

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

ADDT 1409 COMPAD Adresse BP 20028 Hay-Essalam - 20203 Casablanca

Bio

MARCHÉ

LE BIO DE + EN + PLÉBISCITÉ

TENDANCES

LES MEILLEURES GLACES DE L'ÉTÉ 2020



Emballage

Recyclage des bouteilles et flacons en plastique



Actualité

Nouveaux produits et nouveaux matériels



Hôtels et restaurants

La reprise sous conditions

L'incontournable
des
Chefs Glaciers



L'été est bien là avec sa vague de chaleur et ses tenues légères, pourtant cette année, l'été sera bien différent des autres. Si les plages sont à nouveau envahies par les baigneurs, si la nature arbore ses teintes brûlées, si les cafés accueillent les clients, si les têtes de gondoles des supermarchés valorisent les jus d'oranges et autres boissons estivales ainsi que les crèmes solaires, nous avons quand même du mal à sortir de notre marasme post-confinement. Pourtant, les smoothies, les barbotines et slushes bien glacées, les laits frappés, remplissent bien les caddies des ménagères. Les rayons de fruits et légumes sont colorés et très achalandés, et les glaces et autres sorbets sont bien en évidence dans des frigos dédiés aux marques du secteur. Côté CHR, les terrasses de cafés jouent sur des coupes glacées aux noms évocateurs : Beach Ice, coupe Iceberg, Coupe Fraîcheur, Coupe Tropiques, Coupe des Iles, les enseignes ont ressortis leurs célèbres cafés glacés et cafés frappés, les restaurateurs posent leurs parasols et agencent leurs tables en plein air. Leurs cartes mettent en avant les poissons grillés et autres brochettes cuites au feu de bois. Les bars, quant à eux rivalisent d'ingéniosité pour proposer des granités et cocktails de saison, frais et fruités. Les magasins spécialisés en barbecues, piscines gonflables, mobiliers de jardin, accessoires d'espaces verts et autres pépiniéristes sont à pied d'oeuvre! C'est une évidence, l'été est bien là. Et pourtant... Nous devons porter un masque, nous laver les mains continuellement, ne plus se saluer ni se faire la bise, respecter 1m50 de distance entre nous, ne pas voyager à l'étranger, éviter



les rassemblements festifs, et récemment ne plus sortir de certaines villes, ... ce n'est pas tout à fait l'image que je me fais des vacances et de la période estivale.

Alors que faire? Eh bien essayer de vivre au mieux en attendant des jours meilleurs, prendre soin de soi et de toute sa famille, se changer les idées le plus souvent possible, profiter de chaque instant, se tourner vers l'avenir!

Pour vous accompagner Resagro vous propose un nouveau numéro et vous donne rendez-vous en septembre pour une rentrée sous le signe de l'optimisme. Nous vaincrons ce Coronavirus et repartirons plus fort que jamais!

Bonne lecture et bons bains de soleil tout de même!

Alexandre DELALONDE

Resagro magazine

Imprimeur

IMPRIMEUR IDÉALE, CASABLANCA

TÉL. : (+212) 522 60 05 57

IMPRIMÉ AU MAROC - PRINTED IN MOROCCO.

Compad, agence de communication

BP 20028 HAY ESSALAM

C.P - 20203 - CASABLANCA

TÉL. / FAX : (+212) 522 24 22 00

E-MAIL : CONTACT@RESAGRO.COM

SITE INTERNET : 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.

Alexandre Delalonde

DIRECTEUR DE PUBLICATION

Claude Vieillard

RÉDACTEUR EN CHEF

Service commercial

CONTACT@RESAGRO.COM

TÉL. : (+212) 522 24 22 00

(+212) 672 22 76 10

(+212) 672 22 76 58

Yves Hazette

CONSULTANT PUBLICITAIRE

(+212) 672 70 42 08

YVES.RESAGRO@GMAIL.COM

Mohamed El Allali

DIRECTEUR ARTISTIQUE

CHEF DE PROJETS WEB

Dominique Pereda

CORRESPONDANTE FRANCO-

PHONE

DPEREDA@RESAGRO.COM

PEREDA.RESAGRO@GMAIL.COM

Fanny Poun

CORRESPONDANTE ANGLOPHONE

FANNY@RESAGRO.COM

Laetitia Saint-Maur

CORRESPONDANTE HISPANO-

PHONE

LAETITIA@RESAGRO.COM

Noureddine Malak

RESPONSABLE DISTRIBUTION

SOMMAIRE

- 03 Edito
- 06 Périscope
- 14 Veille réglementaire
- 18 Le bio de plus en plus plébiscité
- 24 Notre sélection de produits
- 26 Les meilleures glaces de l'été 2020
- 30 Le recyclage des bouteilles et flacons en plastique
- 34 Notre sélection de matériels

- 36 Recettes selon Kool
- 38 Les News
- 42 UNTWO pour une reprise du tourisme
- 44 Hôtels & restaurants : la reprise sous conditions!
- 48 Le contrat-programme de soutien au tourisme



FUSION

FCP-PSA

Le Conseil de la Concurrence marocain a donné son accord pour la fusion des deux géants de l'automobile : FCA-PSA. Dans une publication du dernier Bulletin officiel, le Conseil considère que « la fusion entre les deux constructeurs (détenant des filiales au Maroc) ne va pas changer la situation de la concurrence sur le marché marocain des véhicules de tourisme ou utilitaires » et que « l'opération ne soulève aucun risque d'une intégration horizontale sur le marché ».

Pour rappel, FCA compte dans son giron les marques Fiat, Chrysler, Jeep, Maserati, Alfa Romeo, Dodge et Ram. De son côté, PSA détient les marques Peugeot, Citroën, DS, Opel et Vauxhall.



BUSINESS GAME

**ATTIJARI CITY**

À travers le lancement de la version internationale de son Business Game «Attijari City», Attijariwafa bank renforce sa collaboration avec ses partenaires académiques à l'échelle internationale et continentale. Cet événement a pour objectif de créer une forte dynamique constructive, fondée sur la diversité comme une réelle richesse avec la participation de 5 écoles issues de 4 pays à savoir :

- Tunisie : Ecole ENIT - Ecole Nationale d'Ingénieurs de Tunis.
- Sénégal : Sup de Co Dakar.
- France : AMGE Caravane.
- Côte d'Ivoire : L'École Supérieure de Commerce et d'Administration des Entreprises (ESCAE) de l'Institut National Polytechnique Félix Houphouët-Boigny de Yamoussoukro et APBEF Côte d'Ivoire

La version internationale du Business Game «Attijari City» se veut à l'image du Groupe en tant que multinationale panafricaine par

excellence et ouverte sur le monde. Cette édition permettra aux étudiants de vivre une expérience riche en apprentissage, fondée sur l'esprit d'équipe, la création de synergies et l'esprit de partage.

Cette édition sera organisée par Attijariwafa bank du Lundi 29 Juin au Vendredi 03 Juillet 2020. Les jeunes talents seront amenés à incarner le rôle de dirigeants d'entreprises et travailleront en équipe afin de prendre des décisions communes et formuler des réponses adéquates aux problématiques proposées.

La version Internationale du Business Game « Attijari City », mettra également « la Banque » au cœur de l'écosystème en invitant les étudiants à mettre en œuvre des concepts bancaires et financiers nécessaires à la gestion de leurs entreprises. À travers le lancement de cette version internationale du Business Game, Attijariwafa bank réaffirme son ambition de créer une réelle dynamique à l'échelle internationale et continentale en accompagnant les jeunes étudiants à travers des initiatives destinées à leur permettre d'acquérir de nouvelles compétences.

attijaricity.com

IMMOBILIER COMMERCIAL

ARADEI CAPITAL SE POSITIONNE

Aradei Capital, une foncière marocaine qui acquiert, exploite et développe des actifs immobiliers dans le but de générer des revenus locatifs a tracé son plan de développement pour la période post-covid-19. L'institution a l'intention de se positionner dans le secteur de l'immobilier commercial qu'elle considère comme étant « en pleine expansion au Maroc ». A cet effet, elle a procédé à une augmentation de capital dans l'optique de financer son plan de développement.

L'entité détenue par le gouvernement sud-africain a acquis pour le compte d'un de ses clients, à savoir : le Government

Employees Pension Fund (un fonds de retraite sud-africain), une part de 13 % dans le capital d'Aradei, en contrepartie d'un investissement de 50 millions \$. Le Government Employees Pension Fund espère bénéficier sur le long terme de cette stratégie de diversification voulue par Aradei Capital.



Chamberline Moko © Agence Ecofin

SALAFIN

UN CHOIX COMPLIQUÉ

Salafin, une société de la Bourse de Casablanca au Maroc, spécialisée dans l'octroi de crédit à la consommation a mis certains de ses actionnaires face à un choix compliqué. Il est prévu au cours de son Assemblée générale qui se tiendra le 30 juin 2020 que soit validé le principe de la distribution de 129 millions de dirhams au titre de dividendes normaux et exceptionnels pour le compte de l'exercice 2019. Dans le même temps, une autre résolution prévoit que soit effectuée une augmentation de capital de 130 millions de dirhams marocains réservés aux actionnaires de l'entreprise. Ceux qui seront intéressés ne pourront obtenir les nouvelles actions qu'en échange de leurs dividendes. Clairement, l'entreprise laisse le choix aux actionnaires de décider entre la contribution au renforcement des fonds propres avec plus de gains en perspective dans le futur, ou la prise immédiate de bénéfice.

Le choix sera difficile pour les actionnaires notamment les minoritaires qui détiennent globalement 17% du capital de l'entreprise. Salafin a régulièrement payé des dividendes depuis 2006, mais son bénéfice par action a régulièrement baissé et l'année 2020 ne se présente pas sous de bons auspices.

Rappelons que la valeur boursière de l'entreprise a déjà reculé de 34,21% depuis le début de l'année 2020.

Idriss Linge © Agence Ecofin

α ALPHA INOX MAROC

LE PARTENAIRE DES INDUSTRIES ALIMENTAIRES, PHARMACEUTIQUES ET COSMETIQUES



Inox
Tôle
Raccord
Tube
Robinetterie
Visserie
Quincaillerie
Outillage
Fournitures
industrielles

10, Avenue Tizi Ousli, Ain Sebaâ, Casablanca - MAROC - Tél : 05 22 34 17 03 / 09 - 05 22 34 16 44
Fax : 05 22 34 17 16 / 22 - E-mail : info@alpha-inox.ma - Site web : www.alpha-inox.ma

PROJET SAPHIR

APPELS À CANDIDATURE

Programme ambitieux en faveur de la réalisation des objectifs de développement durable (ODD) et de l'inclusion économique de la jeunesse dans 9 pays d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient, le projet Safir entre dans sa phase opérationnelle, avec le lancement de deux premiers appels à candidatures à destination d'incubateurs et d'organisations de la société civile.

Lancé en mars 2020, le projet repose sur 3 piliers : le soutien à plus de 1.000 jeunes porteurs de projets à impact social, culturel ou environnemental ; la structuration et le développement d'un réseau régional d'acteurs de l'accompagnement ; la création d'espaces de dialogue entre la jeunesse et les pouvoirs publics.

Avant le lancement, au mois de septembre, d'un appel à candidatures à destination de jeunes porteurs de projets et d'universités, Safir a entamé le 19 mai 2020 le processus

de sélection des incubateurs et des organisations de la société civile. Ces derniers auront pour mission d'accompagner vers l'excellence, pendant les 4 prochaines années, 1000 jeunes acteurs du changement dans la région.

Au terme de cette 1ère étape, prévue à la fin du mois de juin 2020, l'Institut français et les incubateurs tunisien et libanais Lab'ess et Pitchworthy aideront 8 incubateurs locaux à consolider et uniformiser leurs méthodologies d'accompagnement de projets.



Les appels à candidatures sont ouverts jusqu'au 26 juin sur le site www.safir-eu.com

AGRICULTURE

EN TEMPS DE CORONAVIRUS

Malgré l'état d'urgence sanitaire décrété au Maroc il y a déjà quelque temps pour lutter contre le Covid-19, le secteur agricole et de la pêche maritime maintiennent leurs activités et approvisionnent régulièrement le marché. En effet, les professionnels du secteur ont fait preuve d'une grande mobilisation afin d'assurer un équilibre au niveau de toute la chaîne de valeur. Ces opérateurs ont d'autant plus pris des mesures sanitaires strictes au sein des unités de production pour la sécurité de leurs employés agricoles.

Aussi, le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts (MAPMDREF) assure toujours un suivi régulier de la situation de la production et de l'approvisionnement du marché national en produits agricoles et alimentaires. Il apparaît qu'en dépit de la situation de crise sanitaire et du déficit pluviométrique, la production agricole a gardé un niveau régulier et les quantités couvrent largement les besoins du marché.

Un communiqué du MAPMDREF indique ainsi que l'installation des cultures de printemps se poursuit normalement et que les réalisations à date ont atteint 105% du programme arrêté avec un dépassement des superficies programmées pour certaines cultures, notamment :

La pomme de terre (112%) ;

La tomate (127%) ;

L'oignon (106%) ;

Les courges et courgettes (147%) ;

Le haricot vert (209%).

Les réalisations des autres cultures dépassent 90% de la superficie programmée. S'agissant du programme des assolements arrêté pour les principales cultures maraîchères pour la saison d'été, notamment 19.000 Ha, sa mise en place débute à partir du mois de juin. La production prévue des semis de printemps et ceux d'été devra permettre de couvrir les besoins de consommation en ces produits pour la période allant de juin à décembre 2020.

Les exportations affichent également de bonnes performances notamment les produits maraîchers ayant atteint au 14 avril 2020, un volume de 876.000 tonnes, soit une croissance de 3% par rapport à la campagne précédente. Celles des fruits rouges ont enregistré aussi une forte croissance durant cette campagne, avec un volume de l'ordre de 68.400 tonnes au 14 avril 2020, enregistrant une croissance de 27% par rapport à la même date de la campagne précédente. Cependant, les volumes d'agrumes exportés ont connu une baisse de 30% mais la valeur se maintient à un bon niveau grâce à la bonne tenue des prix sur les marchés internationaux.



MAPMDREF

Source : Crédit Agricole du Maroc

UM6P

LANCEMENT DE LA SHBM

L'Université Mohammed VI Polytechnique annonce le lancement de la UM6P School of Hospitality Business and Management (SHBM), fruit d'un accord récemment conclu avec EHL Group [École hôtelière de Lausanne], afin de l'accompagner dans la création et le développement d'une école hôtelière de classe mondiale.

Un partenariat qui permettra à SHBM de devenir la première école certifiée EHL au Maroc. L'école, qui fait partie du réseau des écoles certifiées EHL, aspire à compléter l'offre académique nationale.

Ouverte sur l'Afrique, SHBM aspire à devenir un symbole d'excellence à l'échelle du continent et sera conduite par sa devise « Nourrir les talents d'aujourd'hui, pour bâtir le Maroc et l'Afrique de demain ».

L'objectif de l'UM6P est de développer une nouvelle génération de leaders de l'industrie du tourisme.

Pour former ces futurs professionnels en Business et Management Hôtelier, l'école s'appuiera sur l'expérimentation « Le Learning by Doing », une vision commune de l'enseignement partagée par EHL Group et l'UM6P.

Ainsi, l'UM6P ambitionne de créer un écosystème hôtelier global au sein de son campus moderne, doté d'une infrastructure de pointe. Cet écosystème contribuera à cultiver l'essence de cette discipline tout en encourageant l'innovation, la recherche appliquée ainsi que l'entrepreneuriat.



www.shbm-um6p.ma
www.um6p.ma
www.ehl.edu
www.ehladvisory.com



LUBRIFIANTS CERTIFIÉS HALAL NSF H1 POUR L'INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE

Une gamme complète de plus de 200 références certifiées Halal NSF H1



- ✓ Résiste aux conditions d'utilisation les plus Extrêmes
- ✓ Prolonge la durée de vie de vos machines
- ✓ Réduit les temps d'arrêt des machines
- ✓ Améliore la rentabilité de l'usine
- ✓ Allonge les intervalles de lubrification
- ✓ Protège contre une large variété d'agents microbiens
- ✓ Leader américain des lubrifiants pour l'industrie agro-alimentaire



www.lubrinamaroc.com
10 Avenue Tizi Ousli Ain Sebaa
Tél : 0522 34 08 49 Fax : 0522 34 08 51

Le spécialiste de la lubrification pour l'industrie agro-alimentaire



PROJET

SPOTIFY ET COVID-19

Spotify s'organise autour de mesures inédites pour soutenir la communauté musicale mondiale face à la crise du COVID-19. Consciente que de nombreuses sources de revenus sont actuellement interrompues, la plate-forme de streaming a instauré le projet Spotify COVID-19 Music Relief. Désormais accessible en Afrique du Nord et au Moyen-Orient, en partenariat avec le Fonds Arabe pour les Arts et la Culture (AFAC), l'initiative vise à collecter des fonds pour venir en aide aux artistes les plus touchés, avec le concours du programme Artist Support Grant proposé par AFAC.

Spotify COVID-19 Music Relief est un projet mondial qui recommande des organisations vérifiées offrant une aide financière aux membres de la communauté musicale les plus démunis. Au niveau international, Spotify a déjà établi des partenariats avec MusiCares, PRS Foundation, Brazilian Union of Composers, Unión de Músicos Independientes, Help Musicians et beaucoup d'autres encore. Pour en savoir plus, rendez-vous sur la page Spotify COVID-19 Music Relief. Les professionnels de la musique à la recherche de soutien peuvent également se rendre sur le site officiel d'AFAC pour obtenir plus d'informations.



ASSURANCES

ATLANTA ABSORBE SANAD

Les conseils d'administration de Atlanta et Sanad ont approuvé les modalités de la fusion-absorption de Sanad par Atlanta. Sanad est détenue à hauteur de 99,96% par Atlanta. Cette opération s'inscrit dans la continuité de la réorganisation stratégique et du développement du Pôle Finance (Holmarcom Finance Company) du groupe Holmarcom.

"Nos deux compagnies sont de taille similaire, réalisent d'excellentes performances et affichent, depuis des années, des indicateurs au-dessus de la moyenne du marché. En les fusionnant, nous allons consolider nos acquis pour créer une seule compagnie plus forte, plus moderne et plus accessible", déclare Mohamed Hassan Bensalah, PDG du groupe Holmarcom.

Le rapprochement va permettre la création de synergies à tous les niveaux ; commercial, technique et financier. La fusion sera effective fin septembre et sera réalisée sur la base d'une parité d'échange de 11 actions Atlanta pour 1 titre Sanad. La finalisation de l'opération est suspendue aux autorisations réglementaires, notamment l'agrément de la fusion et de l'accord portant sur le transfert de la totalité du patrimoine de Sanad à Atlanta par l'Acaps, l'obtention du visa de l'AMMC sur le prospectus relatif à la fusion et l'approbation de la fusion par les assemblées générales extraordinaires des actionnaires d'Atlanta et de Sanad.

L'entité issue de la fusion pèse un chiffre d'affaires consolidé de près de 5 milliards de DH (en 2019), soit une part de marché de 11%. Il emploie plus de 650 collaborateurs et dispose d'un réseau exclusif de près de 400 points de vente.

© L'Economiste

AU MAROC

LES RENDEZ-VOUS DE L'UNICEF

Après la première phase d'engagement avec les célébrités à travers « L'Appel de l'Enfance », le bureau de l'UNICEF au Maroc lance « Les Rendez-vous de l'UNICEF », pour offrir aux enfants, aux jeunes, à leurs familles et au grand public un contenu à haute valeur ajoutée en vue de renforcer leur résilience pour la gestion des impacts secondaires de la crise Covid19 aussi bien durant le confinement qu'après sa levée.

« Les Rendez-vous de l'UNICEF », prendront la forme d'une campagne de communication étalée dans le temps. Ils donneront la parole à des célébrités, des influenceurs et des experts dans leurs domaines respectifs pour accompagner les enfants, les jeunes et leur familles en vue de renforcer leur résilience particulièrement en cette période de crise, promouvoir les droits de l'enfant de manière générale et par rapport à des sujets prioritaires et des domaines d'action clés.

Distribué par APO Group pour UNICEF Maroc





VENTE D'INGREDIENTS, ADDITIFS, EPICES ET
ASSAISONNEMENT POUR L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE



Marinade & Assaisonnement

LIQUIDE ET POUDRE POUR
VOS VIANDES



Mixs & Ingredients

POUR VOTRE CHARCUTERIE ET
PRODUITS ELABORES



Bases Culinaires

SAUCES ET BASES POUR UN GOUT
EXCEPTIONNEL



Aromes Salé & Sucré

LIQUIDE ET EN POUDRE SELON
VOTRE UTILISATION



Siège: Lot N° 18, PARC INDUSTRIEL C.F.C.I.M / OULED SALAH BOUSKOURA

TEL:0522-59 25 93 / 86

EMAIL:LACASEMSARL@MENARA.MA / LACASEM01@MENARA.MA

N° AGREMENT ONSSA: ES.7.46.15 - EC.7.120.16 - SCCL.7.119.16 - CFL.7.125.16

INITIATIVE

TANGER LED

Tanger Med, hub portuaire mondial, s'associe à l'initiative du port de Singapour aux côtés des grands hubs portuaires internationaux, tels que Shanghai, Rotterdam, Anvers, Long Beach, Busan etc, et co-signe un engagement pour garantir la continuité des chaînes logistiques mondiales.

A travers cette initiative, Tanger Med réaffirme son leadership en tant que hub portuaire Africain et Méditerranéen majeur, et son rôle clef pour assurer l'approvisionnement des marchés mondiaux.

Les signataires qui se sont réunis par Visio-conférence, ont échangé sur les organisations mises en place et les plans de continuité déployés pour faire face au contexte actuel afin de garantir un approvisionnement constant des chaînes logistiques mondiales.

Cette initiative ouvre une perspective prometteuse pour une collaboration étroite et continue entre les hubs portuaires majeurs au service des chaînes logistiques internationales.



SALON

AFRICA AGRI FORUM

La 7ème édition de l'Africa Agri Forum aura lieu les 25 et 26 novembre prochains à Youndé.

A cette occasion, acteurs publics et privés du secteur agricole en Afrique Centrale, organisations internationales, bailleurs de fonds et investisseurs de plus de 30 pays, seront attendus pour échanger autour des ambitions agricoles en marche : la transformation, l'agroalimentaire et l'innovation.

Organisé par i-conférences en partenariat avec le Ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et de l'Alimentation du Gabon et l'appui de l'Union Africaine, ce forum de haut niveau vise à accompagner et accélérer la dynamique d'un secteur hautement stratégique pour le développement du continent.

Inscriptions ouvertes sur www.africaagriforum.org

BAD

FINANCEMENT POUR LE MAROC

Le Conseil d'administration de la Banque africaine de développement a approuvé, mercredi 27 mai à Abidjan, un financement de 264 millions d'euros en faveur du Maroc dans le cadre de son programme d'appui à la réponse de Covid-19 (PARC-19).

Avec un déploiement rapide des ressources, le PARC-19 contribue aux efforts de réponse du Royaume à la crise sanitaire, économique et sociale déclenchée par l'épidémie de Covid-19.

Afin de protéger la population, le programme a pour premier objectif de contribuer à limiter la propagation du virus et à améliorer davantage l'efficacité de la réponse sanitaire des autorités. Ainsi, il contribuera à l'augmentation du nombre de centres hospitaliers habilités à réaliser des dépistages virologiques.

Le deuxième objectif de cette opération vise à contribuer à préserver le pouvoir d'achat des Marocains. Dans cette perspective, le programme appuiera les mesures publiques de soutien financier, dont bénéficient les employés des secteurs formel et informel en période de confinement. Il appuiera également les efforts du gouvernement pour soutenir 4,3 millions de ménages du secteur informel ainsi que 800.000 salariés affiliés à la Caisse nationale de la sécurité sociale (CNSS).

Dans le but de préserver les emplois et de promouvoir les conditions de la reprise économique, le PARC-19 facilitera l'accès au financement des auto-entrepreneurs et renforcera la trésorerie des très petites et moyennes entreprises (TPME). Le résultat attendu est de préserver 75% des emplois affectés par la crise.

Distribué par APO Group pour African Development Bank Group (AfDB).



ONSSA

DE NOMBREUX CONTRÔLES

Les services de l'Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA) ont procédé à 24.048 opérations de contrôle des produits alimentaires durant les 4 premiers mois de l'année 2020. Celles-ci ont concerné un total de plus de 8 millions de tonnes de produits alimentaires, dont 4935 tonnes ont été détruites ou refoolées. Aussi, 375 Procès-verbaux d'infractions ont été dressés et transmis au Parquet par les inspecteurs de l'ONSSA. Plusieurs motifs ont motivé la destruction ou le refolement de ces produits, qui sont impropres à la consommation, notamment leur origine inconnue, le non-respect des conditions de conservation et de stockage, l'expiration de la péremption ou le non-respect de l'étiquetage.

www.onssa.gov.ma/fr

FRANCE

LES DATES DES CFIA

Nul doute que l'année 2020 restera gravée dans les mémoires. L'épidémie de Covid-19 aura bouleversé des pans entiers de l'économie française et aura demandé aux entreprises de faire preuve d'une grande capacité d'adaptation. C'est particulièrement vrai dans l'événementiel. Ce n'est pas un nouveau report, mais un changement de lieu que vient d'annoncer le CFIA : le salon numéro un de l'agroalimentaire aura bien lieu les 29, 30 septembre et 1er octobre 2020, mais à Rennes, son fief historique, et non à Nantes, comme il avait été décidé mi-avril.

Les organisateurs ont aussi pris la mesure des difficultés posées par la proximité des éditions 2020 et 2021 si celle-ci avait été maintenue aux dates habituelles, en mars. C'est pourquoi Sébastien Gillet annonce d'ores et déjà que le CFIA Rennes 2021 se tiendra les 8, 9 et 10 juin 2021 au Parc des Expositions de Rennes Aéroport. Une façon d'échelonner les événements, avant un retour aux dates habituelles (en mars) dès 2022. Sébastien Gillet en a profité pour confirmer le report à une date ultérieure de la première édition du CFIA Toulouse.



fond de sécheresse. Dans cette perspective, l'exécutif a déjà prolongé la suspension des droits de douane appliqués au blé tendre jusqu'à la fin de l'année.

AFRIQUE DU NORD

1ÈRE IMPORTATRICE DE BLÉ

En 2020/2021, l'Afrique du Nord pourrait devenir le principal pôle d'importation mondiale de blé, une première depuis trois campagnes. C'est ce qu'estime le Département américain de l'agriculture (USDA) dans ses dernières prévisions pour le marché céréalier, publiées en mai dernier.

En effet, les achats de la céréale pourraient grimper à 29,7 millions de tonnes, soit 7,4 % de plus que la saison précédente durant la campagne démarrant en juillet prochain. Ce niveau d'importation placera la région devant l'Asie du Sud-Est, l'Afrique subsaharienne et le Moyen-Orient, les autres moteurs de la consommation mondiale de blé.

Au Maroc, les volumes importés devraient atteindre un chiffre record de 5,8 millions de tonnes en raison notamment d'une production prévue en baisse de 33 % durant ladite saison sur

FRETERIUM

TRANSFORMER LES CHAINES LOGISTIQUES

La start-up marocaine Freterium, plateforme collaborative de gestion et de suivi du transport routier de marchandises, revient sur la levée de fonds réalisée auprès de CDG Invest, la branche investissement de la Caisse de Dépôt et de Gestion (CDG).

Fondée par deux ingénieurs, Mehdi Cherif Alami et Omar El Kouhene, Freterium vise à transformer les chaînes logistiques en remplaçant les processus manuels par un écosystème entièrement connecté.

Freterium propose la première Transport Management Platform (TMP) de la région Afrique-Moyen Orient qui combine les

principaux modules d'un TMS (Transport Management System) et la connectivité d'une plateforme collaborative de visibilité avancée. Freterium permet à tous les donneurs d'ordres, industriels, distributeurs, logisticiens... de planifier et d'optimiser leurs expéditions en quelques clics, et de suivre l'exécution (réalisée par une flotte propre ou des prestataires de transport) en accédant à des informations prédictives et en temps réel sur toutes les livraisons.

Freterium fait partie de la première promotion du programme 212 Founders, lancé en septembre 2019 par CDG Invest, la branche investissement du Groupe Caisse de Dépôt et de Gestion (CDG).

A l'issue d'un processus de candidature sélectif et exigeant, Freterium a été retenue parmi les vingt start-up sélectionnées sur près d'un millier de candidats pour participer à ce programme. Après six mois d'accompagnement en incubation et un passage en comité d'investissement, CDG Invest a décidé d'investir et est désormais actionnaire de la jeune start-up.

Freterium a intégré la phase d'accélération de 212 Founders qui a pour objectif de les préparer au mieux dans leur développement commercial et technique lors des douze à dix-huit prochains mois.



EN SAVOIR PLUS WWW.FRETERIUM.COM
TÉLÉPHONE +212 6 61 67 67 25
LINKEDIN FRETERIUM
FACEBOOK @FRETERIUM

SUCRE

LÉGÈRE BAISSSE

En 2019/2020, la consommation mondiale de sucre devrait se contracter de 1,2 % à 169,9 millions de tonnes. C'est ce qu'estime le courtier Czarnikow dans de récentes prévisions relayées par Bloomberg.

D'après la firme basée à Londres, cette baisse bien que légère d'une année sur une autre, reste historique dans la mesure où elle constitue le premier repli de la consommation depuis près de quatre décennies. Pour expliquer cette situation, Czarnikow met en lumière la chute de la consommation hors domicile de produits contenant du sucre en raison des mesures de confinement liées au coronavirus.

A cela s'ajoute, le ralentissement des achats de la denrée par les géants mondiaux des boissons et confiseries comme Coca-Cola, Nestlé et PepsiCo du fait de la mauvaise conjoncture économique engendrée par la pandémie. La chute de la demande cette saison devrait encore gonfler un peu plus le surplus de stocks et déprimer des cours déjà en berne.

Elle intervient alors que l'industrie sucrière fait face depuis quelques années, à une croissance plus faible de la consommation liée aux taxes sur les boissons sucrées et autres obligations imposées aux industriels de réduire la teneur en sucre des aliments transformés pour lutter contre l'obésité.



COVID-19

PERTES POUR LE SECTEUR AVICOLE

circuits de vif (ventes d'animaux sur pied, Ndlr) représentent plus de 50 % du marché de commercialisation des poulets et une part significative du marché de la dinde. Les éleveurs sont inquiets quant à la pérennité de leur activité. Certains ne sont plus en mesure d'honorer leurs engagements envers les employés, les revendeurs et les fournisseurs, et croulent sous les dettes», souligne l'étude.

Pour rappel, le secteur avicole occupe une place socio-économique importante au Maroc. Il enregistre un chiffre d'affaires annuel de 31 milliards de dirhams (3,2 milliards \$) et fournit près de 500 000 emplois directs et indirects selon les données du gouvernement.

Au Maroc, la filière avicole est aux abois en raison des conséquences économiques de la pandémie du coronavirus.

Selon une étude de l'Association des producteurs de viandes de volaille (APV), relayée par le quotidien marocain Medias24, l'industrie a déjà essuyé une perte de près de 1,5 milliard de dirhams (155,6 millions \$) depuis le 20 mars dernier.

L'essentiel de ce manque à gagner est enregistré sur le segment « poulet de chair » avec 1,2 milliard de dirhams contre 290,6 millions de dirhams pour l'élevage de dindes. D'après l'APV, cette situation dramatique pour le secteur est principalement liée à l'accumulation des volailles vivantes non vendues dans les fermes, ce qui a augmenté les coûts de production et fait baisser les prix de vente.

A ce facteur s'ajoute l'effondrement de la demande liée à la fermeture des principaux points d'écoulement pour limiter la propagation de la pandémie.

« Les circuits de restauration hors foyers et les

Espoir Olodo © Agence Ecofin

**NOMINATION****FABRICE CREVOLA**

A compter du 1er juillet 2020, Fabrice Crevola prendra officiellement ses nouvelles fonctions en tant que Directeur Général de Renault Commerce Maroc succédant ainsi à Laurent DIOT appelé au poste de Directeur Marketing France. Il sera rattaché à Marc Nassif, Directeur Général du Groupe Renault Maroc.

La filiale commerciale du Groupe Renault Maroc gère les activités de ventes et de services des marques Renault et Dacia. Plus que jamais, le Groupe a renforcé son leadership commercial dans le Royaume avec plus de 42% de part de marché en 2019, devenu le 13ème pays en termes de vente pour le Groupe Renault.

Diplômé de l'EM Lyon Business School, Fabrice Crevola a intégré le Groupe Renault en 1994. Son parcours a été marqué par la prise de fonction de différentes responsabilités dans les ventes et le marketing au sein du Groupe. Il dispose d'une grande expérience à l'international, notamment à la tête du marketing du Groupe Renault en Pologne et en Italie. Depuis maintenant 3 ans, il occupe le poste de Directeur Général du Groupe Renault au Portugal.

Bulletin officiel

CENT-NEUVIÈME ANNÉE - N° 6892 26 CHAOUAL 1441 (18 JUIN 2020)

Résumé exhaustif de cette édition qui contient la traduction officielle des lois et règlements ainsi que tous autres décisions ou documents dont la publication au Bulletin officiel est prévue par les lois ou les règlements en vigueur.

Voyage

Contrats de voyage et de séjour touristiques et contrats de transport aérien de passagers.

Dahir n° 1-20-63 du 5 chaoual 1441 (28 mai 2020) portant promulgation de la loi n° 30-20 édictant des mesures particulières relatives aux contrats de voyage et de séjour touristiques et aux contrats de transport aérien de passagers.

Commerce extérieur

Mesures de restrictions quantitatives à l'importation et à l'exportation.

Arrêté du ministre de l'industrie, du commerce et de l'économie verte et numérique n° 1485-20 du 12 chaoual 1441 (4 juin 2020) complétant l'arrêté du ministre du commerce extérieur, des investissements extérieurs et de l'artisanat n° 1308-94 du 7 kaada 1414 (19 avril 1994) fixant la liste des marchandises faisant l'objet de mesures de restrictions quantitatives à l'importation et à l'exportation.

Homologation de normes marocaines.

Décision du directeur de l'Institut marocain de normalisation n° 1341-20 du 25 ramadan 1441 (19 mai 2020) portant homologation de normes marocaines.

Vu la loi n° 12-06 relative à la normalisation, à la certification et à l'accréditation promulguée par le dahir n° 1-10-15 du 26 safar 1431 (11 février 2010) et notamment ses articles 11, 15 et 32 ; Vu la résolution du Conseil d'administration de l'Institut marocain de normalisation (IMANOR) n° 10, tenu le 19 safar 1435 (23 décembre 2013), qui a délégué au directeur de l'IMANOR le pouvoir de prononcer l'homologation des normes marocaines et la certification de la conformité auxdites normes, décide :

Article premier : Sont homologuées comme normes marocaines, les normes dont les références sont présentées en annexe de la présente décision.

Article 2 : Les normes visées à l'article premier ci-dessus, sont tenues à la disposition des intéressés à l'Institut marocain de normalisation (IMANOR).

Article 3 : La présente décision sera publiée au Bulletin officiel.

Création et exploitation de fermes aquacoles.

Arrêté conjoint du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts et du ministre de l'économie, des finances et de la réforme de l'administration n° 3124-19 du 23 jourmada II 1441 (18 février 2020) autorisant la société « PESCADAK sarl » pour la création et l'exploitation d'une ferme aquacole dénommée « Pescadakh » et portant publication de l'extrait de la convention y afférente.

Arrêté conjoint du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts et du ministre de l'économie, des finances et de la réforme de l'administration n° 3129-19 du 23 jourmada II 1441 (18 février 2020) autorisant la société « PESCATRAPH sarl » pour la création et l'exploitation d'une ferme aquacole dénommée « Pescatrav » et portant publication de l'extrait de la convention y afférente.

Arrêté conjoint du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts et du ministre de l'économie, des finances et de la réforme de l'administration n° 3130-19 du 23 jourmada II 1441 (18 février 2020) autorisant la société « DERHEM SEA FOOD sarl » pour la création et l'exploitation d'une ferme aquacole dénommée « Derhem Sea Food » et portant publication de l'extrait de la convention y afférente.

Arrêté conjoint du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts et du ministre de l'économie, des

finances et de la réforme de l'administration n° 3132-19 du 23 jourmada II 1441 (18 février 2020) autorisant la société « ZUITRE ZOUINE sarl AU » pour la création et l'exploitation d'une ferme aquacole dénommée « Zuitre Zouine » et portant publication de l'extrait de la convention y afférente.

ROYAUME DU MAROC

ISSN 0851 - 1217

BULLETIN OFFICIEL

EDITION DE TRADUCTION OFFICIELLE

EDITIONS	TARIFS D'ABONNEMENT		ABONNEMENT IMPRIMERIE OFFICIELLE RABAT - CHELLAH Tél. : 05.37.76.50.24 - 05.37.76.50.25 05.37.76.54.13 Compte n° : 310 810 10140290042310133 ouvert à la Trésorerie Préfectorale de Rabat au nom du régisseur des recettes de l'imprimerie officielle
	AU MAROC	A L'ETRANGER	
Edition générale.....	250 DH	400 DH	A destination de l'étranger, par voies ordinaires, aériennes ou de la poste rapide internationale, les tarifs prévus ci-contre sont majorés des frais d'envoi, tels qu'ils sont fixés par la réglementation postale en vigueur.
Edition de traduction officielle.....	150 DH	200 DH	
Edition des conventions internationales.....	150 DH	200 DH	
Edition des annonces légales, judiciaires et administratives.....	250 DH	300 DH	
Edition des annonces relatives à l'immatriculation foncière.....	250 DH	300 DH	

Cette édition contient la traduction officielle des lois et règlements ainsi que tous autres décisions ou documents dont la publication au Bulletin officiel est prévue par les lois ou les règlements en vigueur

SOMMAIRE	Pages	Pages
TEXTES GENERAUX		Compartment « FT WATER Compartiment I », – Garantie de l'Etat.
Exercice des professions de rééducation, de réadaptation et de réhabilitation fonctionnelle.		Décret n° 2-20-254 du 5 chaoual 1441 (28 mai 2020) accordant la garantie de l'Etat au fonds de titrisation « FT WATER » pour le compte du compartiment « FT WATER Compartiment I » dans l'opération de titrisation de certains actifs immobiliers par l'Office national de l'électricité et de l'eau potable.....
Dahir n° 1-19-119 du 7 hijra 1440 (9 août 2019) portant promulgation de la loi n° 45-13 relative à l'exercice des professions de rééducation, de réadaptation et de réhabilitation fonctionnelle.	1011	Douane .- Mesure de sauvegarde définitive sur les importations de tôles laminées à chaud.
Contrats de voyage et de séjour touristiques et contrats de transport aérien de passagers.		Arrêté conjoint du ministre de l'industrie, du commerce, de l'économie verte et numérique et du ministre de l'économie, des finances et de la réforme de l'administration n° 1368-20 du 4 chaoual 1441 (27 mai 2020) portant application
Dahir n° 1-20-63 du 5 chaoual 1441 (28 mai 2020) portant promulgation de la loi n° 30-20 édictant des mesures particulières relatives aux contrats de voyage et de séjour touristiques et aux contrats de transport aérien de passagers.	1019	
Attributions du ministre de l'intérieur.		
Décret n° 2-20-341 du 17 ramadan 1441 (11 mai 2020)		

Qualilab international
LABORATOIRE D'ANALYSES AGROALIMENTAIRE
EAUX & ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL

- EXPÉRIENCE
- INNOVATIONS
- ENGAGEMENTS
- QUALITÉ DE SERVICES
- SATISFACTION CLIENTS

Expert dans le contrôle et le conseil pour la maîtrise de la qualité et de la sécurité des aliments

Agée et Reconnu par **ONSSA**
Accrédité ISO-17025 par **SEMAG**
MCI/CA/AL35/2009

6, Rue Ibn Al Jaouzi (Ex Colonel gros) 20 360 Casablanca
Tél. : 05 22 47 00 83/86 - Fax : 05 22 47 00 89
info@qualilabinternational.com - www.qualilabinternational.com

Le bio de plus en plus plébiscité

La pandémie sans précédent de coronavirus et son impact sur la vie quotidienne a eu des conséquences sur le secteur biologique et ce, dans le monde entier. Alors que les acheteurs recherchent des produits agricoles et alimentaires sains et propres, les aliments biologiques s'avèrent être la nourriture de choix pour la maison.



Jamais auparavant la nourriture fournie aux familles n'a été plus importante et les consommateurs se sont tournés vers les labels biologiques de confiance.

L'intérêt d'aujourd'hui pour le biologique peut s'intensifier, mais sa popularité croissante n'est pas nouvelle. Les consommateurs mangent plus d'aliments biologiques et utilisent plus de produits biologiques que jamais.

Un retour à l'essentiel

Lors du confinement, les clients ont compris qu'ils pouvaient se nourrir correctement avec des bases essentielles simples à utiliser et rassurant quant à leur origine, entre autres des fruits et légumes frais ou des produits peu transformés (conserves de légumes), et cette tendance a de fortes chances de perdurer après la crise.

Mais les consommateurs tendent également vers une alimentation bio et locale.

En effet, le confinement provoqué par le Covid-19 a eu l'effet d'un déclic pour nombre de citoyens qui se sont tournés vers une alimentation bio, voire locale. Les circuits courts ont profité de cette aubaine tout comme la grande distribution, qui, pendant le confinement, a fait la part belle aux fruits et légumes marocains.

«Je me suis rendue compte pendant cette crise qu'acheter des fruits et légumes bios m'avait fait redécouvrir leurs goûts. Et en plus j'ai eu l'impression de soutenir ces petits producteurs! Je vais continuer dans cette démarche» nous dit Yasmine Leroy, employée de banque

Au début du confinement

Quand on se rue sur les pâtes et le riz, quand on a peur de manquer, prend-on encore le temps de choisir des produits bios ?

Au début du confinement, les pâtes et le riz conventionnels ont éclipsé les produits bios dans le chariot des consommateurs.

Mais les achats de précautions et la ruée dans les rayons n'ont pas eu que des conséquences négatives sur le bio. Nous avons tous remarqué que les ruptures d'approvisionnement de certains produits de base provoquées par l'effet panique ont favorisé l'achat d'autres produits. C'est pourquoi, quand il n'y a plus eu de produits conventionnels, les clients ont pris des produits bios, même si ils étaient un peu plus chers. La nécessité de préparer tous les repas de la famille midi et soir a également contraint le budget des familles. Au final, les ventes de produits bios ont augmentées.



L'approvisionnement au plus près et plus rapide

Les choix d'approvisionnement alimentaires après le confinement seront dans le prolongement de la parenthèse Covid, à savoir privilégier le local pour gagner en sens et la proximité pour gagner en lien

Le consommateur a actuellement une vraie volonté de soutenir les entreprises locales à l'avenir et prévoit de réduire son budget restauration pour plus de plats cuisinés maison.

Désormais le consommateur sera toujours plus favorable à un produit local plutôt qu'à un produit qui vient de loin. En cas de nouvelle crise, pas de risque de pénurie si l'approvisionnement vient d'à côté de chez soi.

«Lorsque je suis allée au supermarché j'ai été stupéfait par les gens qui se ruèrent sur les pâtes. Lorsque je suis arrivé au rayon, il ne restait plus que des pâtes bios. Je les ai achetées et je pense que je vais continuer à le faire. Cela m'a permis de découvrir ces produits sains et ma famille est ravie» nous déclare Khalid Assoum, directeur commercial.

Les consommateurs ont besoin d'être rassurés sur leur santé.

Pour beaucoup, les pesticides sont synonymes de maladies, un parallèle semble donc s'opérer avec la Covid19. En mangeant local et bio, une partie de la population pense se protéger et semble rassurée. C'est une des raisons pour laquelle la consommation de produits bio a enregistré de fortes augmentations tout au long du confinement et sera pour l'avenir un moyen de préserver sa santé.

Les explications des bonnes ventes des produits bios sont multiples. La période d'inquiétude sanitaire pousse de nombreux consommateurs à se tourner vers des produits perçus comme meilleurs pour la santé. Parallèlement, l'ensemble des circuits de grande distribution (supermarchés et hypermarchés), participe à la croissance du bio même si les points de vente de petite taille sont les plus dynamiques.

Autre conséquence de la situation exceptionnelle: les déplacements sont limités, et certains n'ont pas souhaité investir les grandes surfaces accueillant beaucoup de monde. Les petits magasins bios semblaient alors plus sécurisés.

La crise sanitaire que nous traversons va remettre un fort focus sur les produits santé. Nous sommes en train de réaliser que les produits bios sont un gage de bien-être en ces temps incertains. Les produits bio, perçus comme plus naturels que les autres, restent recherchés par les consommateurs, surtout dans une période de doute.

«Les produits bios présentent avant tout l'avantage d'être meilleurs pour la santé, car sans produits chimiques nocifs. Ensuite, ils tiennent généralement compte des saisons et sont cueillis à maturité. Ainsi, ils possèdent plus de goût et de saveurs que des fruits et légumes qui finissent de mûrir dans des camions. Les céréales sont plus riches en minéraux, en fibres, les viandes moins grasses...» nous explique le docteur Bennis

Le bio au Maroc

Pour l'instant le Maroc dispose d'une seule franchise bio marocaine appartenant à Distribio, distributeur de marques bio au service des magasins spécialisés en bio et des magasins de diététique comme l'enseigne Green Village avec ses quatre magasins à Casablanca, Rabat et Marrakech.

Distribio distribue également des supérettes comme O'Self ou Tropy et de petites épiceries de quartier.

D'autres magasins spécialisés, surtout à Casablanca, ont également vu le jour comme Bioshop ou Oumnatur qui vendent surtout des fruits et légumes, des produits laitiers, des jus de fruits, des épices et même des produits cosmétiques.

A Marrakech, le Comptoir paysan est très réputé pour ses produits frais mais aussi des produits d'importation. Et bien sûr les boutiques des Domaines Agricoles qui ne sont plus à présenter.

Les grandes surfaces ne sont pas en reste. Marjane et Carrefour, disposent d'un rayon bio même s'il mériterait d'être mieux mis en valeur et mieux achalandé.

Et puis il y a les réseaux sociaux qui se font le relais de producteurs, qui vendent des produits bios sous forme de paniers bio avec fruits et légumes bios.

Les plus connus sont la ferme de Benslimane, la ferme bleue à Tamaris, ou encore la ferme pédagogique Jnane Lakbir à Dar Bouazza.

Enfin, citons les Marchés Paysans éco-solidaires soutenus

Carrefour veut presque quadrupler son chiffre d'affaires dans le bio à 5 milliards d'euros en 2022. Le marché du bio représente une vraie opportunité à terme, «c'est pour cela que nous avons commencé depuis quelques années à mettre ces produits en valeur dans nos rayons en leur réservant un espace dédié et à importer de nouvelles gammes comme les produits Carrefour bio. Grâce à leur rapport qualité/prix, ces produits remportent un franc succès dans nos magasins premium», soutient le management de Label Vie.

par le RIAM (Réseau des initiatives agro-écologiques au Maroc) à Casablanca, Rabat, Mohammedia et Marrakech. Les Comités d'Organisation locaux ont rédigé une charte des marchés soutenus par le RIAM et une charte d'engagement des producteurs, listant les conditions à respecter dans leurs modes de production, dans la conduite des fermes, et les règles sur le marché.

Renseignements sur <https://fr-fr.facebook.com/AgroecologieMaroc>.

D'autres marchés de producteurs ont été créés dans des structures privées comme par exemple Le panier d'Arborescence (Dar Bouazza), le Panier Malin (Hay Riad Rabat), le Marché de Nature et Eveil (Rabat) avec l'association Raders, le marché de la Ferme de Mokhtar (Marrakech), le Souk éco-logique (Dar Bouazza).

Reste à savoir si cette tendance va perdurer. Il semblerait qu'il n'y ait pas de raison que la tendance s'éteigne. La crise sanitaire que nous traversons va remettre un fort focus sur les produits santé, comme on le constate déjà dans beaucoup de pays. L'avenir appartient au Bio et est prometteur pour le Maroc. Pour avoir un avis d'expert nous avons posé quelques questions





à Monsieur Slim Kabbaj, Président de CEBio et Président des sociétés grands marchés Bio Green Village & Distribio.

Entretien avec Monsieur Slim Kabbaj

Comment se porte le secteur bio au Maroc?

Quoique des efforts certains aient été consentis par les divers acteurs, le Maroc est loin derrière des pays comme la Turquie et la Tunisie et n'évolue que bien lentement, comme le montrent les indicateurs dans l'absolu, en termes de surface cultivée et de volume de production de l'agriculture biologique, et de chiffre d'affaire à l'export. Il y a cependant quelque matière à satisfaction, au vu des histoires d'entreprises Bio et de produits innovants qui font leur place sur le marché national et à l'international, et aussi de la prise de conscience du Ministère de l'Agriculture sur la nécessité de mieux asseoir les fondements du Bio avec le plan Génération Green.

Quel est le chiffre d'affaire généré par ce secteur?

Le seul chiffre officiel que nous puissions avancer actuellement est celui de l'export : environ 150 millions de DH, qui est suivi par Morocco Foodex en continu, chiffre qui n'a pas beaucoup évolué jusqu'au début du confinement. Les autres chiffres sur le marché national ne sont pas connus et il faudrait créer un organisme adapté, comme une agence de veille, de promotion et de développement (proposée par CEBio), notamment pour faire le suivi du secteur. Les développements privés sont effectivement multiples et se font selon différents axes : la distribution des productions agricoles et des cultures spontanées, la transformation en produits alimentaires, en produits cosmétiques, en compléments alimentaires et leur distribution, l'importation et l'exportation ; c'est toutes ces évaluations qui pourraient permettre de répondre à votre question.

Quelles sont les principales difficultés du secteur?

Elles sont diverses et ont été déjà largement débattues et analysées de manière constructive dans le Livre Blanc de CEBio. D'abord le retard dans la mise en place de la réglementation qui a pris des années, entre la fin des années 80, qui a vu les

premiers opérateurs Bio puis les premiers regroupements de professionnels, et la Loi 3-12 et ses décrets d'application (publiés dans le bulletin officiel en 2018) régissant le secteur. Ensuite la subvention à la conversion au Bio qui n'a toujours pas été mise en place pour les agriculteurs. Il y a aussi l'absence de vision et de stratégie fédératrice et adaptée des professionnels de la Fimabio jusqu'à présent (représentant unique vis-à-vis du Ministère de l'Agriculture), et enfin et surtout il a beaucoup manqué un partenariat concerté, dynamique et ambitieux entre les leaders du public et du privé, tellement indispensable. Aujourd'hui tout le monde s'accorde à dire à cet égard que le plan Génération Green est une opportunité historique pour la filière biologique.

Quel est le profil des consommateurs Bio marocains?

Il y a heureusement différents profils de consommateur Bio au Maroc. Il y a cette frange de la population qui a vécu à l'étranger ou qui voyage régulièrement, et qui a donc eu accès avec facilité aux points de vente Bio et pu intégrer la tendance grandissante de consommation du Bio. Il y a une composante qui vient au Bio par conviction, sensibilisée par les atouts en matière de santé et de respect de l'environnement. Puis il y a les patients et clients

Carrefour veut presque quadrupler son chiffre d'affaires dans le bio à 5 milliards d'euros en 2022. Le marché du bio représente une vraie opportunité à terme, «c'est pour cela que nous avons commencé depuis quelques années à mettre ces produits en valeur dans nos rayons en leur réservant un espace dédié et à importer de nouvelles gammes comme les produits Carrefour bio. Grâce à leur rapport qualité/prix, ces produits remportent un franc succès dans nos magasins premium», soutient le management de Label Vie.

des professionnels de la santé, notamment des nutritionnistes, qui rejoignent le mouvement pour des raisons de bien être et santé.

Où peut-on trouver des produits certifiés bios?

Nous trouvons au Maroc, comme en Europe et en Amérique du Nord, des magasins spécialisés avec des produits certifiés Bio, qui permettent d'attirer les producteurs et de créer des espaces pérennes d'accessibilité pour le consommateur, tout en offrant les variétés devenues standards. Ces réseaux se généralisent partout dans le monde et deviennent des vitrines de référence du Bio et des locomotives pour le tissu économique. Nous pouvons trouver aussi des produits Bio dans les grandes surfaces ; c'est une tendance qui doit encore faire ses preuves au Maroc, avec des produits de qualité, des partenariats respectueux des producteurs, le conseil nécessaire qui va avec cette offre particulière et la distinction géographique à faire avec les produits conventionnels pour le consommateur. Il y a également des produits Bio dans des centaines de points de vente à travers le pays, magasins de proximité, parapharmacies, pharmacies qui vendent des produits Bio et des produits conventionnels. Il y a enfin les ventes de produits Bio sur les fermes et sur les marchés, pour lesquels la réglementation devrait être complétée.

Pourquoi avoir souhaité créer le club des entrepreneurs CEBio?

CEBio est une association d'entrepreneurs dynamiques, qui s'est imposée comme une évidence il y a quelques années afin de remplir un vide et pour pouvoir mener des actions efficaces pour l'intérêt des opérateurs du Bio, en direction des consommateurs particulièrement et des pouvoirs publics. Le premier point commun était donc notre impatience à agir

Le plan « Génération Green » lancé en 2020 vient à point nommé inscrire le Bio dans une ambition nationale forte, cristalliser le grand potentiel de cette filière et libérer les énergies. Le Maroc a tout intérêt à concrétiser rapidement la mise en place de ce secteur avec des objectifs et indicateurs élevés et crédibles, afin d'attirer les investissements et les grands opérateurs agricoles, stimuler l'innovation dans les produits transformés, multiplier les canaux de distribution, devenir une plateforme pour l'Europe et faire le pont avec l'Afrique. Les entrepreneurs Bio sont plus que jamais prêts à jouer leur rôle aux cotés du secteur public, pour convertir l'ambition Green Génération en projets et axes de développement sur le terrain, pour un Maroc de plus en plus Bio, notamment pendant cette décennie 2020-2030, si décisive pour le nouveau modèle de développement du pays.

Slim Kabbaj
Club des Entrepreneurs Bio (CEBio)

et à jouer un rôle moteur dans le développement du secteur, sans poser de conditions, certes compréhensibles, mais qui se retournaient contre nos intérêts communs. Quelques deux ans après notre regroupement, les observateurs reconnaissent que CEBio joue un rôle majeur comme agitateur d'idées,



comme organisateur d'évènements marquants : le salon national Bioexpo, les salons régionaux de Rabat et Marrakech, les Trophées du Bio à l'export, les conférences thématiques, et comme plateforme de collaboration et de rencontres entre entrepreneurs.

Quelles mesures faudrait-il mettre en place pour valoriser au mieux ce secteur?

Nous avons élaboré récemment une version actualisée du Livre Blanc pour la conception d'un contenu détaillé pour le projet Génération Green et nous nous sommes concerté avec le Ministère de l'Agriculture pour pousser nos propositions de partenariat Public-Privé, telles que l'Agence Bio, le Biopark, la banque de semences, le fonds d'investissement et bien d'autres idées d'avant garde. La première étape décisive que nous avons entamée a consisté à trouver des terrains d'entente constructive pour le secteur, afin de lever les obstacles réglementaires et administratifs qui freinent, avec l'ONSSA, Maroc Foodex, la DDFP, l'ADA, au sein du Ministère de l'Agriculture.

Comment le marché bio s'est-il comporté pendant le confinement?

Tout en reconnaissant le drame de la pandémie, loin d'être finie, les premiers signes dans le secteur ont été encourageants pour les entreprises organisées et qui avaient bâti des relations de confiance avec les consommateurs. La qualité première de ces entreprises a été la flexibilité, notamment avec les livraisons à domicile et bien sur la disponibilité de toutes les familles de produits. De manière globale, comme dans les pays avancés, la demande des consommateurs a augmenté ; ils se sont tournés vers des produits sains, au moment même où les problèmes de santé devenaient la préoccupation majeure de la population, et ce pour longtemps dorénavant. Pour ce qui concerne l'export, les échos ne sont pas très bons, avec des baisses pour beaucoup d'opérateurs. Nous verrons dans quelques mois les indicateurs globaux avec le retour d'expérience sur toutes cette période.

Pensez-vous que les consommateurs vont changer leur comportement d'achat alimentaire et privilégier le bio ?

Il est intéressant de noter d'ores et déjà que le marché national a absorbé un volume significatif de produits qui étaient destinés à l'export et que les exportateurs s'intéressent maintenant sérieusement à vendre localement. Je pense, en tant que distributeur parmi les leaders nationaux, que les consommateurs sont en train de changer de comportement d'achats alimentaires, comme d'ailleurs partout sur les marchés

internationaux ; la pandémie a créé un saut quantitatif certain en faveur du Bio. Pour que ce saut soit durable et continu, l'accessibilité, le prix, la sensibilisation représentent des facteurs déterminants.

Selon vous quel est l'avenir du secteur bio au Maroc?

Tous les acteurs, même nos partenaires étrangers, reconnaissent que le Bio est un secteur à fort potentiel depuis de longues années et qu'il faut libérer les énergies au Maroc pour prendre une place significative. Nous sommes heureux que le plan Génération Green ait donné la priorité à la filière biologique et nous sommes heureux de devoir tous ensemble, public et privé, nous atteler à en faire un secteur phare sur le plan économique et du développement durable, sur le plan des emplois, sur le plan de l'export. Les entrepreneurs ont consenti des efforts énormes depuis des décennies, avec une prise de risque unilatérale ; il est temps de faire converger intelligemment ces initiatives et de les démultiplier pour plus de valeur ajoutée pour tous les acteurs et pour le Maroc. Nous attendons clairement à cet égard un Etat partenaire, un Etat stratège, un Etat régulateur, un Etat facilitateur et pas un Etat providence.



GREENVILLAGE.MA : UNE PLATEFORME ULTRAMODERNE POUR LE BIO

Riche d'une expérience de plus de dix ans dans les produits Bio au Maroc, notamment la distribution, l'enseigne nationale Green Village a lancé son nouveau site web dédié www.greenvillage.ma. Le site a été validé pendant le confinement, dans les conditions difficiles traversées, et est aujourd'hui complètement opérationnel. Les atouts de la plateforme allient la convivialité, la diversité des familles de produits, la facilité de recherche par les consommateurs, visant ainsi l'accessibilité au plus grand nombre, sur tout le territoire. Elle capitalise aussi sur les diverses applications des réseaux sociaux, que ce soit Instagram, Facebook, Youtube et Whatsapp Business. Le lien avec WhatsApp permet notamment d'accéder aux catalogues des produits frais Bio de chacun des supermarchés, dans les régions concernées. Pour ce qui est de la distribution des produits d'épicerie qui n'ont pas besoin de chaîne de froid, elle se fait sur tout le pays, avec la livraison soit le jour même soit au maximum dans les 48h. Sont aussi disponibles sur le blog les actualités sur les développements dans le secteur, notamment en provenance du Club des Entrepreneurs Bio, dans lequel le réseau joue un rôle très actif.

Avec cette nouvelle étape franchie par Green Village, les fondateurs et spécialistes de la distribution, Zineb Laghzaoui et Slim Kabbaj, ont développé un réseau singulier, aux standards internationaux, tout en gagnant en liberté, en proximité et en coût.

GERBLÉ

LE BIO

Gerblé passe à l'offensive sur le bio net s'appuie sur un blockbuster, son biscuit sablé classique, qu'il décline en six saveurs : gingembre-citron, cranberry-amandes, 3 graines, orange et graines de chia, etc. Les recettes affichent des promesses nutritionnelles fortes avec une faible teneur en sucres (- 36 à 43 % par rapport à la moyenne des biscuits) et en acides gras saturés (- 60 à - 80 %).

Cette nouvelle gamme est fabriquée en France avec du blé français, une mention affichée en facing des packs.



KINDER

HAPPY HIPPO

La gamme Kinder Happy Hippo a fait son entrée dans certains magasins Carrefour, avec un pack international en provenance du Royaume-Uni. Vendus depuis longtemps en Italie ou encore en Espagne, ces biscuits fins dévoilent une en forme sympathique d'hippopotame.

KIT KAT

APRÈS LE ROSE... LE VERT

Nestlé donne des couleurs à sa gamme Kit Kat. Après la recette lancée en 2018 au fameux chocolat ruby, qui a été développé par Barry Callebaut avec une teinte naturellement rose, le Suisse décline sa gaufrette en vert. Elle est élaborée avec du chocolat blanc (à hauteur de 68,2 %) et contient 1 % de poudre de thé vert matcha qui lui donne sa couleur.



SNICKERS

VERSION LÉGÈRE

Mars décline son best-seller Snickers en version plus légère. Baptisé Crisp, le produit garde les cacahuètes et le caramel comme ingrédients phares, mais contient aussi du riz soufflé, ce qui lui confère une texture plus aérée. Une fois n'est pas coutume, le groupe américain lance simultanément sa recette en épicerie et en surgelé. La barre se présente en deux portions de 20 g au rayon chocolat, tandis qu'elle est d'un seul tenant pour la version glacée (34,5 g).



LAY'S 100% BIO

Une des leaders des chips, la marque Lay's s'invite sur le segment bio avec deux recettes, nature et tomates provençales. Encore confidentiel, ce marché pèse moins de 3 % du chiffre d'affaires total des chips (10 M€), mais connaît une belle vitalité (+ 40 % en un an).



CARAMBAR LES SUCETTES

Marque phare du rayon bonbon, Carambar se décline en version inédite : en format sucette. Sa nouvelle gamme a deux références en sachet de 156 g : caramel et assortiment (citron, cola, caramel, fraise). Comme pour les fameuses barres, une blague est inscrite à l'intérieur du papier des sucettes.



LUTTI FUN & BIO

Lutti débarque sur la niche du bonbon bio, qui est encore confidentielle mais a gagné en visibilité l'an dernier avec le lancement de Crema Mini cub. La nouvelle gamme du confiseur nordiste compte trois recettes acidulées de gélifiés et dragéifiés : Surfizz fruits, Crocodil'Fizz et Ball fizz.

Surfizz est déjà un best-seller de Lutti sur le conventionnel et se décline en taille mini dans sa version bio.



LINDT AVEC ÉCLATS

Leader des tablettes de dégustation, Lindt lance des recettes parsemées d'éclats de fruits et fruits secs, dans le sillage de Côte d'Or qui a démocratisé le concept en 2018. Sa nouvelle gamme s'inscrit sous l'ombrelle Excellence et compte trois références de 100 g élaborées avec 70 % de cacao : framboise-noisettes, orange-amandes, caramel-fleur de sel.

Lindt complète également sa gamme de fourrées Création de trois recettes à 70 % cacao de 140 à 150 g : crème brûlée, praliné feuilletée, caramel.



KELLOGG'S EXTRA SUR LE BIO

Leader des céréales, Kellogg's est présent sur le bio de manière encore très marginale. C'est pourquoi le groupe met le turbo sur le bio avec le lancement d'une gamme signée de sa marque phare Extra. Elle couvre trois recettes : nature, chocolat noir et fruits d'été.



Les meilleures glaces de l'été 2020

Cet été, chaque petit plaisir sera le bienvenu. Nous avons assez galérés avec le confinement! Et pour se rafraichir, rien de mieux que les glaces et sorbets! Et cette année, les nouveautés ne manquent pas. Petit tour d'horizon!





La glace vegan, star de l'été

Depuis plusieurs saisons, de plus en plus de marques s'alignent sur la tendance vegan, de plus en plus populaire auprès des consommateurs. Les contraintes pour les glaciers ? Supprimer oeufs, crème, lait et tout autre ingrédient issu de l'exploitation animale, tout en conservant la saveur et le fondant des glaces. Un pari osé, mais relevé. Cette année, la marque américaine Ben & Jerry's, qui utilise déjà des ingrédients issus du commerce équitable certifiés Max Havelaar, a poussé le bouchon encore plus loin en proposant 3 de ses meilleures recettes en version vegan. Un régal.

Amorino, la marque française spécialiste des glaces en forme de fleurs et dont les sorbets n'ont rien à envier aux meilleurs spécimens italiens, fait aussi le pari du vegan, notamment dans un délicieux sorbet aux fruits des bois et à la violette!

Les nouveaux parfums

Les nouvelles saveurs s'invitent dans les glaces et sorbets. Laissez-vous tenter par les parfums safran/gingembre ou yuzu/piment d'Espelette, ou encore une glace au charbon ou une glace chocolat fumé au bois de hêtre. A moins que vous ne préfériez un petit sorbet avocat guacamole ou des saveurs inattendues comme glace fruit de la passion avec ses pépins ou glace parmesan, gorgonzola, tomate-basilic ou... foie gras !

Un nouveau chocolat

C'est une découverte qui ne devrait laisser personne indifférent. Et encore moins les gourmands ! Un tout nouveau chocolat vient d'apparaître sur le marché : le chocolat Ruby qui doit sa particularité et son nom à sa teinte atypique puisque ce chocolat est rose ! Et ce sans qu'on y ai ajouté ni colorant ni



arôme !

4e type de chocolat après le noir, le lait et le blanc, le chocolat Ruby doit sa particularité à la fève à partir de laquelle il est fabriqué. Originaire du Brésil, de l'Équateur et de la Côte d'Ivoire où sont réunis les conditions idéales à sa production, cette



fève est enfermée dans un écrin rouge. La nouvelle recette «Magnum Ruby» associe à ce chocolat rose un cœur chocolat blanc et un tourbillon à la framboise pour une recette à la fois onctueuse et savoureuse.

Moins de sucre

Pour coller aux attentes des consommateurs, Carte d'Or a revu ses recettes en réduisant la teneur en sucre (de 18% en moyenne) dans 6 de ses plus emblématiques recettes : vanille de Madagascar, café, caramel fleur de sel, chocolat noisette, pistache et nougat. Des additifs (encore autorisés par la réglementation mais polémiques) ont aussi été supprimés des recettes.

D'autres glaciers proposent des glaces à base de Stévia qui raviront les diabétiques!

Les esquimaux fruités,

La chocolaterie réputée A la Mère de Famille sait comment rafraîchir les palais ... avec des esquimaux au sorbets ! Les esquimaux (pistache, chocolat, café, framboise, pêche de vigne etc..) sont 'emballés' dans un gourmand enrobage.

Pierre Hermé

On le connaît pour ses macarons, un peu moins pour ses glaces. Pourtant Pierre Hermé excelle dans cette spécialité. On y retrouve tous les parfums qui ont fait sa réputation : Ispahan, Montebello, Infiniment chocolat... Une longue liste qui vient s'enrichir cet été de deux nouveautés : pain perdu et pêche Melba.

L'ultra-gourmandise

Parmi les nouvelles propositions de l'été, on note une envie de gourmandise extrême comme chez Amorino avec la glace aux cacahuètes grillées, ultra-crèmeuse et addictive, Grom avec une proposition à la pâte à tartiner, ou encore Carrefour avec une nouvelle collection inspirée des saveurs US. Mention très bien pour La Fabrique Givrée avec leur « cône du chef » mélange entre un cornet à la farine de châtaigne, différents parfums de glace, un cœur coulant (caramel, praliné, coulis de fruit ou chocolat), et des inclusions craquantes (entre autres).

Le Mochi Ice

À la base, le Mochi vient du Japon. C'est une préparation à base de riz gluant, qui accompagne de nombreuses recettes japonaises.

Pour l'été, il se pare en version glacée. Avec des ingrédients 100% naturels aux saveurs classiques comme chocolat/vanille, ou plus exotique mangue/passion/ matcha.

En croquant dedans, on découvre d'abord une pâte de riz, quelque peu gluante qui renferme le sorbet ou la crème glacée...

Les Mochis Ice sont disponibles au Maroc grâce à la marque Wao Mochis, distribué par la jeune société Larkin & Eddy Distribution.

Le sorbet façon Mojito

Ce sorbet, signé La Belle Aude® ressemble plus à un cocktail qu'à un dessert sucré. Avec son goût de citron vert délicieusement acidulé, ses feuilles de menthe et sa rasade de rhum blanc agricole, il donnerait presque envie de trinquer... Et pourquoi pas une glace orange whisky pour changer du classique whisky coca ?

Les pots Mars



Mars poursuit sa stratégie d'innovation gagnante avec le lancement de deux nouvelles recettes blockbusters Snickers et Mars sur le segment des pots, et une nouvelle référence inédite : la barre Snickers Crisp.

Les glaces salées

Vous connaissez quelqu'un qui n'aime pas le sucré ? C'est rare certes, mais ça existe ! Vous avez envie de goûter à une glace qui sort de l'ordinaire cet été ? Et pourquoi pas une glace salée ? Chez Pierre Geronimi, dégustez des glaces au poivre, à la moutarde miel ou la farine de châtaignes et herbes fraîches.



BIEN PLUS QUE DE L'EAU.

Le révélateur de votre performance industrielle et l'assurance d'une sécurité alimentaire optimale.

Parce que la maîtrise de la qualité de l'eau est un élément indispensable à votre industrie agroalimentaire, BWT répond à ces exigences avec une expertise de haut niveau, un savoir-faire technologique à la pointe du progrès et un accompagnement de proximité à chaque étape.

Grâce à cette offre globale, BWT améliore votre sécurité alimentaire mais également votre performance industrielle en vous apportant... bien plus que de l'eau !

Retrouvez BWT, l'industriel du traitement de l'eau sur bwt.fr



Crédits photos: ©iStock.aresny.com - 03/18 - 11096

For You and Planet Blue. **BWT**
BEST WATER TECHNOLOGY

Le recyclage des bouteilles et des flacons en plastique

Bien que le grand public connaisse mal le secteur du recyclage des bouteilles et des flacons en PET et en HDPE, celui-ci s'est mué en une industrie de taille.



La demande en matériaux recyclés augmente, à l'instar des volumes collectés. Pourtant, tout n'est pas rose pour les acteurs du recyclage. « Il est toujours possible d'accroître la recyclabilité des bouteilles en PET et en HDPE. De plus, nous assistons à l'émergence de nouvelles tendances qui compliquent le recyclage », explique An Vossen, Executive Manager de Plarebel. Mark Ruesink, General Manager du recycleur de PET Wellman Recycling, confirme: « souvent, les producteurs ne sont pas suffisamment conscients des avancées techniques du processus de recyclage et de l'influence sur ce même processus de leurs décisions en matière de conditionnement ». Nous nous devons donc de consacrer un dossier Preventpack à cette thématique.

Trois critères fondamentaux pour un recyclage efficace

Le recyclage du plastique est né avec l'idée de réutiliser les déchets et les surplus de production des fabricants de plastique. À l'heure actuelle, en Europe, un tiers des emballages en plastique mis sur le marché est recyclé. En principe, tous les types de plastiques peuvent être recyclés. Toutefois, l'efficacité du processus dépend de trois grands facteurs : un flux constant de matériaux collectés, des débouchés pour les produits recyclés et la qualité des flux collectés et des produits finaux.

Volumes

Des collectes de plus en plus importantes

Un flux constant de matériaux se révèle crucial pour que le processus de recyclage demeure rentable. Par chance, en Europe, le tri sélectif du plastique continue à prendre de l'ampleur. En 2011, pas moins de 6,3 millions de tonnes de plastique ont été collectées, dont 5,2 millions de tonnes d'emballages. « Cela signifie qu'il y a un afflux constant de matériaux, même si les bouteilles sont de plus en plus légères », constate An Vossen. « Prenons un exemple : en 1971, une bouteille de 1,5 l de Spa Reine pesait 56,6 g, contre 28,5 g en 2013. Ces 15 dernières années, un même nombre de bouteilles a été fabriqué avec 25 % de matières premières en moins ».

Le PET, produit saisonnier

« Le PET est typiquement un produit saisonnier », souligne Mark Ruesink. « La consommation de boissons en bouteilles PET grimpe en été pour ensuite diminuer en hiver. Des événements tels que la Coupe du Monde de football exercent également une influence notable sur les volumes collectés. Chez Wellman Recycling, nous sommes en mesure de constituer une réserve d'environ 7 à 8.000 tonnes, qui s'avère véritablement utile pour passer l'hiver. Cette volatilité se voit par ailleurs dans la vente de PET recyclé (rPET). Lorsque les beaux jours arrivent, les grands fabricants d'emballages commandent en masse des matières premières, notamment pour produire des bouteilles et des barquettes en plastique (constituées en partie de rPET) qui serviront pour les viandes de barbecue. Pour nous, ces périodes constituent des pics de vente ».

Débouchés

La demande en matériaux recyclés continue à croître

Le recours à des matériaux recyclés s'inscrit clairement dans une tendance ascendante. Outre les avantages évidents pour l'environnement et le marketing, ils se révèlent également plus intéressants en termes économiques. L'utilisation de matières premières vierges (de plus en plus rares) diminue, de même que la consommation d'énergie. Par exemple, le recyclage du PET nécessite jusqu'à 60 % d'énergie en moins que la production de nouveau PET, mais il s'accompagne de certaines limitations. Aujourd'hui, en Europe, 40 % du PET recyclé est réinjecté dans

de nouveaux conditionnements alimentaires. En Belgique, ce pourcentage est sensiblement plus élevé (60 %). Cela signifie que les exigences de qualité sont extrêmement élevées.

Produire de nouvelles bouteilles en PET à partir de 100 % de PET recyclé est techniquement possible. Plusieurs exemples bien documentés d'entreprises qui suivent cette voie existent. Cependant, chaque cycle de recyclage engendre une dégradation des propriétés du matériau. Pour compenser cette perte de qualité, les producteurs mélangent souvent du PET vierge au rPET. Les emballages fabriqués avec 100 % de rPET subissent une dégradation thermique plus rapide qu'avec un mélange de PET vierge et de 30% ou 50% de PET recyclé.

Tendance vers plus de PET (recyclé)

Nous observons une tendance marquée vers le recours à des emballages en PET recyclé pour un nombre toujours plus important de produits.

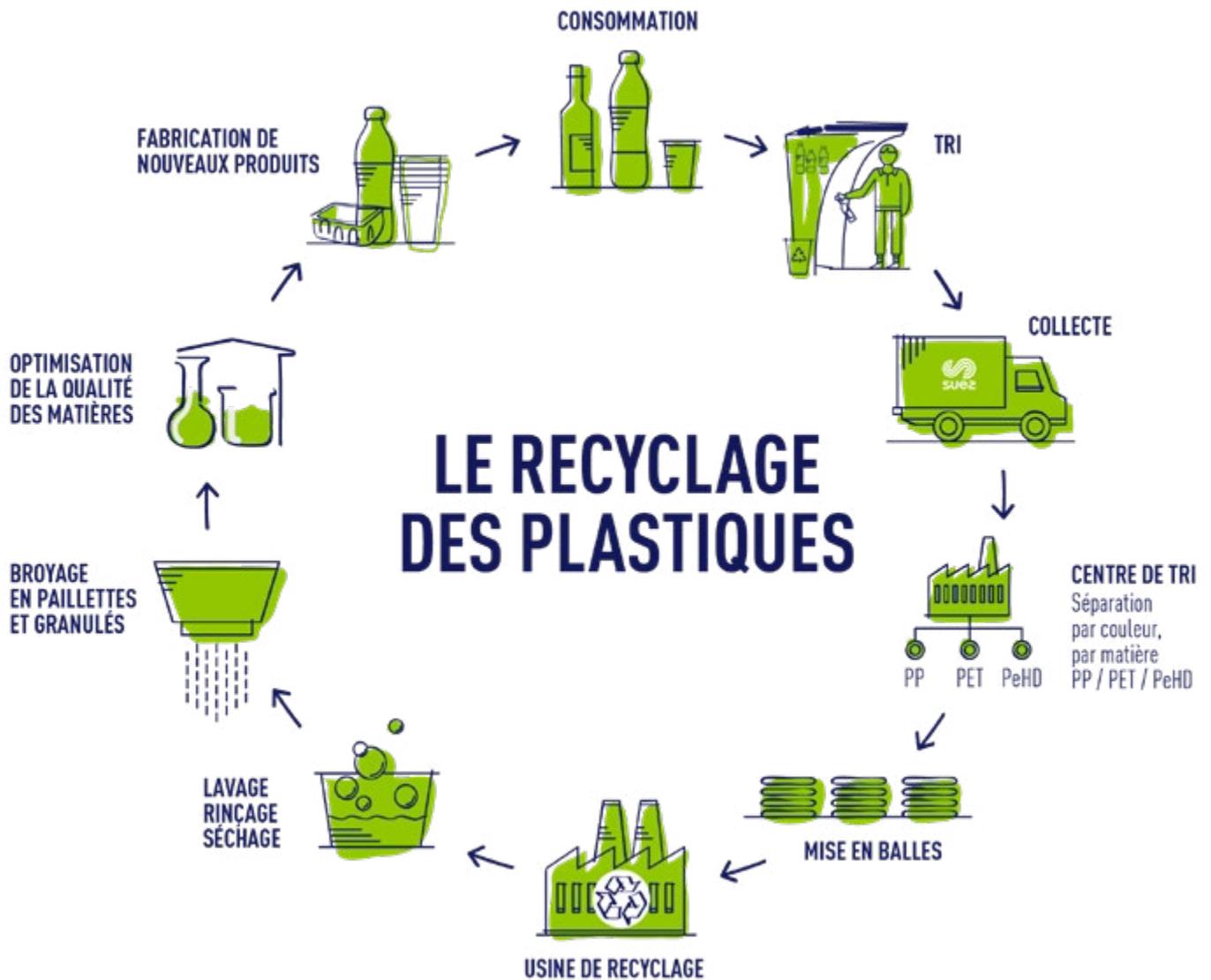
Le matériau PET procure plusieurs avantages aux producteurs : il est transparent, a un bel aspect brillant et offre une certaine flexibilité en matière de design. « Le rPET permet de fabriquer de nouvelles bouteilles en PET, mais aussi d'autres types d'emballages, tels que les barquettes pour les fruits ou les pâtisseries. Une tendance qui évolue positivement », précise An Vossen. « Les bouteilles en PET deviennent toujours plus minces et la quantité de matériau nécessaire diminue. En outre, les nouvelles technologies permettent à présent de conditionner des produits plus sensibles, tels que le vin, la bière ou le lait, dans des emballages en PET, chose totalement impensable il y a peu ».

Qualité

Le défi le plus important

Le plus grand défi est et reste toutefois la qualité des matériaux collectés. « En tant qu'acteurs du recyclage, nous sommes confrontés à une situation assez paradoxale », admet Mark Ruesink. « La qualité des matériaux collectés chute, alors que les exigences posées pour les produits finaux (surtout dans les applications alimentaires) sont toujours plus strictes ». Cette baisse de qualité est avant tout due à la complexité





Vittel a annoncé le lancement de la première bouteille 75cl totalement composée de PET recyclé, ou rPET, en France. Cette nouvelle bouteille d'eau minérale naturelle est désormais disponible au format 75 cl en grandes et moyennes surfaces. Cette innovation s'inscrit dans les diverses actions de la marque pour réduire l'impact de ses emballages sur l'environnement et favoriser l'économie circulaire. Cette bouteille est désormais composée à 100% de bouteilles triées et recyclées. Vittel réalise ainsi un cercle vertueux où les bouteilles ne deviennent jamais des déchets mais de nouvelles ressources.

grandissante des emballages. Les producteurs ajoutent de plus en plus de couches, barrières et additifs. Si une telle pratique s'avère effectivement salutaire, et souvent indispensable pour la conservation et la protection des produits, elle pose en revanche un problème important aux entreprises de recyclage. La plupart du temps, ces composants se consomment ou se dégradent au cours de la fonte, ce qui donne au plastique une couleur brune ou jaune et rend le produit final inutilisable. Par ailleurs, il devient de plus en plus difficile d'éliminer ces substances : elles sont directement intégrées dans le plastique (blend) ou sont présentes en couches extrêmement minces (multicouches).

Les producteurs peuvent aider les recycleurs

« En tant que recycleurs, nous investissons en permanence dans de nouvelles techniques et cherchons des solutions créatives pour résoudre ces défis », confie Mark Ruesink. « Mais nous

lançons aussi un appel aux producteurs pour qu'ils évitent de recourir à des matériaux incompatibles avec le recyclage. Il en va également de leur intérêt, vu qu'ils utilisent toujours plus de matériaux recyclés. Nous remarquons une prise de conscience chez les producteurs. Mais s'ils commencent à comprendre que leurs méthodes ont une influence sur le recyclage, ils

connaissent souvent mal le processus de recyclage et ses défis techniques. Plus nous évoluons vers des circuits en boucle fermée, plus la communication entre les producteurs et les recycleurs constitue un élément crucial ».

Copyright Preventpack 2020





All Lines
Shipping

ALS


MARITIME


AÉRIEN


ROUTIER

L'engagement sûr



Centre Mohammed 5 - Etg 8 N. 810 - Derrière Hôtel Grand Mogador
 P.O.Box 20250 - Casablanca - MOROCCO
 Tél. : +212 522 409 519 / 217 - Fax : +212 522 242 801
www.als.co.ma - Email : zakaria@als.co.ma



www.als.co.ma

FLEXLINK**RI20**

La nouvelle cellule de palettisation RI20 équipée d'un bras robotisé industriel simplifie tous les processus complexes d'un palettiseur traditionnel.

Compact et mobile, le palettiseur s'adapte facilement aux changements de production, qu'il s'agisse d'une nouvelle formule ou d'un emplacement de ligne différent.

L'unité est adaptée à la palettisation de boîtes fermées pour les industries de la grande consommation. Simple d'utilisation, l'unité est la dernière nouveauté robotique de FlexLink avec du matériel et une interface logicielle uniques voués à offrir un fonctionnement fiable.

**GEA****SMARTPACKER****TWINTUBE**

La SmartPacker TwinTube GEA vous offre de hauts niveaux de vitesse et de cadence assortis d'une qualité d'emballage supérieure. Sa conception ingénieuse utilise deux tubes de formage parallèles et un unique entraînement, et fonctionne à une vitesse qui est quatre fois celle des ensacheuses traditionnelles. Idéale pour l'industrie de la confiserie, elle gère les sachets coussins de jusqu'à 0,2 kg à une cadence atteignant 500 sachets/min.

**FLEXICON****SWING DOWN**

Un nouveau système de remplissage de sacs sanitaires en vrac de Flexicon avec deux remplisseuses SWING-DOWN® alimentées par des trémies de pesage de grande capacité, permettant d'atteindre des taux de remplissage allant jusqu'à 40 sacs en vrac par heure.

La conception de remplissage brevetée abaisse et pivote simultanément chaque tête de remplissage dans une position orientée verticalement qui place le collier de connexion du bec gonflable, le bouton du gonfleur et quatre loquets de boucle de sac à la portée d'un opérateur debout sur le sol de l'usine. Cela augmente considérablement la sécurité et la vitesse de connexion des sacs en vrac.



STILL

OXV

Le constructeur Still présente un préparateur de commandes vertical OXV. Il est équipé d'une plateforme à conducteur éleveable pour une préparation au second niveau de stockage. Ses fourches en porte-à-faux permettent de transporter et lever tous les supports de charges même les palettes en plastique fermées ou les palettes perdues en carton. Grâce à ses dimensions compactes, l'OXV est extrêmement maniable et est parfaitement adapté aux allées étroites.

Il permet la préparation de commandes jusqu'à une hauteur de prise de 2.800 mm et est disponible en deux capacités de charge. L'OXV 07 est conçu pour des charges jusqu'à 700 kg ou même 1 t sur demande. L'OXV 08, lui, permet de lever et transporter des marchandises jusqu'à 800 kg, avec notamment une levée auxiliaire pour une préparation en mode « table de travail ».



SMURFIT KAPPA

QUICKCONNECT VITOP

Leader des solutions d'emballage Bag-in-Box®, Smurfit Kappa fait son entrée sur le marché des sodas avec un nouveau robinet pour les boissons concentrées en Bag-in-Box®.

Spécialement pensé pour les besoins de ce secteur, le robinet QuickConnect Vitop a été conçu pour s'adapter aux distributeurs de sodas et de vin existants, largement utilisés dans les chaînes de restauration rapide et les restaurants pour servir les boissons au verre. Respectueux de l'environnement, ce nouveau robinet innovant s'inscrit dans la continuité de la politique de développement durable de Smurfit Kappa, puisque tous les composants, notamment le bouchon, la valve intérieure ainsi que le presse-étoupe, sont en polyéthylène basse densité linéaire (PEBDL).



WENTUS

WENTOPLEX ULTRA

Wentoplex Ultra est un nouveau film opercule en polyoléfine à haute barrière pour les produits emballés sensibles à l'oxygène. Il combine les meilleures performances avec un bon anti-buée, un recyclage simple, une étanchéité fiable et jusqu'à 35% d'économie de matériau.

Feuilletés aux oignons et pommes caramélisés

Ingrédients

- 1 càs d'huile végétale
- 1 petit oignon émincé
- 50 g de champignons tranchés
- 1/2 càs de beurre
- 1/2 pommes Granny Smith coupée en morceaux
- 1/2 càs de sucre
- 30 g de parmesan râpé
- 1 càs de ciboulette fraîche hachée
- 1/2 càs de romarin séché
- 250 g de pâte feuilletée
- Sel et poivre
- 1 oeuf battu

Recette

Préchauffer votre four à 200°C (thermostat 7) et tapissez deux plaques à pâtisserie de papier sulfurisé.

Faites cuire les oignons dans l'huile avec un peu de sel pendant 20 mn. Remuez de temps en temps.

Ajoutez les champignons et faites cuire encore 5 mn, jusqu'à ce que l'oignon soit doré et que les champignons soient tendres.



Placez le mélange dans un bol.

Faites fondre le beurre dans la même poêle et ajoutez les morceaux de pomme et le sucre. Faites cuire 10 mn.

Ajoutez dans le bol avec le parmesan, la ciboulette et le romarin et mélangez. Salez et poivrez.

Coupez la pâte feuilletée en petits carrés et placez-les sur les plaques à pâtisserie. Badigeonnez-les d'un oeuf battu.

Placez une grosse cuillère à soupe de garniture au centre de chaque bouchée de pâte feuilletée.

Faites cuire au four pendant 20 mn

Chili sin carne

Ingrédients

- 2 grandes boîtes de haricots rouges en conserve
- 1 petit poivron rouge et 1 petit poivron jaune
- 1 oignon
- 2 carottes
- 4 gousses d'ail
- 2 boîtes de tomates pelées
- 1 boîte de sauce tomate (ou sauce tomate maison)
- 500 ml de bouillon de légumes
- 3 càc de poudre de chili
- 2 càc de cumin
- Feuilles de coriandre
- Huile d'olive
- Sel et poivre



Recette

Coupez les légumes en dés. Chauffez l'huile d'olive dans une grande casserole à feu moyen-vif. Ajoutez les poivrons, l'oignon et les carottes et faites sauter 3 mn.

Ajoutez l'ail et faites sauter 2 mn de plus.

Incorporez les tomates, la sauce tomate, un peu de bouillon, la poudre de chili, le cumin, la coriandre et assaisonnez de sel et de poivre à votre convenance.

Portez à ébullition puis réduire le feu à moyen-doux, couvrez et laissez mijoter 10 mn.

Incorporez les haricots rouges rincés et égouttés et faites chauffer 30 mn jusqu'à ce que les légumes soient tendres et la consistance du chili bien épaisse, en remuant de temps à autre.

Délayez avec plus de bouillon si la préparation vous paraît trop épaisse.

Servez chaud avec du riz si vous le souhaitez.

Le cahier

HORECA

Le magazine de l'Hôtellerie et de la Restauration

**Hôtels et restaurants
La reprise sous conditions!**

**UNTWO
Pour une reprise du tourisme**

**Ré-ouverture
Les hôtels Kenzi**



REPORT

FINALE DES ARTS SUCRÉS

C'est en accord avec le Salon du Chocolat que le Comité d'Organisation du Mondial des Arts Sucrés annonce le report de la finale d'un an, pour une édition 2021 d'exception d'un point de vue technique – puisque 16 équipes en lice bénéficieront de 12 mois supplémentaires pour se préparer.

Ce report, qui a été décidé face à la situation sanitaire inédite, permettra d'accueillir les équipes dans les meilleures conditions lors des épreuves qui se tiendront du 28 octobre au 1er novembre 2021 sur le prochain Salon du Chocolat.



AMBIANCE

NOUVELLE BARRE AUDIO

TCL Electronics, l'un des principaux acteurs dans le secteur mondial de la télévision et une société d'électronique grand public, confirme son engagement envers l'innovation technologique sonore, en remportant le prix iF DESIGN AWARD 2020 pour sa barre audio TCL Série 9 RAY•DANZ avec Dolby Atmos et sa conception unique basée sur une technologie de réflecteurs acoustiques innovante.

Cette barre audio est conçue en fonction des besoins du client pour offrir une expérience de divertissement Dolby Atmos immersive. Elle est disponible dans le monde entier depuis le mois de mai.

PROJET

SANA HOTELS AU MAROC

Le ministère du Tourisme a annoncé dans un communiqué de presse que le comité d'investissement qui s'est réuni en juin a approuvé l'accord relatif à un projet au Maroc concernant le groupe portugais propriétaire de la chaîne Sana Hotels. Cependant, ni sa localisation ni la nature du projet n'ont été dévoilés.

«Il convient de noter l'investissement et la création pour la première fois d'un groupe portugais opérant dans la finance et l'hôtellerie. Le groupe est propriétaire de la chaîne Sana Hotels qui compte plusieurs hôtels 5*, 4* ou 3* dans différents pays», a souligné le ministère.

Par ailleurs, le ministère précise que sur les 2,6 milliards de dirhams de projets touristiques approuvés par le comité d'investissement, 59% sont d'origine marocaine et 41% d'origine étrangère.



ACCOR



ALL SAFE OFFICER

Accor, leader mondial de l'hospitalité augmentée, est précurseur d'une nouvelle initiative de sécurité des clients qui redéfinit l'expérience hôtelière en Afrique et Moyen Orient durant ces temps sans précédent.

L'inauguration du "ALL Safe Officer" programme, qui se déroulera dans les semaines proches, verra chaque hôtel nommer un agent de santé et sécurité qui sera non seulement responsable de la mise en œuvre des protocoles de d'hygiène et propreté aux standard maximum, mais sera également disponible pour répondre à toutes les questions des clients.

Ces agents professionnels sont le nouveau visage du nouveau programme ALL SAFE du groupe Accor – un ensemble de mesures rigoureuses mises en place pour protéger et réassurer les clients et instaurées dans les 300 établissements du groupe à travers la région.

Reconnaissant que les priorités des consommateurs ont radicalement changé à la suite de la pandémie mondiale de Covid-19, les points forts du programme comprennent des protocoles d'exploitation adaptés, la technologie des

produits de nettoyage et la formation des membres de l'équipe sont développées en partenariat avec le spécialiste des solutions d'hygiène Bureau Veritas.

Cette initiative est renforcée par le partenariat stratégique du groupe Accor avec le géant mondial de l'assurance AXA qui, dès juillet 2020, fournira aux clients des 5.000 établissement mondiaux un support médical gratuit qui inclue des consultations avec des professionnels médicaux par téléphone ou à l'endroit où ils séjournent.



alpha bio services
Gestion sanitaire de votre environnement

☎ 05 22 25 83 00

🌐 www.alphabioservice.ma

PROTÉGER VOS LIEUX CONTRE LES DÉGÂTS DES NUISIBLES RAVAGEURS

Alpha Bio Service vous propose toute une gamme de systèmes performants et professionnels pour protéger efficacement votre **culture**, votre **habitat**, votre **industrie**.





SOLUTIONS ANTI NUISIBLES

DÉSINSECTISEURS UV	PROTECTION ANTI OISEAUX	RÉPULSIFS ANTI-SERPENTS	PRODUITS ANTI-NUISIBLES
 <p>PestWest www.pestwest.com</p>		 <p>100% NATUREL</p>	

TOUS NOS PRODUITS SONT HOMOLOGUÉS PAR LE MINISTÈRE DE LA SANTÉ AU MAROC & CONFORMES AUX NORMES :






4, Rue Imam Al Aouzi Bd Yacoub El Mansour Maarif Casablanca Maroc. Fax : 0522238840 - info@alphabioservice.ma

TOP CHEF

LE GAGNANT

David Gallienne a été élu grand gagnant de Top Chef 2020 au cours de la finale face à Adrien Cachot, et diffusée sur M6. Suite à sa victoire, le candidat de la brigade d'Hélène Darroze a remporté 56 410 euros, somme déterminée en fonction des votes obtenus.



CONCOURS PHOTOS

TOMATE ET ANIMAUX

Le concours photo amateur mensuel du magazine «Le Cuisinier» (Les Editions de la RHF), est ouvert à tous et met en images la cuisine sous toutes ses formes : produits, plats préparés, arts de la table, matériels, ustensiles, mises en scène... Le principe de Photo & Cuisine : 1 mois, 1 thème, avec une parution des meilleures images et de beaux livres culinaires pour les gagnants chaque mois.

Fin 2020, un grand gagnant sera choisi parmi les lauréats de l'année et remportera un coffret cadeau Les Collectionneurs.

- Pour le n° d'août/septembre (date limite 31 juillet) : TOMATE
Profitez des beaux jours pour nous éblouir avec la chatoyante tomate, ce légume-fruit apprécié de tous ! À consommer et à photographier sans modération.

- Pour le n° d'octobre (date limite 17 septembre) : ANIMAUX

Comment illustrer le thème des animaux dans le cadre culinaire ? Les gâteaux sont une véritable ressource, pour une imagination sans limites : en forme de hérisson, coccinelle, poisson ou hibou, décorés de petits poussins en sucre, amusants cochons en pâte d'amande, bonbons crocodiles...

Retrouvez tous les thèmes sur www.lecuisinier.fr

Photos à envoyer par e-mail à photo@lechef.com

(N'oubliez pas de joindre à votre envoi vos coordonnées personnelles ou professionnelles, et de vous assurer de l'autorisation des personnes photographiées. Vous pouvez participer à plusieurs thèmes)



NOMINATION

FRANCK PELLÉ

Eberhardt Frères, qui observe un nouveau design de marque depuis peu, accueillait en début d'année Franck Pellé (que nous connaissons bien au Maroc) au poste de nouveau Président du Directoire et DG Commerce de la société.

Le distributeur exclusif d'appareils électroménagers grand public et professionnels a en effet choisi celui qui exerce au sein d'Eberhardt depuis 22 ans (occupant successivement les postes de Directeur Général Commerce depuis 2009 et Directeur Commercial Régional/National/division électroménager/Dg commerce ménager Pro depuis 1998)

pour occuper ce poste stratégique, notamment en matière de développement de l'activité des marques distribuées par Eberhardt en France.



ROYAL AIR MAROC

TOUS LES VOLS DOMESTIQUES

Une semaine après la reprise de ses vols domestiques, Royal Air Maroc renforcera, à partir du 06 juillet, son offre en augmentant le nombre de fréquences et de destinations desservies. Le programme de vols comprend désormais neuf liaisons régulières.

Les destinations nouvellement rétablies sont les suivantes : quatre lignes au départ et vers Casablanca en l'occurrence Tétouan, Hoceïma et Ouarzazate (2 fréquences par semaine) et Errachidia (3 fréquences par semaine) ainsi que la liaison reliant Tétouan à Al Hoceïma à raison de deux fréquences par semaine.

La compagnie augmentera également son offre sur trois des quatre lignes relancées depuis le 25 juin. Ainsi, les liaisons Casablanca-Dakhla et Casablanca-Laayoune passeront à 5 fréquences par semaine au lieu de 3 ; et la ligne Casablanca-Agadir sera renforcée par une quatrième fréquence par semaine.

Toutes les mesures de sécurité sanitaire sont garanties.

Casablanca-Dakhla : Lundi, Mercredi, Vendredi, Samedi et Dimanche

- Départ de Casablanca vers Dakhla : 12h00

- Départ de Dakhla vers Casablanca : 15h20

Casablanca-Laayoune : Lundi, Mercredi, Vendredi, Samedi et Dimanche

- Départ de Casablanca vers Laayoune : 13h15

- Départ de Laayoune vers Casablanca : 15h50

Casablanca-Agadir : Lundi, Mercredi, Vendredi et Dimanche

- Départ de Casablanca vers Agadir : 18h30

- Départ de Agadir vers Casablanca : 20h30

Casablanca-Errachidia : Lundi, Jeudi et Samedi

- Départ de Casablanca vers Errachidia : 08h00
- Départ de Errachidia vers Casablanca : 10h55
- Casablanca-Ouarzazate : Lundi et Samedi
- Départ de Casablanca vers Ouarzazate : 14h00
- Départ de Ouarzazate vers Casablanca : 16h25
- Casablanca-Oujda : Mercredi, Vendredi et Dimanche
- Départ de Casablanca vers Oujda : 18h25
- Départ de Oujda vers Casablanca : 20h40
- Casablanca-Tétouan : Vendredi et Dimanche
- Départ de Casablanca vers Tétouan : 16h30
- Départ de Tétouan vers Casablanca : 21h00
- Casablanca-Al Hoceïma : Vendredi et Dimanche
- Départ de Casablanca vers Al Hoceïma : 16h30
- Départ de Al Hoceïma vers Casablanca : 19h40
- Tétouan - Al Hoceïma : Vendredi et Dimanche
- Départ de Tétouan vers Al Hoceïma : 18h20
- Départ de Al Hoceïma vers Tétouan : 19h40

www.royalairmaroc.com



PLATEFORME DIGITALE

METROPOLITAN CASABLANCA

Yamed Capital, acteur majeur du secteur immobilier au Maroc, coorganise avec la chaîne de télévision marocaine 2M une émission exceptionnelle autour de Casablanca. Programmée le 30 juin 2020 à 19h30, celle-ci a pour objectif de célébrer Casablanca, à travers sa mémoire collective, son présent et son avenir.

L'histoire de Casablanca, sa singularité architecturale, son rôle moteur dans l'attractivité du pays en termes de tourisme et d'investissements, sa dynamique d'innovation, son "lifestyle" éclectique et ses paradoxes. Ces thématiques (et bien d'autres) seront au cœur du TV Show « Metropolitan Casablanca », qui marque la fin d'une longue période de confinement et symbolise la renaissance libératoire de la ville et de ses habitants.

Dans ce qui constituera une première au Maroc, cette émission sera diffusée en direct en avant-première sur une plateforme digitale avec la participation de nombreux intervenants.

www.metropolitancasablanca.com



UNTWO

POUR UNE REPRISE DU TOURISME



Le comité de crise pour le tourisme mondial, sous la conduite de l'OMT, a entériné nos directives pour la reprise du tourisme et nous sommes maintenant en train de traduire cette ambition en mesures concrètes pour le redressement.

Que ce soit pour évaluer l'impact de la COVID-19 ou voir comment faire redémarrer le tourisme de manière responsable, en nous appuyant sur ce que notre secteur a de mieux à offrir : la durabilité, l'innovation, la collaboration et la solidarité.

Voilà maintenant plus de trois mois que l'Organisation mondiale de la Santé a qualifié la COVID-19 de pandémie. La crise continue de représenter une menace pour l'emploi et les moyens d'existence dans le tourisme et ailleurs.

Passer à la vitesse supérieure pour #Redémarrerletourisme

Le comité de crise pour le tourisme mondial, sous la conduite de l'OMT, a entériné nos directives pour la reprise du tourisme et nous sommes maintenant

en train de traduire cette ambition en mesures concrètes pour le redressement. Notre action a été saluée au plus haut niveau, depuis les chefs d'État jusqu'à la manifestation de soutien historique du Secrétaire général de l'Organisation des Nations Unies, Antonio Guterres. Celui-ci voit dans le secteur un pilier de la croissance économique et, dans son message aux citoyens du monde, il a donné acte du rôle de chef de file de l'OMT et déclaré que « le tourisme peut servir de plateforme pour surmonter la pandémie ». Alors que se tiennent en ce moment, sur

Le tourisme mondial n'a jamais été aussi uni qu'aujourd'hui.



plusieurs semaines, les réunions virtuelles de chacune des commissions régionales de l'OMT, nous allons mettre en commun nos connaissances spécialisées et notre pouvoir d'influence pour que le tourisme redémarre et la Décennie d'action reprenne son cours vers les objectifs de développement durable. Cette série de réunions n'aurait pu

démarrer plus solidement : le coup d'envoi a été donné par les Ministres africains du tourisme, qui ont appuyé notre plan d'action. Le Programme d'action de l'OMT pour l'Afrique a été réaligné dans l'optique d'atténuer l'impact de la COVID-19 et d'accélérer le redressement. Dans le sillage de ces travaux et en prévision de la réunion de leur commission régionale cette

semaine, les Membres des Amériques vont continuer de défendre la place du tourisme comme pilier du redressement post-COVID-19.

Toujours #Plusfortsemble

Nous devons pouvoir nous appuyer sur l'attachement à la coopération internationale pour avancer et rétablir la confiance. Le Comité mondial d'éthique du tourisme, organe indépendant institué par l'OMT, a souligné l'importance de rester attentifs au Code mondial d'éthique du tourisme à mesure que sont assouplies les restrictions sur les voyages. Il nous faut redémarrer notre secteur le moment venu et de manière responsable, en évitant à tout prix de le faire aux dépens d'un traitement juste et égal des touristes.

Alors que nous nous apprêtons à célébrer tout autour de la planète la Journée de la gastronomie durable de cette année, des chefs cuisiniers de toutes les régions du monde nous donnent un avant-goût de ce qui nous attend quand nous recommencerons à voyager. C'est l'illustration du potentiel incomparable que possède le tourisme de gastronomie de préserver une culture unique en son genre et d'ouvrir des débouchés pour les populations rurales.

En parallèle, nous misons sur l'innovation et l'entrepreneuriat, car il est clair que cette reprise est l'occasion de réinventer non seulement notre façon de voyager, mais aussi la façon dont le tourisme peut contribuer à un meilleur avenir pour l'humanité et la planète.

Le Secrétaire général de l'OMT
Zurab Pololikashvili



HÔTELS ET RESTAURANT

La reprise sous conditions!



Voici les mesures mises en place dans les établissements d'hébergement touristique et les restaurants classés pour mieux accueillir les touristes nationaux et étrangers

Dans les établissements d'hébergement touristique

- Désigner un référent COVID-19 qui se chargera de l'application des procédures de sécurité et d'hygiène contre le COVID-19. Il doit disposer des informations nécessaires sur les numéros d'urgence et les hôpitaux et centres dédiés à la prise en charge des cas suspects/positifs covid19.
- Assurer la désinfection et l'aseptisation régulière de l'ensemble des départements de l'EHT suivant les directives et les référentiels nationaux.
- A l'entrée de chaque établissement d'hébergement touristique et au niveau des paliers des zones d'accès et/ou

de forte circulation dans les différents départements, placer un tapis désinfectant et antidérapant (par immersion des semelles dans une solution désinfectante).

- Traiter et désinfecter régulièrement les moquettes

Allô veille épidémiologique : 08 100 47 47

Allô Covid-19 : 300

Allô SAMU : 141

Téléchargez Wiqaytna, l'application de notification d'exposition au Coronavirus au Maroc

- Renforcer les mesures de précaution au niveau de la blanchisserie
- Organiser des sessions de formation au profit du personnel.
- Favoriser le télétravail pour les fonctions qui ne nécessitent pas la présence sur place
- Élaborer une politique de communication déclinée en supports de sensibilisation qui rappellent aux clients et au personnel les mesures d'hygiène et de sécurité à adopter (accrocher des notes plastifiées de sensibilisation, privilégier des capsules vidéo aux flyers).
- Limiter le nombre de clients pouvant accéder à l'EHT en même temps : respect des mesures de distanciation sociale au niveau des espaces communs tels que la réception, le hall d'entrée, ou le restaurant.
- Mettre en place une cellule RH spéciale COVID 19 pour veiller au contrôle quotidien des températures du personnel, signaler en urgence les cas suspects, briefer quotidiennement les équipes sur les bons gestes à adopter et revoir la politique RH de l'EHT : shifts rotatifs et consignes d'hygiène et de sécurité renforcées.
- Mettre à jour de manière obligatoire et systématique toutes les procédures de protection contre le COVID 19.
- Doter le personnel d'équipements de protection à usage individuel : masques, visières, gels hydro-alcooliques, uniformes désinfectés en permanence.
- Prévoir des masques pour les clients, conformes aux normes en vigueur.
- Mettre en place une procédure de confinement et de désinfection en cas de client(s) et/ ou de salarié(s) déclaré(s)



positif(s) et nécessitant une mise en quarantaine.

- Prévenir les clients et prévoir dans les conditions de vente la possibilité d'un relogement si le besoin est exprimé ou la situation l'exige.

Les recommandations par département
Réservation, check in et check out

- Privilégier les réservations préalables et à distance (idéalement en ligne ou par téléphone).
- Digitaliser le processus d'enregistrement (proposer le pré-enregistrement en ligne ou via mail).
- Différer les heures de check-in et de check-out d'un client à un autre pour éviter le risque d'affluence.

- Favoriser le paiement en ligne ou par carte bancaire et procéder à l'envoi des relevés des factures par mail.

- Éviter d'imprimer les fiches de réservation ou les factures qu'en cas de nécessité ou sur demande du client (privilégier les envois par mail à adresser directement au client).

- Prévoir un vide sanitaire de 6h entre chaque réservation.

- Procéder obligatoirement à la désinfection des bagages au moment du check-in et à la remise des clés par les clients lors du check-out.

Accueil et réception

- Prévoir un taux d'occupation correspondant à la capacité de l'EHT à respecter les mesures sanitaires et de distanciation.

- Procéder au marquage au sol afin d'éviter le regroupement des touristes dans le hall de réception.

- Équiper, dans la mesure du possible, les desks de réception au niveau des EHT avec des écrans de séparation (écrans de protection en plexiglas).

- Équiper la réception d'une trousse médicale propre aux réceptionnistes comprenant : gels désinfectants, lingettes désinfectantes pour nettoyer les surfaces, gants, spray désinfectant pour cartes de paiement et TPE.

- Diffuser, de façon permanente, les mesures d'hygiène et de sécurité spécifiques au COVID 19 au niveau des écrans d'accueil disponibles dans le hall de réception.

A défaut, des affiches de sensibilisation peuvent être mises en place.

- Procéder à la désinfection régulière de l'espace réception : desks de réception, ascenseurs et blocs sanitaires communs. Espaces communs





- Veiller au respect des mesures de distanciation sociale.
- Rendre obligatoire le port du masque au niveau des locaux du personnel ainsi que dans les espaces communs accueillant des clients.
- Réaménager les kids clubs de manière à respecter les règles de prévention et de protection contre le COVID 19 (limiter la capacité d'accueil et renforcer les mesures d'hygiène).
- Sensibiliser en permanence sur les bons gestes et les mesures préventives contre le COVID 19.
- Installer des distributeurs de gels hydro-alcooliques au niveau des espaces communs.
- Mettre en place des règles de nettoyage et désinfection renforcées au niveau des espaces communs.
- Renforcer le nettoyage des filtres à air et augmenter la ventilation pour renouveler l'air et favoriser l'aération naturelle.
- Désactiver les sèche-mains électriques installés au niveau des blocs sanitaires communs.
- Désinfecter les véhicules au niveau du parking.
- Chambres et étages**
- Mettre en place un protocole de nettoyage strict au niveau des chambres et former et informer le personnel sur les nouvelles mesures : port obligatoire du masque et de gants de ménage.

- Limiter l'usage des produits d'accueil de la salle de bain à un usage unique.

- Équiper la blanchisserie de l'EHT de produits d'entretien certifiés et former le personnel à éviter tout contact entre le linge sale et le linge propre.

- Renforcer le nettoyage des filtres à air et augmenter le niveau de ventilation des systèmes de conditionnement d'air pour renouveler l'air plus régulièrement tout en favorisant l'aération naturelle (ouvrir les fenêtres des chambres).

Restauration

- Respecter une distance minimale de 1 mètre entre 2 tables au niveau du restaurant de l'EHT.

- Assurer le service à table ou le service buffet à condition de respecter les mesures de distanciation sociale (écrans de séparation en plexiglas, gestion des flux des clients, service effectué par le personnel dédié à cet effet).

- Mettre en place des règles avec les fournisseurs pour vérifier le respect des mesures de sécurité sanitaire liées au COVID-19 : le personnel de livraison et de réception des livraisons doit être formé pour bien désinfecter, déemballer et nettoyer les produits en provenance des fournisseurs extérieurs.

- Former le personnel de cuisine et le personnel de service sur les règles d'hygiène à adopter : manipulation des couverts, service respectant les mesures

de distanciation sociale.

- Encourager le room service pour éviter les files d'attente.

- Le room service doit considérer (dans la mesure du possible) des options telles les emballages jetables afin d'éviter la manipulation excessive des ustensiles (lunch box, plateau petit déjeuner, etc).

- Renforcer le nettoyage des filtres à air et des hottes au niveau des cuisines.

Piscines et accès plages (pour les EHT situés en zone balnéaire)

- Respecter les mesures de distanciation sociale et les règles d'hygiène dans les piscines.

- L'installation des parasols doit respecter les mesures de distanciation sociale.

- Procéder à un zoning d'emplacement dans les plages.

- Procéder à la désinfection et au changement et nettoyage régulier des transats et des serviettes de plages.

- Assurer un affichage permanent des mesures de sécurité et d'hygiène à adopter par les clients au niveau de cette partie de l'EHT.

Salle de sport / Hammam et Spa

- Les salles de sport et les hammam et Spa devront respecter les directives qui

Le Maroc compte 4.000 établissements d'hébergement classés et 866 restaurants classés.



seront mises en place par les autorités sanitaires compétentes

Salles de séminaires et événements spéciaux

- Possibilité de maintenir les salles de séminaires ouvertes tout en veillant au respect des mesures de distanciation sociale et des règles d'hygiène (gels hydro-alcooliques et suppression des kits participants, etc.).

- Renforcer la communication sur les mesures de prévention contre la propagation du COVID19.

Qu'en est-il des restaurants classés?

- A l'entrée de chaque restaurant touristique et au niveau des paliers des zones d'accès et/ou de forte circulation (entrée cuisine, zone de livraison, etc.), placer un tapis désinfectant (par immersion des semelles dans une solution désinfectante) et antidérapant.

- Réduire la capacité de la salle du restaurant et séparer les tables d'une distance minimale de 1 mètre (y compris pour les terrasses).

- Veiller au bon fonctionnement des systèmes de conditionnement d'air pour renouveler l'air plus régulièrement et favoriser l'aération naturelle des lieux quand c'est possible.

- S'assurer du respect de la distanciation sociale et contrôler le flux des clients.

- Les activités d'animation doivent respecter les mesures de distanciation sociale.

- Mettre en place des règles de sécurité sanitaire liées au COVID-19 pour le personnel (contrôle de la température) et pour les fournisseurs.

- Veiller à former le personnel sur les bonnes pratiques d'hygiène et de sécurité contre la COVID 19.

- Mettre des affiches de sensibilisation sur les mesures de prévention et de protection contre la COVID 19.

- Respecter les mesures de distanciation et les règles d'hygiène et de sécurité dans la cuisine et les différents locaux du restaurant.

- Maintenir l'obligation du port du masque (à renouveler chaque 4h) pour le personnel y compris les serveurs qui doivent se tenir à un mètre au minimum des clients lors de la prise de commande.

- Suspendre les opérations qui obligent les clients à utiliser des ustensiles ou des distributeurs communs, comme les bars à salade, les buffets et les distributeurs de boissons.

- Privilégier le paiement électronique.

- Mettre à disposition des clients et du personnel des désinfectants hydro-alcooliques.

- Désinfecter régulièrement les poignées de porte, les rampes d'escalier, les accoudoirs de chaises, les tables, les terminaux de paiement électronique et tout autre outil de travail fréquemment touché.

- Désinfecter le matériel et les accessoires, mis à disposition des clients, avant et après usage.

- Placer les groupes de clients au maximum 4 personnes par table et s'assurer du respect de la distance minimale (sont exclus de cette restriction les membres de la même famille).

- Dédier une zone au service prêt à emporter et à la livraison à domicile.

- Pratiquer la distanciation sociale lors de la livraison à domicile en optant pour les livraisons «sans contact» : envoyer des SMS ou appeler lorsque les livraisons sont prêtes.

Remerciement au Ministère du Tourisme, de l'Artisanat, du Transport Aérien et de l'Economie Sociale



Signature du contrat programme de soutien et de relance du tourisme

Conformément aux Hautes Orientations Royales à l'occasion du discours du trône du 29 Juillet 2020, dans lequel Sa Majesté le Roi, que Dieu Le glorifie, a insisté sur la nécessité « d'initier un plan ambitieux de relance économique pour permettre aux secteurs productifs de se remettre d'aplomb, d'accroître leur capacité à créer des emplois et à préserver les sources de revenu », un contrat programme a été signé aujourd'hui, jeudi

6 août, pour le soutien et la relance du secteur du tourisme.

Pour faire face à cette crise inédite, l'ensemble des acteurs publics et privés ont conjugué leurs efforts afin d'élaborer le présent contrat programme qui regroupe des mesures ambitieuses et à la hauteur des enjeux et des défis auxquels est confronté le secteur touristique, conçues autour de 3 idées fondamentales, à savoir :

- Le maintien des emplois et la préservation du tissu économique
- La stimulation de la demande
- La transformation structurelle du secteur

Le contrat programme, qui couvre la période 2020-2022, comprend 21 mesures qui permettront au secteur de :

- Préserver le tissu économique ;
- Maintenir les emplois et les revenus des employés ;
- Garantir l'accès à la couverture sociale pour l'ensemble des acteurs du secteur ;
- Réduire le poids de l'informel ;

- Soutenir économiquement et financièrement le secteur pour la relance ;
- Stimuler l'investissement et la transformation de l'outil de production ;
- Renforcer la résilience et faciliter la reprise d'activité ;
- Poser les bases d'une transformation durable du tourisme au Maroc.

Ce contrat programme vise à contractualiser les engagements réciproques du secteur public et du secteur privé.

Le contrat programme est conclu entre, d'une part l'Etat représenté par :

- Le Ministère de l'Economie, des Finances et de la Réforme de l'Administration ;
- Le Ministère du Tourisme, de l'Artisanat, du Transport Aérien et de l'Economie Sociale ;
- Le Ministère du Travail et de l'Insertion Professionnelle.

Et d'autre part, le secteur privé, représenté par :

- La Confédération Nationale du Tourisme ;
- Le Groupement Professionnel des Banques du Maroc.





GLOBALEMENT CONNECTÉ, POUR RÉUSSIR
DANS UN MONDE EN ÉVOLUTION.



www.transfaro.com

Email : transfaro@transfaro.com

Phone : +(212) 522 98 08 33 +(212) 522 98 73 34

Fax : +(212) 522 23 33 79 +(212) 522 98 53 36



NOUVEAU



Couscous Bio

Produit du Maroc



Le Couscous BIO DARI est fabriqué au Maroc à partir des meilleures semoules de blé dur biologique.

Ces semoules sont produites à partir de blés durs de qualité supérieure cultivés selon les méthodes de l'agriculture biologique permettant un meilleur respect de l'environnement.

- ✓ Produit du Maroc
- ✓ Qualité Premium
- ✓ 100% biologique

