliste.

MOROCCO TOMATO CONFERENCE 2025 – LA FILIÈRE TOMATE À L'HONNEUR À AGADIR

La tomate, pilier de l'export agricole marocain, sera au centre des échanges lors de la 4^e édition des Agriconférences, avec un événement phare : la Morocco Tomato Conference, qui se tiendra le 21 mai 2025 à Agadir.

Ce rendez-vous de référence réunira plus de 600 professionnels venus du Maroc et de l'international – producteurs, exportateurs, techniciens, industriels, fournisseurs, investisseurs et experts – pour une journée intense de réflexion, de networking et de partage d'expertise.

Objectif de cette édition :

- Faire le point sur les techniques de production innovantes,
- Analyser les évolutions des marchés et les tendances à l'export,
- Aborder les défis liés à la durabilité, la compétitivité et la qualité,
- Encourager les synergies entre acteurs nationaux et internationaux.

En tant que plus grand événement dédié à la filière tomate dans la région, la Morocco Tomato Conference est une plateforme stratégique pour accompagner la croissance du secteur et renforcer la position du Maroc sur les marchés mondiaux.

Que vous soyez un acteur de la production, un fournisseur d'intrants ou de technologies, un acteur logistique ou un porteur de projet, cet événement est l'occasion idéale pour se connecter, s'informer et anticiper l'avenir de la filière.





syngenta®

**Retrouvez le goût
et la résistance chez Syngenta**



28ÈME ÉDITION DE LA PWC GLOBAL CEO SURVEY



Les PDG marocains renouvellent leur confiance dans l'économie marocaine et internationale malgré les turbulences géopolitiques. La technologie et le risque climatique s'imposent comme des impératifs de transformation des entreprises

- 81 % des dirigeants marocains sont confiants quant aux perspectives de croissance de l'économie marocaine (vs. 90 % en 2024)
 - 52% des dirigeants marocains sont confiants quant aux perspectives de l'économie mondiale (vs. 58 % en 2024)
 - 90 % des dirigeants marocains s'estiment confiants quant à la croissance de leur entreprise sur les 12 prochains mois.
 - 71 % des CEO marocains prévoient l'intégration systématique de l'IA dans les processus de leur entreprise d'ici trois ans.
 - Les conflits géopolitiques deviennent le premier facteur de risque identifié par 34 % des dirigeants marocains, suivis par l'inflation (23 %), le risque climatique (20 %), et le risque cyber (10 %).
 - Près de la moitié des dirigeants prévoient des opérations de fusion/ acquisition à court terme
- Cette étude a été menée auprès de plus de 4700 dirigeants internationaux dans 109 pays, avec une déclinaison au Maroc comme au Maghreb afin d'apprécier de façon plus spécifique les enjeux économiques et stratégiques qui se posent à notre région.

Un optimisme renouvelé malgré le risque géopolitique

La confiance des dirigeants dans l'économie marocaine est renouvelée (81% des répondants) et ce, malgré un contexte mondial marqué par de très fortes tensions géopolitiques. Bien qu'en léger recul par rapport aux 90 % enregistrés en 2024, cet optimisme témoigne de la résilience du tissu économique national.

Le risque géopolitique est désormais perçu comme la principale menace pour 34 % des dirigeants marocains. Dans ce climat incertain, 90 % des chefs d'entreprise restent pour autant confiants quant à la croissance de leur propre entreprise au cours des 12 prochains mois. La prudence est de mise à l'échelle mondiale : 51 % des dirigeants se disent optimistes pour l'économie globale, contre 58 % l'an dernier.



LIVRER L'EXCELLENCE

Engagement, Responsabilité et Transparence: les piliers de notre approche logistique!



Transport
National et
International



Freight
Forwarding



Transport
pour Foires
et Salons



Logistique
et Stockage

PLUS DE
70
ANS
DE SAVOIR-FAIRE



INTERVIEW MOUNIR EL BARI

DIRECTEUR GENERAL DE GPC PAPIER ET CARTON ET DES EAUX MINERALES AL KARAMA

Depuis 30 ans, GPC - Papier et Carton s'impose comme un partenaire de référence pour de nombreux secteurs, y compris l'agroalimentaire. Quelles sont aujourd'hui vos principales contributions à ce secteur ?

GPC - Papier et Carton accompagne les acteurs de l'agroalimentaire en leur fournissant des solutions d'emballage fiables, durables et parfaitement adaptées aux contraintes logistiques et sanitaires. En 2024 nous avons livré plus de 120 millions d'emballages destinés à des produits alimentaires, frais ou transformés.

Notre appartenance au Groupe YNNA, acteur industriel de référence au Maroc et en Afrique, nous confère une assise stratégique, financière et logistique qui nous permet de monter en puissance, d'investir dans des technologies de pointe

et d'être présents sur des marchés toujours plus exigeants.

L'emballage joue un rôle clé dans la chaîne de valeur agroalimentaire. Comment GPC répond-elle aux exigences de qualité, de durabilité et d'innovation de ses clients ?

Nous considérons l'emballage comme un maillon stratégique de la chaîne de valeur et investissons continuellement dans la qualité de nos matières premières, le contrôle de nos procédés de fabrication, et la formation de nos équipes. Nos produits répondent aux normes internationales de sécurité alimentaire (Certification BRC de tous les sites de GP), et nous développons des solutions sur-mesure pour allier performance, design et écoresponsabilité.

L'innovation est également au cœur de notre démarche, avec l'introduction de solutions allégées, recyclables, et optimisées pour la logistique.



C'est ainsi, que nous avons lancé dernièrement sur notre site de Mohammedia, un investissement innovant pour l'impression numérique sur le carton ondulé ; Par cet investissement, qui dépasse les 60 MDH, GPC est la première société en Afrique qui est dotée de ce type d'investissement.

Vos unités de production sont conçues selon les meilleures normes internationales.

Pouvez-vous nous en dire plus sur vos capacités industrielles et les innovations

technologiques intégrées ?

Nos 8 unités de production sont équipées de lignes de transformation de dernière génération, intégrant l'automatisation, la robotisation et les systèmes de contrôle qualité en temps réel. Nous avons une capacité de production annuelle de plus de 220 000 tonnes pour répondre aux besoins de clients grands comptes et rester flexibles



INTERVIEW

pour les productions spécifiques. Nous avons également mis en place des outils digitaux pour le suivi des commandes et la traçabilité, pour une transparence totale.

L'international est au cœur de votre stratégie. Quelle est aujourd'hui la portée géographique de GPC en Afrique, et quels sont vos axes de développement prioritaires?

Nous exportons aujourd'hui dans 10 pays africains, principalement en Afrique de l'Ouest et centrale. L'export représente près de 5 % de notre activité, avec un objectif d'atteindre les 10 % à horizon 2027. Nous envisageons également l'ouverture de représentations commerciales dans deux nouveaux pays en 2025.

Le développement durable est devenu un enjeu incontournable dans le secteur de l'emballage.

Quelles sont vos initiatives en matière d'écoresponsabilité ?

Le développement durable fait partie intégrante de notre stratégie. Nous avons mis en place une démarche environnementale globale : optimisation de nos consommations énergétiques, valorisation des déchets, choix de matières recyclées et recyclables, et sensibilisation de nos clients à des alternatives plus respectueuses de l'environnement.

Plus de 70 % de nos matières premières sont issues de fibres recyclées, et nous visons 90 % d'ici 2026. En parallèle, nous collaborons avec nos clients pour codévelopper des solutions d'emballage plus légères, 100 % recyclables et imprimées avec des encres à base aqueuse.

Enfin et selon les instructions de Sa majesté que Dieu l'assiste, nous avons lancé un programme de rationalisation de la consommation de l'eau et nous avons mis en place un système de management de l'utilisation efficiente de l'eau en vue d'être certifié ISO 46000.

Quels sont, selon vous, les défis majeurs auxquels doit faire face aujourd'hui l'industrie de l'emballage au Maroc et en Afrique ?

D'abord, la pression environnementale, qui exige une adaptation rapide vers des solutions durables. Ensuite, la volatilité des prix des matières premières et la complexité des chaînes logistiques. Il y a

également le besoin de montée en compétence technique et managériale, dans un secteur en mutation rapide et le défi énergétique.

Enfin, il y a l'enjeu de l'intégration continentale, avec la nécessité de créer un cadre réglementaire harmonisé et de stimuler la production locale.

Enfin, quels sont les grands objectifs de GPC - Papier et Carton pour les prochaines années ?

Nous avons une vision claire : renforcer notre position de leader au Maroc et accélérer notre développement en Afrique. Cela passe par l'innovation produit, l'investissement industriel, l'expansion géographique, mais aussi le développement de nos talents. Nous souhaitons également jouer un rôle moteur dans la transformation durable de notre secteur, non seulement en tant qu'acteur industriel performant, mais aussi comme partenaire de confiance un avenir plus responsable pour la planète.



LE SIAM AU CŒUR DE L'AVENIR AGRICOLE

La ville impériale de Meknès se prépare à accueillir la 17e édition du Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM) du 21 au 27 avril 2025. Cet événement phare, placé sous le Haut Patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, promet d'être un carrefour d'échanges et d'innovations pour le secteur agricole africain et mondial.

Le Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM), s'affirme comme un espace de dialogue et de coopération, où se construisent les solutions de demain pour une agriculture marocaine plus inclusive et performante. Placé sous le signe du climat et de la durabilité, cet événement majeur réunit acteurs du secteur agricole, chercheurs et décideurs autour des enjeux cruciaux de l'adaptation aux changements climatiques et de la résilience des systèmes de production.

Lancé en 2006 à Meknès dans un contexte de réformes agricoles ambitieuses, le SIAM s'inscrit dans une stratégie de modernisation du secteur. Il est devenu un rendez-vous incontournable, réunissant agriculteurs, producteurs, chercheurs et industriels autour des grands enjeux de l'agriculture marocaine. En valorisant la diversité des produits et en répondant aux défis du changement climatique, il contribue à une dynamique d'innovation durable et renforce les capacités d'adaptation du secteur.

L'événement a évolué au fil



des années en intégrant des dimensions culturelles et éducatives, élargissant ainsi sa portée au-delà de l'agriculture; aujourd'hui, le SIAM fait également office de vitrine pour l'artisanat, les échanges culturels et les débats sur les transformations du monde rural. Ce positionnement transversal en fait un acteur majeur de la vie économique, mais aussi sociale et culturelle, à la fois enraciné dans son territoire et ouvert sur l'international.

Sur le plan économique, l'impact du SIAM est significatif. Il renforce l'attractivité de la région de Fès-Meknès en attirant des investisseurs et en stimulant l'activité dans des



AGRICULTURE

secteurs connexes comme la logistique. En sensibilisant aux enjeux environnementaux, notamment la gestion de l'eau dans un contexte de sécheresse croissante, le salon encourage des approches plus responsables et innovantes. Il agit ainsi comme un catalyseur pour la transition vers une agriculture plus durable. En réunissant les conditions favorables au développement de nouvelles filières, à l'émergence d'initiatives entrepreneuriales locales et à la modernisation des pratiques, le SIAM joue un rôle structurant. Toutefois, cette transformation s'accompagne de déséquilibres. Les inégalités sociales et de genre restent visibles, et il est essentiel que les voix les plus souvent marginalisées soient intégrées aux réflexions et

aux politiques agricoles.

L'attractivité de la région pour les investisseurs repose sur une combinaison de facteurs politiques, économiques et sociaux. Une analyse fine de ces éléments permettrait aux décideurs locaux de concevoir des stratégies d'investissement plus efficaces et adaptées aux réalités du terrain. Une meilleure intégration des données issues du secteur privé dans la prise de décision permettrait aussi de renforcer la pertinence des politiques publiques.

Dans ce contexte, le SIAM s'impose comme un pilier stratégique de l'agriculture marocaine, en favorisant les échanges, l'innovation et le dialogue autour de solutions durables, inclusives et adaptées aux défis du monde rural.

SIAM 2024 : UNE ÉDITION TOURNÉE VERS LE CLIMAT ET L'INNOVATION

La 16ème édition du Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM) s'est tenue du 22 au 28 avril 2024 à Meknès, sous le thème : « Climat et Agriculture : pour des systèmes de production durables et résilients ». Placée sous le signe de l'adaptation aux changements climatiques, cette édition a été inaugurée par Son Altesse Royale le Prince Héritier Moulay El Hassan, marquant une nouvelle fois l'engagement fort de la Monarchie envers ce rendez-

vous majeur du secteur agricole.

Avec 1,5 million de visiteurs, 1 500 exposants et 70 pays représentés, le SIAM 2024 a confirmé son statut d'événement agricole de référence en Afrique et dans le monde. Il a accueilli 45 délégations officielles, dont 22 ministres étrangers, renforçant ainsi la coopération internationale autour des enjeux agricoles. Parmi les moments forts, 41 conférences scientifiques ont réuni experts, chercheurs et décideurs autour des défis liés au climat, à la résilience des systèmes agricoles, à l'irrigation ou encore à la souveraineté alimentaire. Le salon a également été l'occasion de signer 19 conventions stratégiques, consolidant sa place comme plateforme d'opportunités économiques et scientifiques.

Le Pôle Produits du Terroir, élargi à 16 000 m², a mis à l'honneur 512 exposants, dont de nombreuses coopératives des zones sinistrées par le séisme d'Al Haouz, leur offrant une visibilité inédite et des opportunités de débouchés commerciaux. En plus, le Pôle Agri-Digital, lancé à l'occasion de l'édition précédente, s'est affirmé comme un espace incontournable pour l'innovation agricole où des technologies de pointe visant à améliorer la productivité, optimiser la gestion des ressources et intégrer le numérique dans les pratiques agricoles, ont été mises en avant. À travers la Conférence ministérielle de l'Initiative AAA et



la 33e session de la Conférence régionale de la FAO pour l'Afrique, le SIAM 2024 a aussi renforcé le rôle du Maroc comme acteur moteur du développement agricole sur le continent. Le ministre Mohamed Sadiki a mis en avant l'intérêt porté par plusieurs pays africains au modèle agricole marocain, en matière de formation, de recherche, de gestion de l'eau et de valorisation des chaînes de valeur. Cette 16e édition du SIAM a non seulement marqué par son ampleur et la richesse de ses échanges, mais aussi par sa capacité à faire émerger des solutions concrètes face aux défis du climat. Le salon a ainsi renforcé sa mission : être à la fois un miroir des enjeux du présent et un laboratoire des solutions de demain pour une agriculture durable, inclusive et performante.

SIAM 2025 ET LA GESTION DURABLE DE L'EAU

À l'occasion du Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM) 2025, la gestion de l'eau s'impose comme l'un des enjeux majeurs pour l'avenir du secteur agricole. Cette priorité est d'autant plus cruciale que le Maroc fait face à une période de sécheresse sans précédent. Après six années consécutives de sécheresse, le pays se voit contraint de repenser en profondeur sa manière d'exploiter et de préserver ses ressources hydriques. Ce



défi concerne en premier lieu l'agriculture, qui consomme près de 87 % de l'eau mobilisée à l'échelle nationale.

Bien que quelques signes d'amélioration soient perceptibles, la situation reste préoccupante. Même si les précipitations ont connu une amélioration temporaire cette année, les volumes enregistrés restent en deçà des moyennes habituelles. Les nappes phréatiques continuent de s'appauvrir, tandis que les réserves des barrages restent sous pression. Conscient de l'urgence, le Maroc a entrepris des actions significatives. Dans ce contexte, le Maroc a lancé plusieurs initiatives structurantes. Celles-ci incluent la modernisation des systèmes d'irrigation, notamment par la généralisation du goutte-à-goutte, la mise en place de stations de dessalement, la réutilisation des eaux usées à des fins agricoles, ainsi que des investissements dans les infrastructures hydrauliques

existantes.

Cependant, la mise en œuvre de ces solutions se heurte à des obstacles persistants. Malgré ces efforts, les obstacles restent nombreux et complexes. L'introduction des technologies modernes d'irrigation, bien qu'efficace, avance lentement, surtout au sein des petites exploitations agricoles. Ce retard s'explique en grande partie par



AGRICULTURE

les coûts d'installation élevés et le manque d'accès à la formation. Par ailleurs, la pression sur les ressources souterraines s'intensifie, avec une surexploitation des nappes phréatiques qui menace durablement les équilibres hydriques dans plusieurs régions. Pour surmonter ces défis, une approche collaborative est indispensable. Face à cette situation, il devient impératif de renforcer la coopération entre les différents acteurs du secteur. La réussite de cette transformation dépend non seulement des politiques publiques et des incitations financières, mais aussi de l'engagement actif des agriculteurs, du soutien des entreprises spécialisées en solutions durables et de

l'accompagnement des partenaires internationaux. C'est cette synergie collective qui permettra au Maroc d'ancrer son agriculture dans un modèle plus résilient, économe et tourné vers l'avenir.

Le SIAM 2025 jouera un rôle crucial dans cette dynamique. Le ministre de l'Agriculture, Ahmed El Bouari, s'est rendu à Meknès le 9 avril pour inspecter les préparatifs du 17^e Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM). Accompagné des autorités locales, il a évalué l'avancement des travaux et des mesures mises en place pour assurer le bon déroulement de l'événement. Il a souligné la participation internationale et l'importance du SIAM en tant que plateforme

d'échanges commerciaux et de coopération sur l'innovation et le développement durable, notamment en ce qui concerne la gestion de l'eau, un enjeu majeur face aux défis climatiques. A son tour, le président de l'Association du SIAM, Mohammed Fikrat, a présenté les nouveautés de cette édition, telles que l'amélioration des infrastructures pour offrir une meilleure expérience aux visiteurs. SIAM 2025 sera une vitrine de cette transformation en cours. Ce rendez-vous stratégique permettra de présenter les solutions concrètes déjà mises en œuvre et de tracer la voie vers une agriculture marocaine plus résiliente, compétitive et durable.

EXPORTATEUR DE BOVINS DE REPRODUCTION

La société FENVIA LIVESTOCK est spécialisée dans l'exportation de génisses laitières et de génisses à viande de race pure. Avec près de 100 000 génisses et bovins exportés à travers 40 pays et son expérience de plus de 30 ans, FENVIA LIVESTOCK est à votre disposition pour vous accompagner dans vos projets d'élevage.



FENVIA
LIVESTOCK

SAS FENVIA LIVESTOCK
Rue Eric Tabarly
35530 NOYAL-SUR-VILAINE

Karla MILLET
Tel : +33 6 48 83 59 42
karla.millet@innoval.com

Philippe HUET
Tel : +33 6 85 66 75 93

L'INSTITUT NATIONAL DE LA RECHERCHE AGRONOMIQUE AU SERVICE DE LA RÉSILIENCE DE L'AGRICULTURE FACE AUX DÉFIS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE



Plateforme de démonstration de l'INRA à Merchouch Province Khemisset (Photo INRA 2025)

Depuis son indépendance, le Maroc a fait de l'agriculture un pilier central de son développement économique, social et territorial. Ce secteur contribue à environ 13 % du PIB national, bien que cette part varie selon les régions et les années. En effet, l'agriculture exerce un effet d'entraînement sur d'autres secteurs économiques. Cependant, elle est fortement menacée par le changement climatique, notamment par la sécheresse, les hautes températures, l'érosion des sols et la perte de biodiversité. Ces défis réduisent la productivité des systèmes agricoles. Pour y faire face, la recherche joue un rôle essentiel dans le renforcement de la résilience et de la souveraineté alimentaire.

L'INRA en tant qu'organisme de recherche et ses infrastructures au Maroc :

Face à ces défis, La recherche agronomique joue un rôle clé dans les politiques de développement agricole au Maroc. L'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) est l'acteur principal chargé d'appuyer les politiques publiques à travers la

recherche scientifique. Il a pour mission d'améliorer la productivité agricole, d'assurer la sécurité alimentaire et de promouvoir une gestion durable des ressources naturelles. L'INRA intervient dans plusieurs disciplines : sciences végétales, animales, environnementales et socio-économiques, ainsi que les technologies liées à la transformation et à l'utilisation des produits agricoles. Il mène également des activités de formation, d'expertise, de contrôle et de transfert de technologie.

L'INRA s'appuie sur dix centres régionaux répartis dans les différentes zones agro-écologiques du Maroc. Ces centres collaborent avec des partenaires nationaux et internationaux pour valoriser les résultats de la recherche auprès des agriculteurs et des professionnels. L'institut est aussi doté de 23 domaines expérimentaux équipés et spécialisés dans différents types de recherche agronomique. Ces structures abritent des laboratoires, des collections génétiques, des sites de multiplication de semences, des stations météo et des plateformes

de démonstrations.

La Stratégie « Génération Green 2020-2030 » (GG) et feuille de route RD-I agricole

La stratégie GG succède au Plan Maroc Vert, en capitalisant sur ses acquis en matière de croissance et durabilité agricoles, qui repose sur deux fondements majeurs à savoir l'élément humain, et la pérennité du développement agricole, en lien avec les enjeux technologiques, l'innovation, l'amélioration des filières, la distribution, la qualité des produits et la gestion durable des ressources naturelles. Cette stratégie ambitionne ainsi une agriculture plus résiliente et durable.

L'INRA travaille en synergie avec les établissements d'enseignement et de recherche agricoles (IAV Hassan II, ENAM, ENFI) dans le cadre d'un consortium de recherche et de formation. Cette collaboration vise à renforcer les capacités et assurer une recherche et une formation de qualité. Dans ce cadre, une feuille de route RD-I agricole alignée avec la stratégie GG a été élaborée. Cette feuille de route se décline en cinq grandes thématiques (i) la conservation et l'amélioration des ressources génétiques, (ii) le développement d'une agriculture résiliente, éco-efficace et respectueuse de l'environnement, (iii) la qualité et la sécurité alimentaire face aux exigences croissantes des marchés et des consommateurs, (iv) l'agriculture digitale et la modernisation technologique pour une meilleure efficacité, et (v) la gouvernance et le financement de cette feuille de route, en insistant sur la coordination des acteurs, l'implication du secteur privé et le transfert de technologies.

Les réalisations marquantes de l'INRA face aux défis du changement climatique :

Face aux défis climatiques, la recherche agronomique joue un rôle important pour renforcer la résilience de l'agriculture marocaine. L'INRA s'engage activement à atteindre la sécurité alimentaire, l'utilisation durable des ressources naturelles et l'innovation technologique.

Parmi ses priorités, le développement de variétés

tolérantes à la sécheresse permet d'obtenir des rendements supérieurs de plus de 30 % tout en consommant moins d'eau. Ces variétés sont promues via des plateformes expérimentales et des journées de démonstration (Fig :1). L'INRA travaille aussi sur des techniques d'irrigation innovantes comme l'irrigation d'appoint, déficitaire ou à basse pression, qui ont permis d'économiser jusqu'à 30 % d'eau sans compromettre les rendements. L'enjeu est d'intégrer ces pratiques dans les décisions agricoles et les politiques publiques. En plus, et dans une logique d'agriculture solidaire, l'INRA mène des recherches dans les zones fragiles (montagnes, oasis, zones semi-arides) pour promouvoir des filières agricoles résilientes telles que le triticale, l'orge, le caroubier, l'olivier, l'amandier, le figuier, le cactus ou encore l'arganier.

L'agriculture de conservation est un système agricole résilient face au stress hydrique. Elle conserve l'eau, améliore la biodiversité, augmente la matière organique dans les sols et réduit l'érosion. L'INRA développe des technologies adaptées à ce système, comme le matériel génétique, la fertilisation raisonnée, l'agroforesterie et la mécanisation ciblée. Le semis direct, au cœur de cette approche, améliore les rendements jusqu'à 30 %, voire 100 % en cas de sécheresse, séquestre du carbone (jusqu'à 67 t/ha éq CO₂) et réduit les dépenses agricoles de 60 %. Un Plan national de développement du semis direct prévoit d'atteindre 1 million d'hectares d'ici 2030. En 2022/2023, 85 000 ha ont été réalisés avec 130 semoirs distribués, alors que pour 2023/2024 160 000 ha réalisés. Pour 2025, 260 000 ha sont prévus. Ce plan est soutenu par un programme d'irrigation d'appoint, piloté avec des outils numériques comme

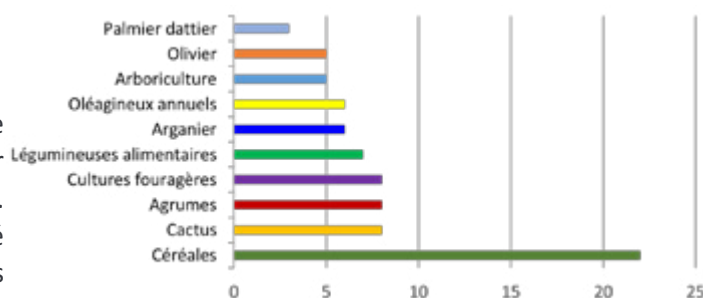


Figure 1 : Nombre de Variétés Inscrites par l'INRA au Catalogue Officiel de l'ONSSA depuis 2008

AGRICULTURE

les capteurs et les drones. Un programme de fertilisation raisonnée est aussi en cour de mise en place.

L'INRA travaille également sur des pratiques agro-écologiques comme l'agroforesterie, visant une meilleure utilisation des ressources (sol, eau, biodiversité). En parallèle, l'agriculture biologique constitue une priorité dans la stratégie « Génération Green 2020-2030 », visant 100 000 ha en bio d'ici 2030. L'INRA valorise les résidus organiques en composts de haute qualité. Des expérimentations ont montré l'efficacité de composts issus de boues phosphatées, grignons d'olive, fumier et paille sur des cultures maraîchères, même en conditions salines. Par ailleurs, l'INRA pilote la création d'un Centre Technique pour le Développement de l'Agriculture Biologique (CTABio), chargé de coordonner la recherche, la formation, le conseil et le transfert de technologies dans ce domaine.

Le développement des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) a permis l'émergence de l'« agriculture 4.0 », dont l'irrigation de précision constitue un pilier essentiel. Ce système permet d'apporter l'eau et les nutriments directement aux racines, au bon moment et en quantité optimale, grâce à des capteurs connectés via l'Internet des objets (IoT). L'INRA a contribué à développer un capteur d'humidité pour optimiser les apports en eau, une technologie à bas-coût de gestion en temps réel selon les cultures et les types de sols. L'intelligence artificielle (IA) renforce ces dispositifs en analysant les données pour ajuster précisément les apports en eau et en nutriments. Elle permet aussi d'anticiper les besoins futurs grâce à des modèles prédictifs, rendant l'agriculture plus intelligente et durable.

La consommation énergétique est également prise en compte : l'INRA travaille sur des systèmes de pompage photovoltaïque performants. Un projet primé en 2023 propose une méthode innovante de gestion de ces systèmes. Des goutteurs à basse pression testés par l'INRA ont permis une réduction de consommation énergétique de plus de 40 % par rapport aux systèmes classiques, tout en maintenant de bons rendements. Enfin, l'INRA explore l'irrigation par nano-tubes (Moistube), un système

à basse énergie fonctionnant par gravité, adapté aux cultures à cycles multiples. L'institut cherche à adapter ce système aux différentes cultures et zones agroécologiques du Maroc.

Des indications de performances de l'INRA en matière de communication sur ses acquis :



Il est à noter que pour communiquer sur ses réalisations, l'INRA utilise plusieurs moyens, notamment les publications scientifiques dans des revues à comité de lecture, qui ont atteint en 2024 un total de 376 articles, soit un taux de 2,06 publication/chercheur/an. D'autres formes de publication sont également mobilisées, comprenant à fin 2024 : 4 ouvrages, 3 atlas (Eau, Sol, Palmier dattier), des rapports techniques de réhabilitation pastorales, des catalogues des variétés du cactus et de l'olivier, ainsi que 40 fiches techniques et guides pratiques. À cela s'ajoutent la revue trimestrielle Afrimed de l'INRA et sa newsletter bimestrielle. Par ailleurs, l'INRA organise régulièrement des actions de terrain à travers une trentaine de plateformes de démonstration et une cinquantaine de journées de démonstration pour assurer un transfert effectif des résultats de la recherche vers les utilisateurs finaux. L'ensemble de ces réalisations et ressources est accessible via le site officiel de l'Institut, à l'adresse suivante : www.inra.org.ma.



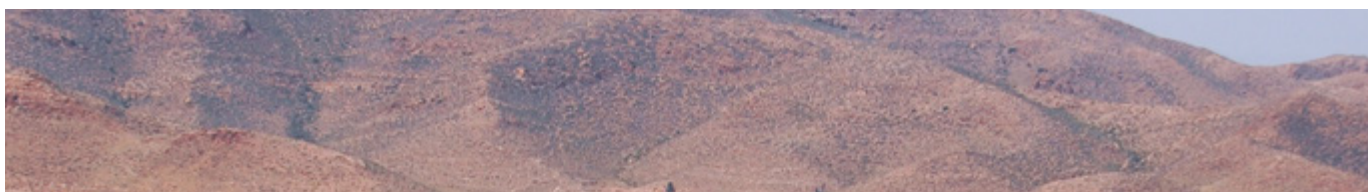


IPSEN LOGISTICS

Power beyond cargo

NOUS PRENONS SOIN DE VOTRE FRET -

solutions personnalisées de A à Z



WWW.IPSENLOGISTICS.COM

MER » AIR » TERRE » PROJETS » SOLUTIONS LOGISTIQUES

DOOR TO DOOR LIVRAISONS • TRANSPORTS EXCEPTIONNELS • GESTION DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE

Transports maritimes, routiers et aériens • groupage/complet • conventionnel • multimodal • affrètement • transit
déménagement international et national • entreposage • service door to door • gestion de la chaîne logistique
service flexitank et ISO tank • transport exceptionnel • projet industriel

IPSEN LOGISTICS • 6 Allée des Cyprès • 20250 Ain Sebâa - Casablanca • Tél.: +212 522 66 67 70 • Fax.: +212 522 66 67 71 • E-mail: info-ma@ipsenlogistics.com

GITEX AFRICA 2025 : **LE CONTINENT AFFIRME SON AVENIR NUMÉRIQUE**

GITEX Africa 2025 a mis en lumière les avancées en matière d'intelligence artificielle et de cybersécurité, tout en offrant une plateforme dynamique aux startups africaines en quête d'investissements. Des partenariats stratégiques ont été noués, confirmant l'importance de GITEX Africa comme moteur de l'avenir technologique de l'Afrique.



GITEX Africa 2025 a une fois de plus confirmé sa position de principal événement technologique et de startup du continent, servant de catalyseur essentiel à l'accélération de la transformation numérique africaine. La troisième édition de ce salon, qui s'est déroulée du 14 au 16 avril 2025 à Marrakech, a rassemblé un nombre record de participants, avec plus de 45 000 visiteurs venant de plus de 130 pays, signalant l'appétit croissant et le dynamisme du marché technologique africain.

L'événement a accueilli cette année plus de 1 400 entreprises exposantes et startups, ainsi que plus de 650 entités gouvernementales et 350 investisseurs. Organisé par KAOUN International, la branche événementielle à l'étranger du Dubai World Trade Centre (DWTC), en partenariat avec l'Agence de Développement du Digital (ADD) du Maroc, sous le haut patronage de sa majesté le roi Mohammed VI et avec le soutien du Ministère marocain de la transition numérique et de

la réforme de l'administration, GITEX Africa a servi de plateforme cruciale pour mettre en lumière les innovations africaines, encourager les collaborations et stimuler les investissements dans l'économie numérique florissante du continent. Son excellence, Amal El Fallah Seghrouchni, ministre de la transition numérique et de la réforme de l'administration du royaume du Maroc, a souligné l'importance croissante de l'économie numérique, qui représente aujourd'hui 15 % du PIB mondial,

et a réaffirmé l'engagement du Maroc à construire un avenir où la digitalisation est un levier de progrès pour tous. De son côté, M. Mohammed Drissi Melyani, Directeur Général de l'Agence de Développement du Digital, a déclaré que cet événement international est devenu l'un des rassemblements numériques et technologiques les plus importants aux niveaux africain et international, jouant un rôle stratégique dans le renforcement de l'inclusion numérique et l'accélération de la transformation numérique durable en Afrique. Trixie LohMirmand, PDG de KAOUN International, a mis en avant l'évolution de GITEX Africa en une plateforme puissante pour stimuler l'avenir numérique de l'Afrique, en connectant les innovateurs et les talents africains avec les marchés mondiaux et en favorisant la prochaine génération de leaders de l'économie de l'IA.

L'IA ET LA CYBERSÉCURITÉ AU CŒUR DES DISCUSSIONS

L'intelligence artificielle (IA) a dominé les débats, explorant son potentiel de transformation dans des secteurs clés tels que la santé, la finance et l'agriculture. Des startups marocaines ont notamment mis en avant l'utilisation de l'IA pour améliorer l'expérience touristique en personnalisant les offres et en aidant les touristes à éviter les arnaques. Dans le secteur agricole, l'IA est utilisée pour détecter les maladies des cultures

en quelques millisecondes, augmenter la production et fournir des solutions pratiques aux agriculteurs. L'IA trouve également des applications dans le domaine juridique, en analysant des textes juridiques complexes pour les rendre plus accessibles au grand public. La cybersécurité a également été un sujet central, soulignant l'importance de protéger les infrastructures numériques face à la menace croissante des cyberattaques.

Cependant, l'événement n'a pas été exempt de défis. Une vague de cyberattaques a coïncidé avec le salon, touchant notamment le Fonds National de Sécurité Sociale (CNSS), une institution publique essentielle dont l'infrastructure numérique a été compromise, exposant potentiellement les données personnelles de millions de citoyens. Des informations ont révélé qu'une partie importante de ces données divulguées comprenait des codes CVV, rendant des milliers de personnes vulnérables à la fraude financière et au vol d'identité. Redouane Elhaloui, président de l'APEBI, une fédération d'entreprises IT, a déclaré que ces attaques rappellent que « la cybersécurité est désormais une question stratégique, qui touche à la souveraineté, à la confiance et à la continuité de nos institutions ». Dans ce contexte, des entreprises comme Defendis, une startup marocaine spécialisée dans les solutions de cybersécurité basées sur l'IA, ont présenté leurs innovations en matière de protection des données et de détection des menaces. Defendis

a mis en avant ses technologies de protection des données basées sur l'IA, soulignant l'importance de l'intelligence artificielle dans la construction d'un environnement numérique sécurisé pour soutenir la croissance économique et l'innovation. La participation de Defendis à GITEX Africa 2025 a démontré son engagement à faire progresser la cybersécurité grâce à des solutions basées sur l'IA, contribuant ainsi au paysage global de la cybersécurité en Afrique.

L'AFRIQUE NUMÉRIQUE EN MARCHE VERS L'INNOVATION ET L'INVESTISSEMENT

GITEX Africa a mis cette année en lumière l'écosystème vibrant des startups africaines. Plus de 800 startups, dont 200 marocaines, ont participé à cette édition, en hausse par rapport aux 680 de l'année précédente. L'événement a attiré plus de 400 investisseurs représentant 250 milliards de dollars d'actifs sous gestion, tous à la recherche de





la prochaine licorne africaine. Parmi les startups marocaines remarquées, Alessys Solutions a dévoilé ses solutions SaaS innovantes dans les domaines de l'IA, de l'automatisation et de la transformation numérique, ciblant divers secteurs, y compris l'éducation et les villes intelligentes. Des startups africaines ont également brillé dans des secteurs spécifiques, comme cette entreprise tunisienne utilisant l'impression 3D pour le secteur médical.

L'événement a également souligné des secteurs clés tels que l'AgriTech, l'EdTech et l'IA éthique, avec des innovations comme le Africa Future Connectivity Summit et le Diaspora Studio visant à connecter les talents expatriés avec les opportunités locales. Dans le domaine de l'AgriTech, Brite Solar, une entreprise européenne sélectionnée par le Conseil européen de l'innovation, a présenté ses

panneaux photovoltaïques semi-transparents pour une agriculture durable et la production d'énergie propre.

Plusieurs partenariats stratégiques ont été annoncés lors de GITEX Africa 2025. Nokia et le gouvernement marocain ont signé un protocole d'accord pour faire avancer la stratégie Digital Morocco 2030. De même, IFC et Proparco ont marqué leur premier investissement en capital-risque dans le cadre de la nouvelle législation marocaine.

Le géant technologique chinois Huawei a également réaffirmé son engagement stratégique envers le développement de l'avenir numérique et intelligent de l'Afrique, en mettant l'accent sur l'IA, le cloud et les écosystèmes numériques. Ericsson a mis en avant ses innovations en matière de connectivité, soulignant le rôle de ses solutions dans l'évolution numérique du continent. Visa a annoncé des investissements stratégiques et des partenariats

commerciaux avec des fintechs africaines prometteuses telles que Konnect et PayTic, tout en s'associant à la plateforme B2B marocaine Chari pour stimuler la digitalisation des PME en Afrique du Nord.

Lors de la cérémonie de clôture, un sentiment d'optimisme et de dynamisme régnait. «GITEX Africa n'a pas donné l'impression d'un événement qui se terminait ; il ressemblait à un mouvement qui prenait de l'ampleur à chaque édition», a noté un observateur. L'annonce du lancement de GITEX Future Health Africa à Casablanca en 2026 témoigne de la volonté de continuer à développer l'écosystème technologique africain. Malgré les défis de cybersécurité, GITEX Africa 2025 a une fois de plus prouvé son rôle essentiel dans la promotion de l'innovation, l'attraction des investissements et la stimulation des collaborations, façonnant ainsi l'avenir numérique du continent.

Nos technologies au service de votre transformation digitale


**Connectivité
enrichie**

Hébergement




Cloud


**Cyber
sécurité**


IA



orange™ is here

LA GRANDE DISTRIBUTION

DANS UN MARCHÉ MAROCAIN EN RECOMPOSITION

Le secteur de la grande distribution au Maroc, deuxième plus grand employeur du pays après l'agriculture, est en pleine mutation. Confronté à une concurrence accrue, notamment avec l'essor du discount et du commerce en ligne, il se recompose autour de nouveaux modèles et stratégies pour répondre aux attentes changeantes des consommateurs. Cet article analyse les dynamiques actuelles de ce marché en pleine évolution, les principaux acteurs en présence et les défis et opportunités qui se présentent.

Le marché marocain de la grande distribution représente un pilier fondamental de l'économie nationale en employant une part significative de la population active. Ce secteur est actuellement traversé par une dynamique de refonte et de modernisation profonde, marquée par une transition progressive vers des canaux de distribution plus contemporains. Historiquement dominé par les circuits traditionnels, tels que les souks et les petits commerces de proximité qui constituaient encore la principale forme de vente au détail alimentaire en 2021, le paysage de la distribution au Maroc connaît une pénétration croissante des modèles modernes, dont la part de marché est estimée atteindre environ 30% de la consommation nationale d'ici 2025. Cette évolution ne se limite pas à un simple transfert de parts de marché, mais reflète un changement structurel dans les habitudes de consommation et les attentes des Marocains. La coexistence de ces deux modèles, traditionnel et moderne, crée une complexité et une richesse pour les acteurs du secteur.

LA MODERNISATION EN MARCHÉ

Le commerce de détail au Maroc est engagé dans une course à la modernisation qui touche tous les canaux de distribution. Les supermarchés, les hypermarchés et les plateformes d'achat en

ligne voient leur fréquentation augmenter, signe d'une évolution des habitudes de consommation. Cette tendance ne se limite pas à l'alimentaire : l'habillement et l'électroménager adoptent



également les canaux de distribution modernes. Conscients de l'importance du numérique, les acteurs traditionnels investissent massivement dans ce canal. Le Groupe Marjane a ainsi lancé sa propre marketplace en 2023, avec l'ambition d'accroître son chiffre d'affaires de 20%. Parallèlement, des géants comme Marjane et Carrefour continuent d'ouvrir des points de vente physiques tout en développant leurs plateformes en ligne pour répondre aux besoins de praticité des consommateurs. Les politiques gouvernementales jouent également un rôle moteur. L'augmentation des droits de douane sur les produits finis importés, notamment dans le textile turc, a favorisé la croissance du marché local en rendant les marques étrangères moins accessibles.

Autre phénomène marquant : l'essor fulgurant du discount. Des enseignes comme Kazyon, qui vise plus de 200 magasins fin 2025 après en avoir

ouvert plus de 150 depuis 2023, et Supeco, la filiale discount de LabelVie, qui ambitionne 150 magasins fin 2025 contre 60 fin 2024, illustrent cette dynamique. L'attrait pour les prix bas est renforcé par un contexte économique contraint et une inflation qui, bien que maîtrisée en 2024 (0.7%), repart à la hausse en 2025 (2.6% en février). Ce modèle de distribution séduit par sa promesse de prix abordables, intensifiant la concurrence dans ce segment. Cependant la croissance du secteur des biens de consommation courante (FMCG) a ralenti fin 2024. Les consommateurs ont réduit leurs visites en magasin de 3% au dernier trimestre 2024 par rapport à 2023, signe d'une plus grande prudence. Les dépenses dans des catégories essentielles comme le lait (-23% pour le lait en poudre) et les jus (-12%) ont également diminué. Paradoxalement, des produits non essentiels comme la confiserie chocolatée (+38%) et les boissons énergisantes (+18%) ont continué leur progression, grâce à des stratégies de prix et de formats adaptés, suggérant une adaptation des marques face à un consommateur potentiellement plus sensible aux prix bas.

COMMENT LA GRANDE DISTRIBUTION MAROCAINE S'ADAPTE À UNE CONSOMMATION EN CONSTANTE MUTATION ?

Le marché marocain de la grande distribution se distingue par la coexistence de plusieurs modèles, chacun ciblant des besoins spécifiques.

Les hypermarchés, avec des acteurs majeurs comme Marjane, leader en 2021 avec 57% de parts de marché en valeur, Atacadao du groupe LabelVie et Carrefour franchise de LabelVie, proposent un assortiment très large, de l'alimentaire au non-alimentaire, et s'adressent à une clientèle étendue. Souvent situés en périphérie des grandes villes ou dans des centres commerciaux, ils offrent un espace de vente conséquent et divers services. Malgré leur importance, les hypermarchés doivent



s'adapter à la concurrence et aux nouvelles habitudes de consommation, notamment en développant des stratégies omnicanales et en misant sur la durabilité.

Les supermarchés, représentés par des enseignes telles que Marjane Market ou Marjane city du groupe Marjane, Carrefour Market ou Supeco de LabelVie, Aswak Assalam de Ynna Holding et U Express, offrent un assortiment plus restreint, axé sur les besoins quotidiens et la proximité. Généralement situés en centre-ville ou dans des quartiers résidentiels, certains, comme Carrefour Market, mettent l'accent sur les produits frais pour séduire une clientèle plus exigeante. Les supermarchés jouent donc un rôle clé dans les zones urbaines en pleine croissance, avec une tendance à la premiumisation et à la digitalisation.

Le modèle des discounters connaît une expansion rapide avec des acteurs comme BIM, Kazyon et Supeco. Leur stratégie repose sur des prix bas sur un assortiment limité de produits essentiels et une forte expansion géographique pour toucher un maximum de consommateurs sensibles aux prix. Ce modèle représente une menace pour les autres formats en raison de la forte sensibilité au prix des Marocains, entraînant une concurrence intense. Le commerce en ligne est en plein essor au Maroc, bien que sa



part de marché reste modeste comparée au commerce physique. Des plateformes généralistes comme Jumia, Amazon et Alibaba côtoient les marketplaces des enseignes traditionnelles, à l'image de Marjanemall. L'e-commerce offre commodité et un large choix de produits, avec une croissance annuelle de 19% entre 2021 et 2023, mais sa part de marché n'était que d'environ 6.4% en 2023. Son développement est freiné par des facteurs tels que la confiance, les solutions de paiement et la logistique, malgré un cadre réglementaire en évolution et des initiatives gouvernementales.

Enfin, d'autres modèles complètent le paysage : les commerces de proximité traditionnels tel que les épiceries et les souks, qui dominent encore avec 80% du commerce de détail alimentaire en 2021 et s'adaptent avec les paiements numériques ; les stations-service

avec commerces de proximité, en développement constant ; et la vente directe, présente dans des secteurs comme la beauté et la santé, avec un potentiel de croissance post-pandémie et une digitalisation en cours.

LES ENSEIGNES MAROCAINES DE DISTRIBUTION EN COURSE À LA DOMINATION

Animé par des acteurs clés aux stratégies bien définies, le secteur de la grande distribution au Maroc prospère.

LabelVie Group se positionne en leader multi-format avec un chiffre d'affaires de 1,59 milliard USD en 2023, en hausse de 13%. Présent à travers Carrefour, Carrefour Market, Carrefour Express, Atacadao et Supeco, le groupe mise sur une large couverture du marché, ciblant une clientèle variée et développant agressivement le

AGROALIMENTAIRE

segment discount via Supeco pour contrer BIM et Kazyon. Un investissement de 7 milliards de MAD d'ici 2028 témoigne de ses ambitions.

Marjane Holding, deuxième acteur avec 1,2 milliard USD de chiffre d'affaires en 2022, est principalement connu pour ses enseignes Marjane, Acima, Marjane Market et Electroplanet. Sa stratégie repose sur une forte présence dans les hypermarchés, une promotion active et un développement de son offre en ligne avec Marjanemall et un partenariat avec Glovo. Marjane détenait 57% des parts de marché des hypermarchés en 2020 et 2021. Son concept Marjane City illustre sa volonté de se développer dans la proximité.

Ynna Holdings, via sa marque Aswak Assalam, a réalisé un

chiffre d'affaires estimé entre 150 et 200 millions USD en 2022. Avec 14 centres commerciaux, l'enseigne mise sur la fidélisation avec un programme de fidélité important comptant plus d'un million de membres et sert environ 50 000 clients par jour. Sa stratégie semble axée sur une expérience en magasin conviviale, avec l'intégration de cafés dans son concept Marjane City.

Le discounteur turc BIM a connu une croissance rapide. Bien que son chiffre d'affaires déclaré en 2022 soit estimé entre 20 et 50 millions USD, il a progressé de 3,8 à 4,1 milliards de dirhams entre 2021 et 2022. Avec 788 magasins en janvier 2025, contre 693 en janvier 2023, BIM se positionne comme un acteur majeur du discount, axé sur les prix bas et un approvisionnement

local croissant aspirant l'objectif de 85% d'ici 2025. Un investissement de 150 millions de dirhams dans un nouveau centre de distribution renforce sa compétitivité.

Kazyon, le discounteur égyptien arrivé en octobre 2023, connaît une expansion fulgurante. Bien que son chiffre d'affaires ne soit pas précisé, l'enseigne comptait plus de 150 magasins fin 2024 et vise plus de 200 fin 2025 et 600 d'ici 2027. Sa stratégie repose sur des prix très compétitifs et une création d'emplois significative. Son expansion rapide en fait un acteur disruptif majeur dans le discount, défiant les acteurs établis. L'IFC soutient ses plans d'expansion.

La concurrence dans le secteur de la grande distribution au Maroc est intense, marquée par une rivalité croissante

Partenaire de votre performance

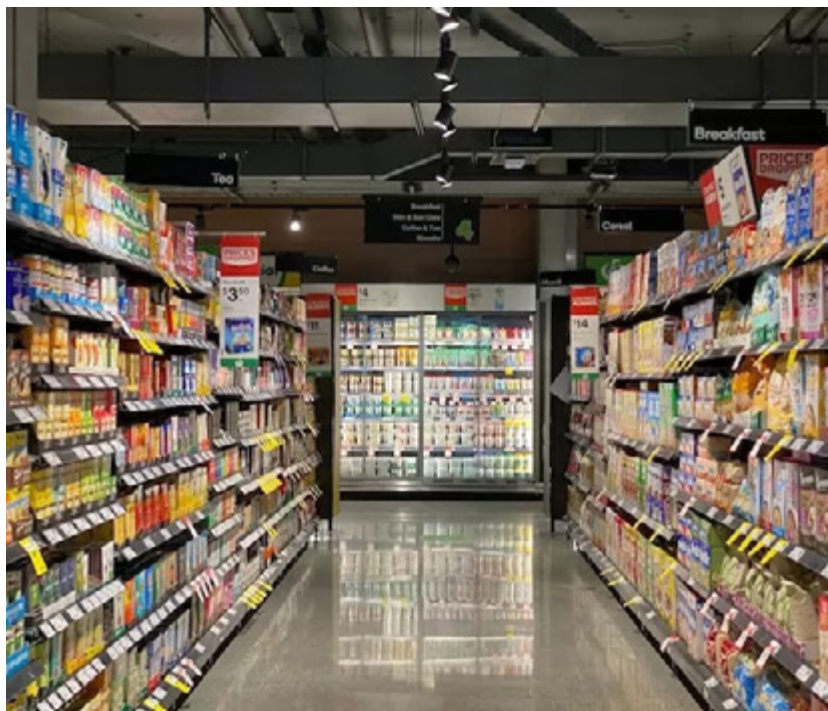
**GRUPE
PREMIUM**

Transmission Mécanique	Hydraulique	Pneumatique
Filtration	Nettoyage	Outillages

entre les acteurs historiques comme LabelVie et Marjane, et les nouveaux entrants et discounters, notamment Kazyon et BIM. La guerre des prix fait rage, particulièrement dans le segment du discount où BIM et Kazyon pratiquent des stratégies tarifaires agressives, forçant les autres acteurs, comme Supeco, à s'adapter. La forte sensibilité au prix des consommateurs marocains exacerbe cette compétition.

Au-delà du prix, la différenciation passe par la qualité des produits, l'étendue de l'assortiment, et la qualité des services, comme la livraison à domicile et les programmes de fidélité. L'innovation est également cruciale, avec le développement de plateformes en ligne et d'applications mobiles pour améliorer l'expérience client. L'expansion géographique est un autre axe de concurrence, avec une volonté de se développer dans les villes moyennes et les zones mal desservies. Face à la montée du discount, les acteurs traditionnels diversifient leurs formats, lançant des concepts hybrides comme Supeco et Marjane City.

Cette concurrence multiforme, pousse les acteurs à innover en termes de prix, d'expérience client, de qualité et de présence omnicanale pour fidéliser les consommateurs dans un marché en constante évolution. L'arrivée de nouveaux acteurs comme Kazyon et la réponse des acteurs



établis par la diversification et l'investissement numérique illustrent cette dynamique complexe.

DISTRIBUTION 2.0 : LE MAROC AMORCE SON VIRAGE DIGITAL

Le développement du commerce en ligne et des nouvelles technologies transforme en profondeur la grande distribution au Maroc. Bien que sa part de marché reste limitée avec environ 2% des ventes au détail totales, le e-commerce connaît une croissance significative et offre un potentiel important, avec un taux de croissance annuel composé prévu de 13.6% entre 2023 et 2027.

L'adoption croissante des smartphones et un taux de pénétration internet élevé

atteignant 88.1% en 2023 favorisent le développement du e-commerce, notamment le m-commerce qui représente 59% du e-commerce total en 2021. Les acteurs traditionnels développent leurs propres plateformes e-commerce, comme Marjanemall lancé en 2023, ainsi que des applications mobiles pour Marjane et LabelVie, pour compléter leurs réseaux physiques et offrir une expérience omnicanale. La pandémie de COVID-19 a accéléré l'adoption du commerce en ligne. Cependant, des défis persistent, notamment la confiance des consommateurs, la disponibilité des solutions de paiement électronique avec seulement 2% des ventes au détail sont en ligne et la logistique.

Au-delà du B2C, le e-commerce B2B présente également un

AGROALIMENTAIRE

fort potentiel. L'adoption des paiements mobiles progresse, mais reste faible. L'intelligence artificielle (IA) offre des perspectives pour l'optimisation des assortiments et la personnalisation des promotions. L'omnicanal et l'utilisation de la data analytics sont d'autres tendances majeures. Le numérique transforme la grande distribution au Maroc, offrant des opportunités considérables, mais son plein potentiel reste à exploiter en raison de défis liés à la confiance, à l'infrastructure et à l'adoption.

Le marché marocain de la grande distribution présente un potentiel de croissance significatif, mais les acteurs doivent être agiles et innovants

pour surmonter les défis et saisir les opportunités offertes par un marché en pleine mutation. Le secteur de la grande distribution au Maroc est en pleine effervescence, marqué par une modernisation des canaux, une forte croissance du discount et une progression du commerce en ligne. Les différents modèles de distribution coexistent dans un contexte de concurrence accrue, où le prix, la qualité, les services et l'innovation technologique sont les maîtres mots. Les acteurs majeurs doivent s'adapter à l'arrivée de nouveaux concurrents et intégrer le canal numérique pour répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée. L'impact du numérique est de plus en plus

significatif, offrant de nouvelles perspectives mais soulevant également des défis. Le marché présente un potentiel de croissance important, mais les acteurs doivent naviguer dans un environnement complexe, marqué par une forte sensibilité aux prix et la persistance d'un secteur informel.

L'avenir de la grande distribution au Maroc s'annonce prometteur, mais la concurrence restera vive. Les acteurs qui sauront s'adapter aux attentes des consommateurs en matière de prix, de commodité, de qualité et d'expérience omnicanale seront les mieux placés pour prospérer dans ce marché dynamique et en pleine recomposition.

MAMDA
Assureur de l'agriculture depuis 1963

À LA MAMDA, NOUS COMPRENONS LES DÉFIS POSÉS PAR LES RISQUES LIÉS AUX ALÉAS CLIMATIQUES ET NOUS APPORTONS DES SOLUTIONS CONCRÈTES À NOS SOCIÉTAIRES ET PARTENAIRES.

AVEC PLUS DE 60 ANS D'EXPERTISE AUX CÔTÉS DES AGRICULTEURS NOUS MOBILISONS NOS VALEURS MUTUALISTES ET NOTRE SAVOIR FAIRE POUR PROTÉGER LEURS INVESTISSEMENTS ET LEUR PERMETTRE DE PRÉPARER L'AVENIR SÈREINEMENT.

التعاضدية الفلاحية
mamda

www.mamda-mcma.ma

f y in

COMMENT LES MINI-CAFÉS ET LE “COFFEE TO GO” RÉINVENTENT NOTRE PAUSE CAFÉ ET SECOUENT L'ÉCONOMIE MAROCAINE ?

Au Maroc, la tradition du café, autrefois synonyme de convivialité et de rencontres prolongées dans des lieux souvent fréquentés par les hommes, connaît une transformation notable. L'émergence des mini-cafés et la popularité croissante du “coffee to go” redéfinissent la pause café à travers le pays, s'adaptant aux rythmes de vie modernes et suscitant un dynamisme économique nouveau.

La culture du café au Maroc est depuis longtemps ancrée dans les traditions sociales, les cafés servant d'espaces de rencontre et de détente où l'on savoure lentement des boissons emblématiques telles que le “nous-nous” (moitié espresso, moitié lait) et le “café noir” (espresso). Cette culture, héritière d'influences européennes, a historiquement fait des cafés des lieux de socialisation privilégiés, principalement fréquentés par les hommes, offrant un cadre pour des conversations animées, l'observation de la vie urbaine et des jeux conviviaux. Si la consommation de thé à la menthe a traditionnellement dominé les habitudes de boisson au Maroc, une augmentation constante de la consommation de café a été observée ces dernières années. Cependant, un vent de changement souffle sur cette tradition avec l'émergence et la popularité croissante des mini-cafés et du concept de “coffee to go”, marquant une évolution significative dans la manière dont

les Marocains consomment leur café. Alors que le “coffee to go” semble moins ancré dans les habitudes marocaines comparé aux États-Unis, où il est monnaie courante, sa présence croissante au Maroc soulève une question fondamentale : comment ces nouveaux formats sont-ils en train de réinventer la pause café marocaine, de défier les normes traditionnelles et quel est leur impact sur l'économie nationale ?

L'ASCENSION DES MINI-CAFÉS ET DU “COFFEE TO GO” : UNE NOUVELLE ÈRE

L'essor des mini-cafés et des options de “coffee to go” est de plus en plus visible et populaire dans les grands centres urbains marocains tels que Casablanca, Rabat et Marrakech. Les plateformes de médias sociaux, en particulier TikTok, jouent un rôle prépondérant dans la mise en lumière de ces nouveaux établissements, souvent caractérisés par une esthétique



soignée. Cette tendance ne se limite pas aux boutiques physiques, car on observe une augmentation du nombre de vendeurs de café ambulants proposant des boissons chaudes aux navetteurs et aux personnes se trouvant dans les espaces publics des villes marocaines. Les médias sociaux sont devenus des outils essentiels pour stimuler la popularité de ces nouveaux formats, en présentant des lieux branchés et en influençant

les comportements des consommateurs, notamment chez les jeunes. Ces plateformes contribuent à populariser les tendances du café de spécialité et à informer les consommateurs sur le parcours du café, de la ferme à la tasse. Parallèlement à cette évolution, le marché marocain attire de plus en plus de franchises internationales de cafés, signalant une demande croissante pour des expériences café diversifiées. Le Maroc, en tant qu'un des plus grands marchés de détail pour le café dans la région Moyen-Orient et Afrique du Nord, représente une destination attrayante pour des marques mondiales telles que %Arabica, Espressolab, Costa Coffee et Caribou Coffee.

LE CAFÉ S'INTÈGRE AU QUOTIDIEN DES MAROCAINS

L'introduction des mini-cafés et des options de "coffee to go" s'intègre progressivement dans les routines quotidiennes des Marocains à travers différentes régions, s'adaptant à leurs modes de vie et à leurs besoins variés. Les observations suggèrent un changement de comportement notable chez les jeunes marocains depuis la pandémie de COVID-19, avec une appréciation croissante de la qualité et des nuances du café, ce qui pourrait entraîner de nouvelles habitudes de consommation. Bien qu'initialement, le concept de "to-go" ait semblé moins aligné sur la culture traditionnelle marocaine du café, où l'expérience était

davantage axée sur le fait de s'asseoir et de socialiser, son adoption croissante indique une évolution de la compréhension et de l'intégration de ce format dans la vie quotidienne. On observe des changements notables dans les préférences en matière de café chez les marocains, y compris une tendance perceptible à explorer et à apprécier les offres de café de spécialité au-delà du traditionnel "café noir" et "nous-nous". Le marché marocain du café montre une évolution lente mais régulière vers des profils de saveurs plus distingués et haut de gamme, indiquant une sophistication croissante des goûts des consommateurs.

L'essor du secteur des mini-cafés et du "coffee to go" a un impact complexe sur les modèles commerciaux établis et les clientèles des cafés marocains traditionnels à travers le pays. La culture traditionnelle marocaine du café, avec son emphase sur l'interaction sociale tranquille au sein des cafés, est potentiellement remise en question par la montée en puissance de formats plus axés sur la commodité. L'émergence de cafés modernes, souvent dotés d'ambiances différentes et s'adressant à une clientèle plus diversifiée, y compris un nombre croissant de femmes, indique un paysage changeant dans lequel les établissements traditionnels doivent évoluer. Pour rester compétitifs, les cafés traditionnels pourraient devoir introduire de manière proactive des expériences de café de spécialité innovantes afin d'attirer une



nouvelle génération d'amateurs de café. S'inspirer des stratégies réussies employées par les entreprises de café de spécialité dans d'autres régions du monde pourrait fournir des informations précieuses aux cafés marocains traditionnels cherchant à s'adapter. L'évolution historique des cafés démontre le besoin constant pour ces établissements de s'adapter aux dynamiques sociales changeantes et aux préférences des consommateurs en évolution afin de maintenir leur pertinence. Les propriétaires de certains cafés traditionnels expriment des inquiétudes quant à la concurrence que représentent les vendeurs de café ambulants et les mini-cafés, en particulier en ce qui concerne les questions de réglementation et de pratiques commerciales équitables. Certains propriétaires de cafés traditionnels craignent que les vendeurs de café ambulants n'opèrent pas avec les licences commerciales et les

permis sanitaires nécessaires, et ne paient pas d'impôts, ce qui conduit à ce qu'ils perçoivent comme une concurrence déloyale qui a un impact négatif sur leurs revenus.

La croissance et l'expansion du secteur des mini-cafés et du "coffee to go" au Maroc présentent un potentiel significatif de création d'emplois au sein de l'économie nationale. Le nombre croissant de cafés, y compris les établissements plus petits et plus agiles, contribue à la création d'emplois globale dans les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration au Maroc. Le développement et le renforcement d'une communauté locale de café de spécialité, englobant les baristas, les torréfacteurs et d'autres professionnels, constituent un aspect crucial de cette création d'emplois et du développement des compétences. Les petites entreprises entrepreneuriales, telles que les cafés ambulants, offrent des opportunités viables aux jeunes Marocains de trouver un emploi et de lutter contre les problèmes de précarité et de chômage. L'augmentation du nombre de mini-cafés et de services de "coffee to go" devrait entraîner une hausse des revenus et une croissance économique globale au sein du secteur du café marocain.

Le Maroc représente le deuxième plus grand marché de détail pour le café dans toute la région Moyen-Orient et Afrique du Nord, indiquant un niveau substantiel de dépenses de consommation



et d'activité économique au sein de ce secteur. Les estimations suggèrent que les dépenses des ménages en café au Maroc ont atteint environ 13 milliards de dirhams en 2022, soulignant la valeur économique significative de la consommation de café dans le pays. Les projections pour le marché marocain du café indiquent une trajectoire de croissance continue dans les années à venir, ce qui suggère des perspectives économiques positives pour les entreprises opérant dans ce secteur. Le tourisme joue un rôle important dans la stimulation de la consommation de café et la génération de revenus pour l'économie marocaine, en particulier dans les principaux centres touristiques où les mini-cafés et les options de "coffee

to go" répondent aux besoins des visiteurs. Le développement d'une scène de café de spécialité dynamique et attrayante au Maroc a le potentiel d'attirer un plus grand nombre de touristes étrangers, stimulant ainsi davantage les revenus du secteur. Le tourisme est identifié comme un facteur clé qui peut considérablement favoriser la croissance et l'expansion de la culture du café dans tout le Maroc, en particulier dans les destinations touristiques populaires.

Plusieurs exemples concrets illustrent le succès des mini-cafés et des "coffee to go" au Maroc. Cafés Carrion, maître torréfacteur et la plus ancienne maison de café du royaume du Maroc témoigne avec leur concept "Carrion to go", du succès d'une marque établie



SOFRADIS

Identification, traçabilité,
marquage de produits et
solutions d'emballage



CODAGE & MARQUAGE

Nous DISposons d'équipements et de solutions capables de marquage sur différents supports (carton, plastique, verre, conserve...) et différentes circonstances (vitesse, humidité, températures...) au meilleurs rapport qualité/prix.



PRODUCTION PERSONNALISÉ

Nous DISposons d'ateliers de productions d'encre RUBAN ET d'ETIQUETTES capable de produire les besoins standard et spécifique de nos clients.



CAPTURE DE DONNÉES

Nous DISposons des meilleures solutions de capture de données et aussi la technologie RFID, pour réalisation de vos projet de gestion de stock et tracabilité.



EMBALLAGE & CONDITIONNEMENT

Nous DISposons des dernières générations et technologies de machines d'emballages et de conditionnement robuste et sécurisé au meilleurs rapport qualité/prix.

SOFRADIS 10/10

PLUS DE 35 ANS D'EXPERTISE

À VOS MARQUES, PRÊTS, TRACEZ

Pourquoi SofraDIS 10/10 ?

10/10 : Qui suis-je?

DIStingué par un historique de plus de 35 ans d'expertise.

J'accompagne tous les secteurs pour lesquels le marquage, la traçabilité et l'identification de leurs produits est une priorité pour garantir et répondre aux exigences de leurs clients.

DIStributeur de qualité internationale.

Je concocte toutes les dernières technologies nationales et internationales dans le marquage l'impression industriels, la traçabilité et de l'emballage ; DISponibilité sur mesure de machines : Jet d'encre, laser, transfert thermique, UV, étiquetage, pose et impression, impression de grands caractères, mobilité de terminaux, scanners de codes, RF ID, rubanage, cerclage, banderolage, etc. Et je veille à ce que mes gammes de produits S'élargissent.

Siège CASABLANCA

78, Bd Hadj Ahmed Mekouar –
21600 Aïn Sebaa - Casablanca - Maroc

05 22 34 30 01

crc@sofradis.net

Succursale agadir

Lot Agdal n° 881 Ait Melloul-
Agadir- Maroc

05 28 24 12 94

crcsud@sofradis.net

qui a su s'adapter aux nouvelles tendances en proposant des ventes à emporter dans plusieurs villes du royaume avec plus de 32 boutiques et mini coffee shops. Fort de son engagement envers la qualité et l'innovation, Dahab Coffee incarne à son tour ce concept novateur à travers son réseau de plus de 80 boutiques réparties dans 17 villes. L'enseigne propose une gamme diversifiée allant des capsules de café et thés aux sucres et équipements pour cafés. Son succès repose sur une subtile alliance d'influences internationales et locales, complétée par des options pratiques à emporter et une atmosphère chaleureuse qui en font une destination de choix. Ces entreprises prospères ont adopté des stratégies clés telles que la création d'offres uniques, un branding efficace, des emplacements stratégiques, un service client de qualité et l'utilisation des plateformes de médias sociaux pour leur promotion. L'esthétique visuelle et la présence en ligne jouent un rôle crucial pour attirer une clientèle plus jeune, comme le démontrent les cafés à thème floral. La qualité du café et du service reste un facteur fondamental pour fidéliser la clientèle dans ce marché concurrentiel. L'utilisation efficace des médias sociaux pour le marketing et l'adoption des tendances actuelles du café sont également des stratégies clés pour atteindre un public plus large.

L'AVENIR DU CAFÉ "ON THE GO" AU MAROC

Le secteur du café au Maroc est susceptible de connaître de nouvelles tendances et innovations dans les années à venir, notamment en ce qui concerne la consommation et les formats proposés. On peut anticiper un intérêt croissant des consommateurs pour le café de spécialité, y compris les grains d'origine unique et les méthodes de préparation plus sophistiquées, à mesure que les palais marocains deviennent plus raffinés. Le marché marocain du café prêt-à-boire (RTD) présente un potentiel considérable de développement et d'expansion, répondant à la demande d'options pratiques et à consommer sur le pouce.

Les tendances mondiales du café, telles que l'importance croissante accordée à la durabilité, à l'approvisionnement éthique et à l'adoption d'alternatives au lait d'origine végétale, devraient également influencer l'orientation future du secteur marocain du café. Les mini-cafés pourraient innover davantage dans leurs formats et leurs offres de services, en intégrant la technologie et en explorant des modèles commerciaux uniques. Les cafés mobiles, avec leur flexibilité, pourraient se multiplier dans divers lieux et événements, offrant une approche dynamique du service de café. La technologie pourrait jouer un rôle croissant dans l'amélioration de l'expérience "coffee to go", avec

l'adoption d'applications de commande mobile, de systèmes de paiement sans contact et de machines à café intelligentes. Le marché marocain des cafés de marque connaît une croissance rapide et devient de plus en plus concurrentiel, avec de nouveaux acteurs locaux et internationaux cherchant à gagner des parts de marché. La forte concurrence déjà présente dans le secteur des cafés au Maroc suggère que le succès futur dépendra de l'innovation et de la différenciation.

L'émergence et la popularité croissante des mini-cafés et du concept de "coffee to go" représentent une évolution significative du paysage de la pause café au Maroc. Ces nouveaux formats ne se contentent pas de modifier les habitudes de consommation traditionnelles, mais ils ont également un impact économique notable, stimulant l'entrepreneuriat, créant des emplois et contribuant à la croissance du chiffre d'affaires du secteur du café. Alors que le Maroc continue de s'urbaniser et que les modes de vie évoluent, ces tendances devraient se poursuivre, offrant aux consommateurs plus de choix et de commodité tout en présentant de nouveaux défis et opportunités pour les acteurs du marché. L'avenir de la pause café marocaine s'annonce dynamique, marqué par l'innovation, l'adaptation et une intégration croissante des influences mondiales dans un contexte culturel local unique.

Servir le monde rural et l'agriculture est dans notre ADN



CREDIT AGRICOLE DU MAROC PARTENAIRE OFFICIEL DU SIAM



CREDIT
AGRICOLE
DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE

@ www.creditagricole.ma
f [CreditAgricoleduMaroc](https://www.facebook.com/CreditAgricoleduMaroc)
© [creditagricolemaroc](https://www.instagram.com/creditagricolemaroc)
in [credit-agricole-du-maroc](https://www.linkedin.com/company/credit-agricole-du-maroc)
▶ [creditagricoledumaroc](https://www.youtube.com/channel/UC...)



L'ÉNERGIE QUI AMÉLIORE VOTRE RENDEMENT

Afriquia Gaz offre une énergie polyvalente avec des solutions énergétiques adaptées aux besoins de l'agriculture, et dimensionnées pour répondre aux exigences des diverses activités agricoles : élevage, séchage, culture, désherbage, ...