

# RESAGRO

Le mensuel des décideurs

## LE BOOM DU E-COMMERCE

## HÔTEL LA NOUVELLE MAMOUNIA



**Agriculture**  
Du PMV à « Génération Green »



**E-Commerce**  
2020, l'année du e-commerce



**Nouveaux produits**  
Place à l'innovation



## Votre satisfaction sur toute la ligne

- Procédés et Automatisations Industriels
- Froid Industriel et Traitement d'air
- Conditionnement/Emballages/Sleeveuses
- Cuveries en Acier Inoxydable
- Marquage/Etiquetage/Solutions de Traçabilité
- Tuyauteries et Accessoires en Acier Inoxydable

## L'Unique Interlocuteur pour une Solution Globale à toute Installation Industrielle

Première entreprise nationale dans les études et les réalisations des lignes complètes de process et de conditionnement pour les Industries Agroalimentaire, Pharmaceutique, Cosmétologique et Chimique.



# ÉDITO N°112

L'année 2021 commence mal pour Resagro qui vient de perdre son rédacteur en chef.

Claude Vieillard nous a quittés le 25 décembre, sans faire de bruit, dans son sommeil. C'était un membre de mon équipe, mais c'était surtout un ami, un grand frère qui laisse un vide immense.

Nous allons continuer en sachant que de là où il est, il veille sur nous avec toute la bienveillance qui le caractérisait.

Valérie Tazi, qui a une longue expérience de la presse et qui était aussi son amie, reprend le flambeau.

Dans ce premier numéro de l'année, nous vous disons tout sur ce que nous trouverons dans les rayons des supermarchés et dans nos assiettes en 2021, sur le boom du e-commerce provoqué par la pandémie et les changements d'habitude des consommateurs, sur la nouvelle

stratégie « Génération Green » du Royaume qui succède au Plan Maroc Vert.

Et pour rêver un peu, nous vous invitons à Marrakech, à la découverte de la nouvelle Mamounia qui a rouvert ses portes en octobre après quelques mois de travaux.

Nous vous souhaitons une belle année 2021. Qu'elle soit créative, constructive, instructive et positive grâce à la lecture de votre magazine Resagro !

Bonne lecture !



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

### Valérie Tazi

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
- 10 Veille réglementaire
- 12 Notre sélection de produits
- 14 Du Plan Maroc Vert à « Green Génération »,  
une nouvelle révolution verte
- 18 2020, l'année du e-commerce
- 22 Les grandes tendances agroalimentaires 2021
- 26 Les Grands Prix SIAL Innovation 2020
- 30 Recettes selon Kool
- 32 HORECA : les news
- 36 Hôtels : 10 ouvertures programmées en 2021
- 38 La Nouvelle Mamounia
- 42 Gaïa, le restaurant vegan de Casablanca





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



## *Marinade & Assaisonnement*

LIQUIDE ET POUDRE POUR  
VOS VIANDES



## *Mixs & Ingrédients*

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



CAM, FIAC, COMADER FNIR, FIVAR

### Le Crédit Agricole du Maroc soutient les Fédérations interprofessionnelles de l'Agriculture

Dans le cadre de sa mobilisation auprès des opérateurs du secteur de l'Agriculture, le Crédit Agricole Maroc (CAM) rencontre les fédérations interprofessionnelles de l'agriculture. Après une réunion avec la Fédération Interprofessionnelle des Activités Céréalières (FIAC), Tariq Sijilmassi, Président du Directoire du CAM, et Mohamed Alamouri, Président de la COMADER ont rencontré les représentants de la Fédération Nationale Interprofessionnelle du Riz (FNIR) et la Fédération Interprofessionnelle des Viandes Rouges (FIVAR). Chaque réunion rassemble des opérateurs de chaque secteur, de l'amont à l'aval, qui exposent leurs attentes vis-à-vis de la banque, ainsi que le bilan de leurs réalisations, leurs contraintes et les pistes de leur développement.



CREDIT AGRICOLE DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE

BANQUE MONDIALE, MAROC, CROISSANCE

### Maroc : La Banque mondiale prévoit une croissance de 4% en 2021

«Le Maroc devrait renouer avec une croissance de 4% en 2021 grâce à l'accroissement de la production agricole à l'issue de la période de sécheresse et à l'allègement par l'Etat des mesures de confinement» indique le dernier rapport de la BM sur les Perspectives économiques mondiales de janvier pour les pays de la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. Toujours selon la Banque Mondiale, l'économie marocaine devrait se contracter de -6,3% en 2020, tandis que la croissance économique devrait être de l'ordre de 3,7% en 2022.



LESIEUR CRISTAL, MAROC, AFRIQUE, HUILE

### L'Afrique, nouveau tremplin de croissance pour Lesieur Cristal

Le Groupe Avril vient de confier à Lesieur Cristal le pilotage de l'ensemble de ses activités dans le secteur des biens de grande consommation sur le continent africain. A l'issue d'une opération de fusion-acquisition, Lesieur Cristal acquiert ainsi l'ensemble des parts détenues par Avril au sein de la société sénégalaise Oleosen, acteur majeur des huiles de table au Sénégal. Lesieur Cristal accroît également son contrôle avec l'acquisition de l'ensemble des parts du groupe Avril au sein de Cristal Tunisie, qui commercialise une large gamme de produits d'huiles de table, de condiments et de savons dans le pays. Les actionnaires locaux demeurent au capital de ces deux sociétés. Lesieur Cristal obtient par ailleurs la licence d'exploitation du portefeuille des marques du groupe, les huiles de table et condiments Lesieur, l'huile d'olive Puget, ainsi que son fonds de commerce sur l'ensemble du continent africain. - "C'est une étape historique de notre développement et une reconnaissance de notre modèle", a déclaré Samir Oudghiri, Directeur Général de Lesieur Cristal.



لوسيبور كريستال  
LESIEUR CRISTAL



GRUPE **Avril**

CEVA LOGISTICS, ASTI MAROC, MAROC, AFRIQUE, LOGISTIQUE

### CEVA Logistics accélère son implantation en Afrique avec l'acquisition d'ASTI Maroc

Partenaires depuis plus de deux décennies, le groupe français CEVA et le Marocain ASTI fournissent des services multimodaux dans le royaume.

Grâce à cette acquisition, CEVA sera en mesure de développer une gamme de capacités d'exportation, en particulier des services frigorifiques – en coopération avec sa société mère le Groupe CMA CGM, et des activités de logistique contractuelle à Casablanca et dans la Free Zone de Tanger. La nouvelle opération cherchera à capitaliser sur la force de l'industrie automobile dans le pays, un segment sur lequel CEVA est leader. Quant à ASTI, c'est l'un des dix premiers acteurs de la logistique sur le marché marocain avec près de 100 employés à temps plein basés sur les deux sites qui offriront des services aériens, océaniques, terrestres (nationaux et internationaux), de logistique de projet et de dédouanement, ASTI étant un expert en dédouanement.



*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

TANGER ALLIANCE, MARSA MAROC, PORT DE TANGER, CONTENEUR

### Premier navire test pour Tanger Alliance

Tanger Alliance a accueilli son premier navire test en conditions réelles le 22 décembre. Fruit du partenariat entre Marsa Maroc, les opérateurs portuaires internationaux Contship Italia et Eurogate, et le 5e armateur mondial Hanag Lloyd, la compagnie Tanger Alliance est concessionnaire du terminal à conteneurs 3 du Port de Tanger Med 2, dont la mise en service commerciale a eu lieu début janvier 2021 après 18 mois de travaux, pour un investissement de près de 175 millions d'euros.



PÊCHE, MAROC

### La pêche en repli au Maroc

Selon l'Office Nationale des Pêches (ONP), les débarquements des produits de la pêche côtière et artisanale ont diminué de 7% à près de 1,3 millions de tonnes en 2020. Quant à la valeur marchande de ces produits, elle a baissé de 8% par rapport à 2019.



### 100 millions de dollars pour les petites entreprises marocaines

L'International Development Finance Corporation (DFC) s'est associée au Fonds d'aide aux petites entreprises (SEAF Global) pour la création d'un fonds de 100 millions USD destiné à soutenir les petites entreprises innovantes du Maroc qui proposent des solutions innovantes aux problèmes endémiques du pays dans les secteurs de l'agriculture, de la santé, de l'industrie, de l'eau et de l'assainissement, ainsi que de l'énergie propre. Outre ce partenariat, une lettre d'intérêt avec l'Office Chérifien des phosphates (OCP) a également été signée pour soutenir des projets qui permettraient de stimuler la productivité agricole en Afrique subsaharienne. Un bureau spécialisé dans les investissements internationaux avec les pays francophones d'Afrique, ouvrira en février pour soutenir ces initiatives qui font du Maroc le nouveau pôle économique de la sous-région.



ATTIJARIWAFABANK, TPME

### Attijariwafa bank, premier groupe bancaire à accompagner les TPME

Le groupe bancaire est le premier contributeur aux dispositifs d'accompagnement et de soutien aux TPME avec 46% des financements «Intelaka» en direction de 6500 porteurs de projets ; plus de 18500 crédits «Oxygène» accordés aux entreprises (soit 37% des crédits Oxygène distribués), dont une majorité en faveur des commerçants/artisans, et TPE ; 10,7 milliards de DH accordés au titre des crédits «Relance» au bénéfice de plus de 12 300 opérateurs, soit 34% de l'enveloppe du financement de ce programme. Attijariwafa bank a également poursuivi et renforcé sa politique de financement volontariste des TPME, en réponse à leurs besoins de développement avec la distribution de 58% des crédits du programme Damane Express. Enfin, la banque a consolidé sa position de premier contributeur au soutien du développement du secteur industriel, notamment avec une part de près de 47% sur le programme «Istitmar» de Maroc PME.

Mais au-delà du financement, Attijariwafa bank a intensifié son accompagnement des TPME avec des dispositifs adaptés à chaque profil d'entreprise : dispositif «Dar Al Moulaxail» pour les commerçants/artisans et TPE, inscription de plus de 50 000 auto entrepreneurs, soit près de 30% des inscriptions à l'échelle nationale, lancement du nouveau portail «attijarientreprises.com» pour les PME jumelant des services non-financiers et des services transactionnels. Une mobilisation de l'ensemble des équipes et de tous les instants pour aider sa clientèle à concrétiser la relance de ses activités en 2021.



## 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*



# Bulletin officiel

Cent-dixième année, N° 6954 du 7 jourmada II 1442 (21 janvier 2021)

## Textes généraux

### Dénominations et caractéristiques des produits issus de la mouture des grains du blé commercialisés

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2698-20 du 18 rabii I 1442 (4 novembre 2020) fixant les dénominations et les caractéristiques des produits issus de mouture des grains de blé commercialisés.

### Protection de variétés par certificats d'obtention végétale

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2878-20 du 1er rabii II 1442 (17 novembre 2020) portant protection de variétés par certificats d'obtention végétale.

### Propriétés agricoles

Arrêté conjoint du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts, du ministre de l'intérieur et du ministre de l'économie, des finances et de la réforme de l'administration n° 18-21 du 16 jourmada I 1442 (31 décembre 2020) portant prorogation des dispositions de l'arrêté conjoint du ministre de l'agriculture et de la pêche maritime, du ministre de l'intérieur et du ministre de l'économie et des finances n° 3417-10 du 22 moharrem 1432 (28 décembre 2010) fixant les modalités de l'aide de l'Etat aux aménagements hydro- agricoles et aux améliorations foncières des propriétés agricoles.

### Sécurité sanitaire

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n° 3021-20 du 21 rabii II 1442 (7 décembre 2020) portant approbation du guide de bonnes pratiques sanitaires relatif au secteur des fruits rouges frais.

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n° 3022-20 du 21 rabii II 1442 (7 décembre 2020) portant approbation du guide de bonnes pratiques sanitaires relatif au secteur de la charcuterie.

### Homologation de normes marocaines

Décision du directeur de l'Institut marocain de normalisation n° 3282-20 du 10 jourmada I 1442 (25

décembre 2020) portant homologation de normes marocaines.

## Textes particuliers

### 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°2375-20 du 4 safar 1442 (22 septembre 2020) autorisant la société «WIFAK HUITRES SNC» pour la création et l'exploitation d'une ferme aquacole dénommée « Wifak Huitres » 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°2376-20 du 4 safar 1442 (22 septembre 2020) autorisant la société «KAISAR HUITRE SNC» pour la création et l'exploitation d'une ferme aquacole dénommée « Kaiser Huitre » 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°2379-20 du 4 safar 1442 (22 septembre 2020) autorisant la société «CHIFAE HUITRES SNC» pour la création et l'exploitation d'une ferme aquacole dénommée « Chifae Huitres » 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°2383-20 du 4 safar 1442 (22 septembre 2020) autorisant la société «BIR ANZARAN HUITRES SNC» pour la création et l'exploitation d'une ferme aquacole dénommée « Bir Anzaran Huitres » 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°2384-20 du 4 safar 1442 (22 septembre 2020) autorisant la

société «LFAILA HUITRES SNC» pour la création et l'exploitation d'une ferme aquacole dénommée «Lfaila Huitres» et portant publication de l'extrait de la convention y afférente.

### Liste des conseillers agricoles

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2879-20 du 1er rabii II 1442 (17 novembre 2020) complétant l'arrêté du ministre de l'agriculture et de la pêche maritime n°2627-16 du 27 kaada 1437 (31 août 2016) portant publication de la liste de conseillers agricoles.

### Agréments pour la commercialisation des semences et de plants

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2880-20 du 3 rabii II 1442 (19 novembre 2020) portant agrément de la société «AMAROC» pour commercialiser des semences certifiées du maïs, des légumineuses alimentaires, des légumineuses fourragères, des oléagineuses, de betteraves industrielles et fourragères et des semences standard de légumes.

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2881-20 du 3 rabii II 1442 (19 novembre 2020) portant agrément de la société «BEJO MAGHREB» pour commercialiser des semences standard de légumes.

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2882-20 du 3 rabii II 1442 (19 novembre 2020) portant agrément de la société «HI TECH SEEDS MAROC» pour commercialiser des semences standard de légumes.

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2883-20 du 3 rabii II 1442 (19 novembre 2020) portant agrément de la société «COMPTOIR AGRICOLE DU SOUSS» pour commercialiser des semences certifiées des légumineuses fourragères et des semences standard de légumes.

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n° 2884-20 du 3 rabii II 1442 (19 novembre 2020) portant agrément de la société «GREEN SOLUTIONS» pour commercialiser des semences standard de légumes.

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n° 2885-20 du 3 rabii II 1442 (19 novembre

2020) portant agrément de la société «MAROSEM» pour commercialiser des semences certifiées des céréales à pailles, du maïs, des légumineuses alimentaires, des légumineuses fourragères, des oléagineuses, des semences standard de légumes et des plants certifiés de pomme de terre.

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2886-20 du 3 rabii II 1442 (19 novembre 2020) portant agrément de la société «COSUMAGRI» pour commercialiser des semences certifiées de betteraves industrielles et fourragères et des boutures de la canne à sucre.

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2887-20 du 3 rabii II 1442 (19 novembre 2020) portant agrément de la société «JANNAT AL MAGHREB» pour commercialiser des plants certifiés des espèces à fruits rouges et des semences standard de légumes.

Arrêté du ministre de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts n°2888-20 du 3 rabii II 1442 (19 novembre 2020) portant agrément de la société «PEPINIERE VITIMED» pour commercialiser des plants certifiés de vigne.

**Q<sub>i</sub> Qualilab<sup>®</sup> 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

### La pâte à tartiner responsable de Nestlé Dessert

La marque suisse célèbre la nouvelle année avec le lancement d'une pâte à tartiner au goût de noisettes et de cacao « irrésistiblement gourmande, onctueuse et responsable » puisqu'elle se démarque par l'absence d'huile de palme dans sa composition. Elle est proposée dans un pot en verre 100% recyclable.



### Re-Belle, la confiture anti-gaspillage

Une grande quantité de fruits et légumes de producteurs locaux sont écartés des circuits de distribution parce qu'ils ne sont pas assez beaux ou pas bien calibrés. La jeune marque française Re-Belle les utilise pour leur goût et les transforme en confitures uniques et gourmandes fabriquées maison (abricot-poire, banane agrumes, fraise, tomate-oignon, orange-pomme-épice...). Re-Belle est un projet initié par des membres du mouvement citoyen Disco Soupe qui sensibilise au gaspillage alimentaire, un sujet qui interpelle de plus en plus les consommateurs. <http://www.confiturerebelle.fr/>



### Kinder Cards de Ferrero

Dédié aux familles avec enfant, Kinder Cards, le premier biscuit de la marque Kinder combine plaisir et praticité. Avec son cœur fondant au lait et au cacao et sa gaufrette qui ne fond pas, on peut l'emporter partout. Une formule qui a déjà rencontré son public.



### L'eau de table Amane Gharb se distingue

Embouteillée par la société des eaux minérales Al Karma, Amane Gharb vient d'être certifiée QSE (Qualité -Sécurité-Environnement). De plus, Amane Souss a reçu le label « Produit de l'année » après une étude menée auprès de 3000 consommateurs.



**Des céréales de brocoli et de chou-fleur pour les bébés**

Pour que les bébés aiment les légumes dès les premiers jours de leur vie, la marque britannique Kendamil a lancé deux nouvelles céréales pour nourrissons avec des saveurs brocoli et chou fleur au fromage qui ne contiennent ni huile de palme, ni huile de poisson, mais de la crème complète, des légumes frais et des vitamines et minéraux essentiels. Pour un développement sain du bébé.



**Maille apéritif**

Le spécialiste de la moutarde se lance dans les tapas (tomates séchées, poivrons grillés et olives brisées) et tartinables de légumes aux saveurs originales : aubergine au grana padano, artichaut au mascarpone, tapenade d'olives vertes et noires... Avec cette gamme, Unilever revient en force sur le marché de l'apéritif.



**Bianco Delicato et Intenso**

Nespresso propose deux cafés en capsule pour l'Horeca. Le premier composé d'Arabicas Kenyans très légèrement torréfiés et de lait révèle de délicieuses notes de caramel et de biscuit. L'Intenso, mélange d'Arabicas colombiens torréfiés suivant deux intensités différentes et de lait a un goût de noisette pour une tasse intense et équilibrée.



**Kyo Kombucha**

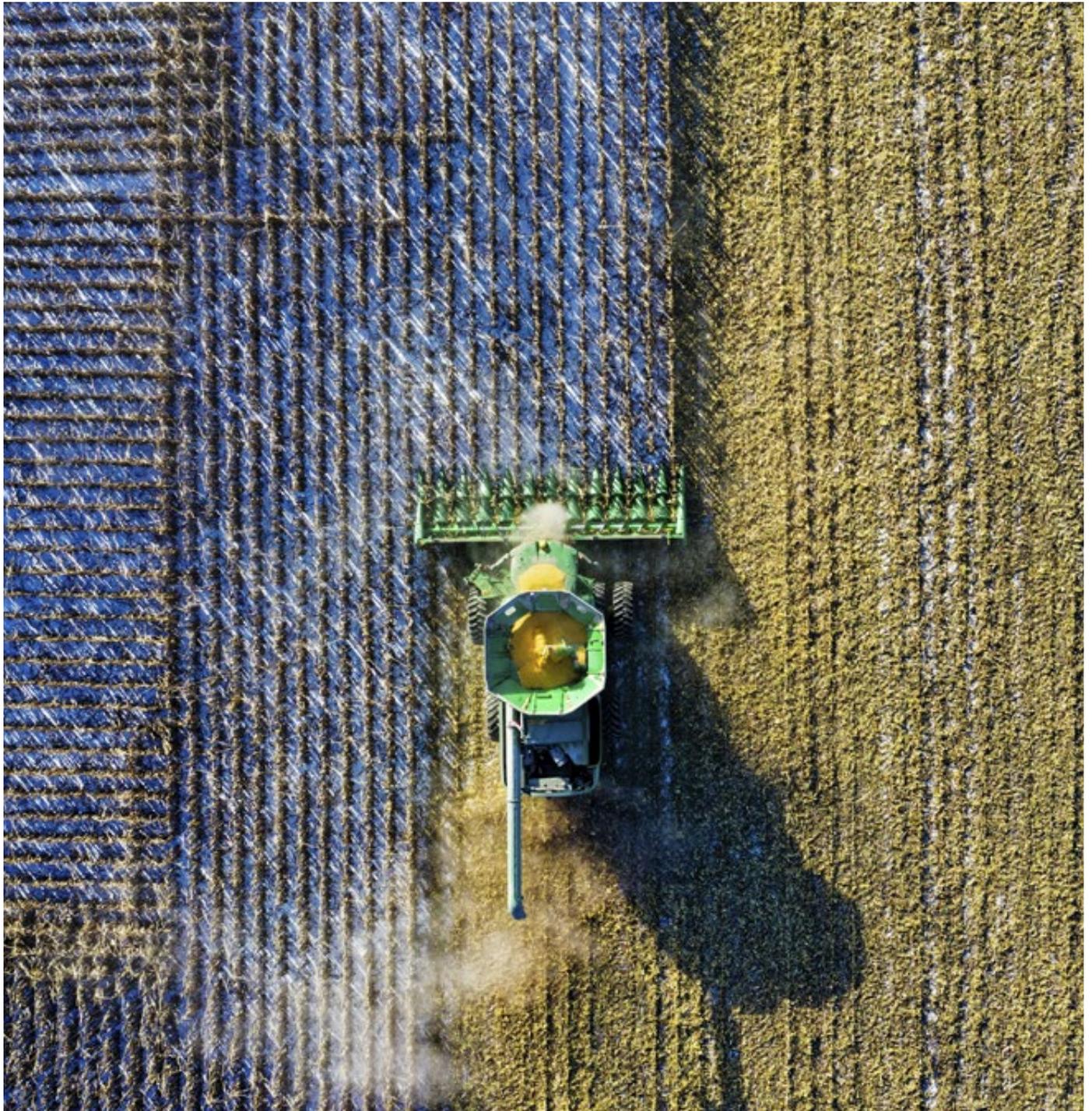
Cette nouvelle marque française surfe sur la tendance Kombucha avec ce thé fermenté très peu sucré aux arômes toniques, pétillant, ultra sain, et bio, alternative aux softs sucrés et aux boissons alcoolisées. Fabriqué en Alsace, le Kyo Kombucha est proposé en trois saveurs : original, gingembre et hibiscus. Bouteilles de 33 cl.



# Du Plan Maroc Vert à Génération Green

## UNE NOUVELLE RÉVOLUTION VERTE

**A**près le Plan Maroc Vert qui visait à moderniser l'agriculture, « Génération Green », nouvelle stratégie agricole pour la prochaine décennie a été adoptée en 2020 afin de répondre à « une réflexion globale et ambitieuse pour le développement du secteur » souhaitée par le Roi Mohammed VI.





En 2008, le Plan Maroc Vert a fait de l'agriculture une priorité nationale. L'objectif était de moderniser le secteur en misant sur les grandes exploitations, majoritairement tournées vers l'export, de doubler le PIB Agricole (PIBA) et les revenus de l'agriculture.

de 47 milliards de DHS.

Les exportations des produits agricoles ont connu une augmentation de 117% en passant de 15 milliards de dirhams à 33 milliards de dirhams.

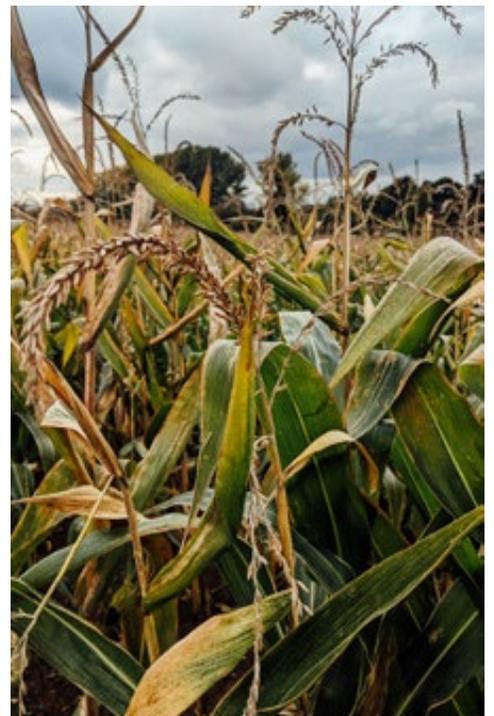
Sur le plan social, le Plan Maroc Vert a permis la création de

### Un bilan positif

Avec ce plan, le secteur agricole a pu drainer entre 2008 et 2018 un investissement de 104 milliards de DHS dont 40% d'investissement public et 60% d'investissement privé. Dans ce cadre, les incitations de l'Etat à travers le Fonds de Développement Agricole pour l'encouragement de l'investissement dans le secteur agricole, ont augmenté de 112%, et chaque Dirham de soutien octroyé a engendré 2,85 DHS d'investissement.

L'ensemble de ces investissements ont permis d'améliorer significativement les performances du secteur agricole tant sur le plan économique que social.

Sur le plan économique, le PIBA a connu une augmentation annuelle de 5,25% contre 3,8% pour les autres secteurs permettant de créer ainsi une valeur ajoutée supplémentaire





342 000 emplois supplémentaires, et l'augmentation du nombre de jours de travail par an et par ouvrier de 110 jours/an à 140 jours/an suite à l'extension des superficies cultivées, à la diversification des cultures, et à l'amélioration de la production.

Dans le domaine de l'agriculture solidaire, 989 projets ont été lancés au profit de 730 000 bénéficiaires. Ces projets ont permis notamment la plantation de 438 455 hectares, la mise en place de 450 unités de valorisation, l'aménagement hydro agricole sur 83 960 hectares, l'amélioration pastorale sur 39 185 hectares, et l'ouverture de pistes rurales sur 545 kilomètres. Parallèlement, les produits du terroir ont connu un essor considérable suite à la promulgation de la loi n° 25-06 relative aux signes distinctifs d'origine. Ainsi, 62 produits ont été labélisés, 720 coopératives (20 000 bénéficiaires) ont été mises à niveau, 484 unités de valorisation ont été construites



et équipées, et 3 000 articles ont été référencés au niveau des GMS avec un chiffre d'affaires de près de 80 MDH.

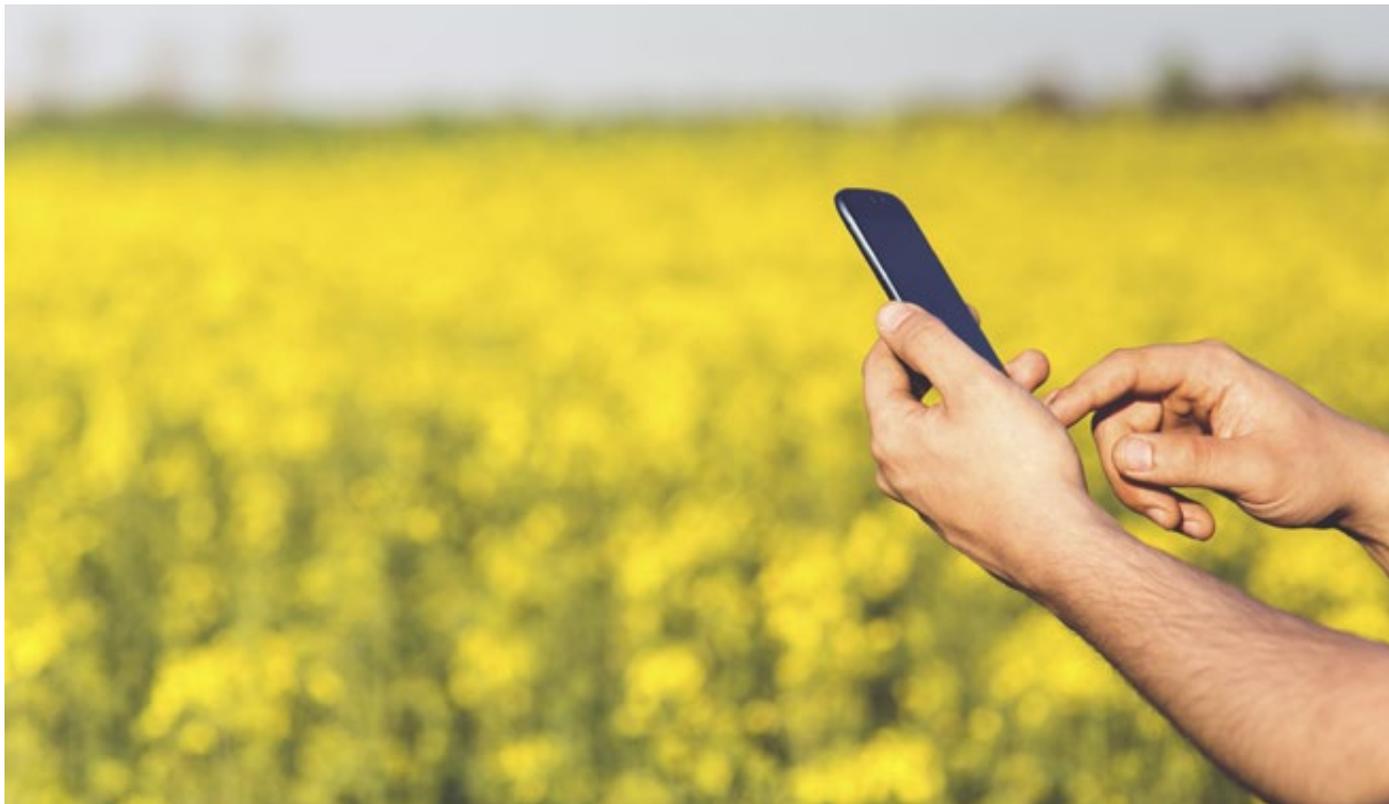
L'agriculture à haute valeur ajoutée a également connu une évolution significative grâce à deux leviers : l'Agrégation Agricole et le Partenariat Public-Privé autour des terrains agricoles.

En matière d'économie d'eau, la superficie équipée en goutte à goutte a connu une extension spectaculaire pour atteindre 542 000 hectares contre uniquement 128 000 en 2008.

### « Generation Green 2020-2030 », pour une agriculture plus performante et plus verte

Mais il reste encore beaucoup à faire et la nouvelle stratégie, présentée au Roi Mohammed VI en février dernier par Aziz Akhannouch, capitalisera sur les acquis du PMV et réponde





à la demande royale faite en octobre 2018 d'une « réflexion stratégique globale et ambitieuse pour le développement du secteur ».

Elle place l'élément humain au cœur de ses fondements.

L'enjeu est de contribuer à l'émergence d'une classe moyenne agricole en généralisant l'assurance agricole et les services de protection sociale à travers la mise en place d'un statut de l'exploitant agricole, et en améliorant les revenus (revalorisation du Smag) et les conditions de travail. Ces mesures devraient permettre à 400 000 ménages d'accéder à cette classe moyenne agricole, qui comptabiliserait alors 690 000 ménages, et ce alors que le secteur représente quatre emplois sur dix dans le pays et assure un revenu, direct ou indirect, à 15 millions de Marocains.

Le plan boostera l'entreprenariat agricole en s'appuyant sur un système d'incitation et d'aides à l'installation permettant à 180 000 jeunes agriculteurs de se lancer. Le volet formation viendra s'ajouter à ces mesures et concernera environ 150 000 jeunes d'ici 2030. Le volet numérique n'est pas en reste, « Génération Green » prévoyant de connecter au moins deux millions d'agriculteurs à des plateformes de services digitaux. La nouvelle stratégie poursuivra la structuration, le regroupement et l'agrégation des agriculteurs autour d'organisations agricoles performantes. Elle consolidera les filières agricoles avec une multiplication par 2 du PIBA et des exportations. Elle agira sur les chaînes de distribution en modernisant 12 marchés de gros et des souks. Elle s'intéressera aussi à la qualité, l'innovation et la Green-Tech en agréant 120 abattoirs et en multipliant par 2 les contrôles sanitaires.

Enfin, « Génération Green » veut faire de l'agriculture marocaine une agriculture résiliente et éco-efficace avec la poursuite des programmes de mobilisation et d'économie d'eau, le

renforcement de l'irrigation avec notamment le projet de dessalement d'eau de mer en cours, près d'Agadir, la promotion des énergies renouvelables (solaire et biomasse) et la diffusion des techniques de conservation des sols.

### Une stratégie soutenue par la Banque mondiale

« Génération Green » a reçu à la fin de l'année l'appui de la Banque mondiale avec un prêt de 250 millions \$.

« En abandonnant le seul critère de la production au profit d'une approche englobant le renforcement du capital humain, le développement des moyens de subsistance et le déploiement de chaînes de valeur rurales respectueuses du climat, cette stratégie inédite va modifier radicalement la manière dont le Maroc envisage son développement agricole », a déclaré Jesko Hentschel, directeur des opérations de la Banque mondiale pour le Maghreb.

Cet argent contribuera à la mise en œuvre accélérée de la stratégie « Génération Green », favorisera la transformation numérique du secteur agricole et offrira une réponse à la crise actuelle.

Quant aux subventions du Fonds de développement agricole, elles devraient atteindre environ 4,2 milliards de dirhams (MMDH) en 2021, en hausse de 3% par rapport à 2020.

S'agissant de la conversion individuelle vers l'irrigation goutte-à-goutte, le ministre de l'Agriculture a précisé que le programme 2021 permettra de couvrir près de 50.000 hectares supplémentaires pour atteindre une superficie totale de 693.000 hectares. A cet égard, une subvention de 2,01 MMDH sera octroyée par le Fonds de développement agricole.

Tous les efforts déployés depuis une dizaine d'année ont permis au Maroc de faire figure de modèle, particulièrement sur le continent africain. Certains pays comme le Gabon ou le Sénégal ont d'ailleurs lancé leurs propres « plans vert ».



## 2020, l'année du e-commerce

**L**a pandémie et les mesures de confinement ont profondément transformé les comportements d'achats dans le monde et stimulé l'e-commerce. Au Maroc, les transactions en ligne ont augmenté de 43 % en 2020. Comment expliquer cette performance ? Quels sont les acteurs qui ont tiré leur épingle du jeu ? Qui sont les nouveaux entrants ? La logistique et le service client ont-ils été à la hauteur ? Etat des lieux.

D'après le dernier rapport du Centre Monétique Interbancaire (CMI), le nombre de transactions e-commerce par cartes domestiques a totalisé 1,4 millions en décembre dernier (contre 900 000 en janvier), soit une augmentation de 43% en 2020.

### La situation en 2019

Pourtant, dans le « monde d'avant », alors que plus de 75% des Marocains disposent d'un smartphone, les ventes en ligne restaient faibles. En 2019, seuls 14% de la population ont acheté en ligne. Et la plupart de ces transactions concernaient le paiement de factures d'eau, électricité, télécommunications... Suivent les secteurs de la mode, des voyages, des repas en

livraison avec Jumia Food ou Glovo et des services de streaming (comme Netflix, Icflix, Spotify ou encore Youtube). Les freins au développement du e-commerce au Maroc étaient alors nombreux : le manque d'intérêt pour l'achat en ligne et/ou le manque d'expérience, les difficultés de paiement en ligne (en 2019, le paiement cash à la livraison représenterait près de 95% du total des ventes E-commerce), les livraisons onéreuses et pas toujours fiables, la méfiance des consommateurs, etc.

### Qu'est-ce qui a changé en 2020 ?

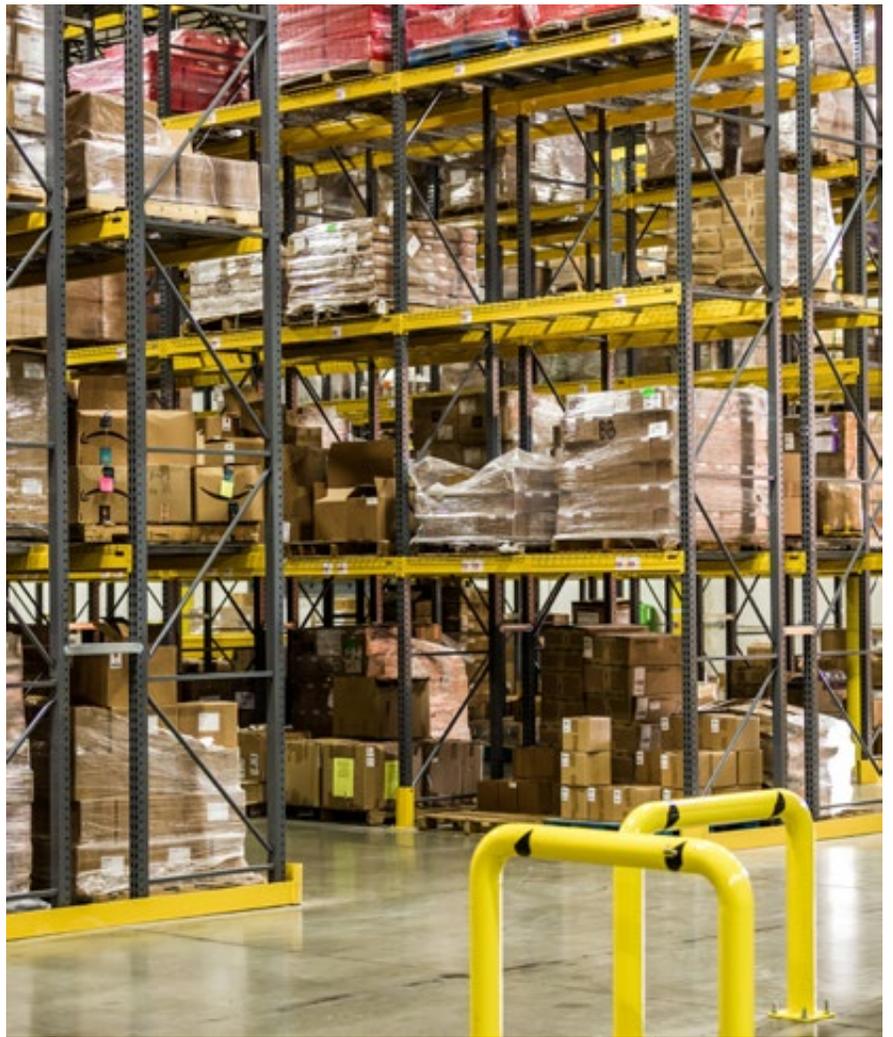
Cette hausse significative a plusieurs raisons : les restrictions

de déplacement imposées par la Covid-19 et l'apparition de nouveaux modes d'achat et de consommation bien sûr, mais aussi le renforcement de la confiance des clients en l'achat en ligne et la généralisation de la digitalisation des services publics.

Pour répondre à la demande, de nouveaux sites internet ont été développés dans tous les domaines. Le nombre de sites e-commerce est passé de 772 en janvier 2020 à 1100 sites actifs en décembre 2020. Les spécialistes du secteur comme Jumia ont logiquement tiré leur épingle du jeu, tandis que d'autres entreprises ont été obligées de se digitaliser dans l'urgence avec plus ou moins de réussite.

Pendant le confinement, beaucoup de Marocains ont franchi le pas en commandant sur les marketplaces. Jumia (que l'on qualifie d'Amazon africain) et My Market.ma, présents sur le marché depuis de nombreuses années, ont vu leur nombre de visiteurs très fortement augmenter. Des applications mobiles consacrées à la livraison comme Jumia Food ou Glovo, ont intégré des commerces traditionnels pour mettre à la disposition des consommateurs des denrées alimentaires, des produits d'hygiène... Même le Uber marocain, Careem, a fait de ses chauffeurs des livreurs à domicile.

Les acteurs de la grande distribution ont noué des partenariats avec des applications de livraison : Marjane avec Glovo, Label'Vie avec Jumia pour Carrefour et Carrefour Market. Des grandes surfaces spécialisées comme IKEA et KITEA ont développé des





sites e-commerce en un temps record. IKEA a aussi réduit ses frais de livraison.

Les commerces traditionnels se sont tournés vers les marketplaces ou ont construit leurs propres sites tout en assurant les livraisons et en communiquant sur les réseaux sociaux.

Des initiatives solidaires ont été lancées pendant le confinement pour permettre aux petits commerçants et aux artisans d'être présents en ligne. Chabi Chic a mis à la disposition des artisans de la Médina de Marrakech ses ressources, son savoir-faire et sa notoriété, pour les aider, sans commission, à vendre leurs propres créations dans un espace dédié baptisé « Save the medina ». Le but est d'apporter aux artisans de Marrakech la visibilité dont ils se trouvent privés et la force de frappe logistique qui leur fait défaut. Le Grand Souk.ma apporte aussi un maximum de visibilité et renforce l'identité numérique de partenaires dans les domaines du tourisme, de la restauration, des loisirs, de l'artisanat, des produits du terroir...

### Ce qu'il faut améliorer

Ces résultats encourageants ne doivent pas faire oublier qu'il existe encore des pierres d'achoppement. La logistique qui reste difficile à gérer tout comme la livraison, partie intégrante de l'expérience client. Un service efficace permettant de livrer dans les temps convenus constitue un précieux avantage concurrentiel. Les commerces assurent eux-mêmes leurs livraisons dans un périmètre proche, ou font appel à un prestataire spécialisé, mais cette dernière solution reste onéreuse. C'est pour cette raison que Jumia a créé son propre réseau logistique comprenant une plateforme logistique de



“ Les décideurs politiques devraient faciliter le commerce électronique pour les PME, créer des viviers de talents spécialisés et attirer les investisseurs internationaux dans le domaine du commerce électronique ”

Carlo Terreni, président de l'Association du commerce électronique « NetComm Suisse »

3500 m2 à Casablanca, 24 hubs et 150 points de retrait aux quatre coins du Maroc. Depuis novembre 2020, la Marketplace a ouvert sa plateforme logistique à toutes les entreprises qui souhaitent bénéficier de ses services pour les livraisons sur l'ensemble du territoire marocain.

Barid Al Maghrib a mis en place Chrono Diali, une nouvelle filiale en partenariat avec le français Geopost, spécialisée dans la distribution au Maroc de colis e-commerce dans le monde entier. Il faut également assurer le service après-vente de manière professionnelle.

Une chose est sûre, c'est qu'il y a aura un avant et un après Covid. En 2021, l'enjeu est de fidéliser la clientèle acquise pendant le confinement et de faire venir ceux qui n'ont pas encore goûté à l'expérience.



# 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, Aïn 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



## Les grandes tendances alimentaires 2021

**C**rise sanitaire oblige, les habitudes des consommateurs ont changé et les industriels de l'agroalimentaire vont devoir s'adapter à ces changements. Petit résumé des études internationales qui dressent un état des lieux mondial du secteur de l'alimentation et délivre des prévisions pour l'année 2021.

Plusieurs études sont réalisées chaque année ou tous les deux ans dans le but d'analyser les grandes tendances et leurs manières d'évoluer au fil du temps. « Own the Change » est le résultat de trois enquêtes commandées par le SIAL Paris à trois bureaux d'études : Kantar qui mesure les attentes des consommateurs, ProtéinesXTC qui dresse un panorama mondial de l'innovation, et Gira qui réalise une étude des tendances en restauration hors domicile. S'ajoutent à ce cahier de tendances, les études du géant américain de l'alimentation biologique Whole Food Market qui propose un Top 10 des tendances alimentaires 2021 et celle du cabinet de conseil mondial en alimentation et restauration Baum+Whiteman qui se concentre sur les changements macroéconomiques de l'industrie.

### L'assiette devient une revendication

73% de consommateurs dans le monde estiment avoir changé leurs habitudes alimentaires au cours des deux dernières années. Ces changements portent sur le choix d'une

alimentation plus saine (70%), plus de produits locaux ou de saison (53%), le choix de produits sans ingrédients controversés (44%), enfin une orientation plus affirmée vers des produits plus respectueux de l'environnement ou plus éthiques (37%).

83% des personnes interrogées estiment globalement que des efforts ont été faits pour améliorer la qualité des produits, notamment sur le sujet de la baisse de l'utilisation des pesticides (49%), et la considération du bien-être animal (39%).

Le monde se divise en deux : les optimistes (Chine, Moyen Orient, Asie du Sud Est, Inde) et les plus demandeurs d'efforts (Russie, Europe avec l'Allemagne en forte demande d'actions sur quasiment tous les sujets).

### L'innovation réponse aux attentes des consommateurs

Répondre aux besoins de consommateurs de plus en plus soucieux de la qualité de leur alimentation, tel est le défi des industries agroalimentaires. En adaptant sa stratégie, la filière s'organise pour apporter des réponses à cet enjeu en proposant

**44%**

en étant attentifs aux produits composant les produits.

**70%**

pour une alimentation plus saine.

**37%**

pour être plus respectueux de l'environnement.

**53%**

pour des produits locaux et de saison.

Source : Kantar 2020 - Food 360 pour le SIAL

des solutions innovantes.

Ces solutions innovantes apparaissent dans toutes les composantes de la filière, du processus de fabrication d'un produit à son conditionnement en passant par les services développés autour. De nouveaux paramètres sont aussi pris en compte dans l'élaboration des innovations notamment en ce qui concerne la protection de l'environnement, le développement économique et l'action sociale.

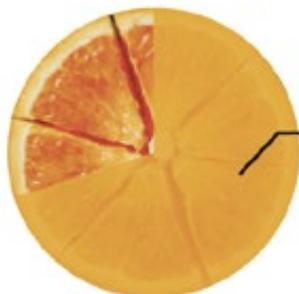
5 axes, représentant les attentes générales des consommateurs, influent sur les tendances d'innovation alimentaire côté industriel comme le montrent les résultats du Baromètre Mondial de l'innovation réalisé chaque année par ProtéinesXTC.

**Le Plaisir** est l'axe d'innovation majeur dans toutes les régions du monde (48,7%).

**La santé** est en forte progression, de 23,3 % à 32,4% en 5 ans, malgré un léger ralentissement en 2019 par rapport à 2018. Cette innovation se traduit par des promesses de sécurité et d'innocuité souvent justifiées par le caractère naturel, ainsi que la simplicité des ingrédients utilisés, et notamment les végétaux.

**La praticité** chute de 15,1 % à 7,4 % en 5 ans ce qui montre que c'est désormais un prérequis et non plus une valeur ajoutée pour le consommateur. Aucune innovation majeure n'a été entreprise sur le sujet ces dernières années.

**La forme**, soit tout ce qui touche l'apparence (minceur, cosmétique) oscille entre 5 et 7% depuis 5 ans. En Amérique du Nord où cet axe connaît la dynamique la plus importante, son poids dans l'innovation alimentaire a augmenté de 4,7% en 1 an.



**63%** des consommateurs estiment que bien choisir son alimentation est un engagement sociétal

**et déjà 1/3** adopte au moins 1 changement radical de comportement

Source : Kantar 2020 - Food 360 pour le SIAL

### 5 effets de la Covid-19 sur les attentes des consommateurs :

- Encore plus de local pour plus de proximité et protéger son économie
- Les consommateurs se sont réapproprié le contenu de leurs assiettes en cuisinant davantage, en initiant ou développant des potagers.
- L'impact positif du ralentissement économique sur l'environnement a permis une conscience renforcée pour une alimentation plus durable et plus respectueuse de l'environnement, du bien-être animal et des individus.
- Des arbitrages plus clivants entre l'économique et le premium du fait des contraintes économiques, mais aussi des choix plus affirmés pour des marques offrant les meilleures garanties
- Les nouvelles pratiques de télétravail et un retour à la normale pas pour tout de suite profitent à la consommation in-home aux dépens de la consommation hors domicile.



Enfin, la citoyenneté et l'écologie sont des valeurs qui sortent de la marginalité. La valeur mondiale de la part de l'axe éthique dans l'innovation frôle les 5% (contre 1,5% en 2005) et augmente partout, et particulièrement en Amérique Latine.

L'analyse de ces innovations révèle 3 grandes tendances de fond de l'innovation alimentaire mondiale.

« **A l'essentiel** » est une tendance qui milite pour un produit simple donc sécurisant, un produit sans additifs controversés comme les pesticides. On privilégie les recettes simples avec moins d'ingrédients pour se rapprocher du « fait-maison ». On veut des preuves (Nutriscore par exemple) et de la transparence sur la provenance, la transformation, les ingrédients, la distribution des produits. Cette simplicité trouve écho dans le développement du végétal en rayon Ultra Frais ou Traiteur qui remplace même la viande avec l'arrivée d'une nouvelle génération de substitut qui imitent le goût, la texture, l'apparence de la viande. Enfin, l'essentiel concerne aussi l'emballage plus léger, utilisant moins de matière, jusqu'à disparaître avec l'offre « vrac ».

« **Au plus proche** » traduit le désir d'une proximité production/consommateur dans l'espace et dans le temps (produits de saison) avec le fort développement des produits locaux d'origine valorisée voir hyperlocalisés (« nés d'une seule ferme »). La proximité de la marque avec sa communauté va même jusqu'à associer le consommateur à l'élaboration du produit, à l'image des produits co-créés « C'est qui le Patron ».



On note aussi une proximité de pensée, un partage de valeurs éthiques et citoyennes de la marque avec ses consommateurs. De plus en plus de produits mettent ainsi en avant le respect des producteurs, de l'environnement (empreinte carbone) ou du bien-être animal.

Avec la tendance « **Au plaisir, mais sobre** », manger est toujours affaire de plaisir, mais ce plaisir se fait plus sobre, loin des surenchères qui tendaient à gadgétiser le produit. Le produit s'affirme lui-même comme simplement bon, le végétal devient gourmand, des goûts plus puissants mais pas clivants s'installent dans les rayons, l'exotisme avec des spécialités d'origine moins connues (Corée, pourtour méditerranéen...) s'imposent.

### Le top 10 des tendances pour les produits alimentaires de 2021

La société américaine Whole Foods Market, après avoir parcouru le monde pour interroger les entreprises et les fournisseurs locaux, étudier les préférences des consommateurs et repérer les marques émergentes, a délivré ses prévisions des tendances pour les produits alimentaires de l'année à venir.

Nous devrions trouver dans nos assiettes en 2021 des « **aliments santé** » : superaliments, probiotiques, bouillons et aliments fermentés, aliments incluant de la vitamine C et autres ingrédients capables de « booster » le système immunitaire.

**Le petit-déjeuner** fait son grand retour à la faveur du télétravail et du temps gagné dans les transports. Les fabricants proposeront des gammes spécifiques pour varier des tartines et des céréales.

Ayant plus de temps pour cuisiner (mais moins pour faire les courses), les consommateurs cherchent des **versions alternatives des aliments** de base du garde-manger, ce qui donne lieu à de nouvelles perspectives pour les pâtes, les sauces et les épices de longue conservation.

**Le café**, booster d'énergie, se consomme maintenant plus à la maison qu'à l'extérieur. Le consommateur veut du bon café et se le réapproprie sous forme de barres, de smoothies, de yaourts et même de boissons alcoolisées.

Pour répondre à l'inquiétude des parents pour leurs enfants, les fabricants lancent des gammes de **produits sains pour bébé**.

Pour contrer le gaspillage alimentaire qui est un sujet de préoccupation depuis déjà plusieurs années, les industriels proposent des **aliments recyclés** comme les snacks de fruits « moches ». D'autres utilisent les déchets pour faire des emballages.



**La diversification des huiles** sera une grande tendance avec l'arrivée des huiles de noix, de pépins de courges, de chanvre, de cameline, des huiles reconnues pour leurs bienfaits et recherchées pour leur saveur originale.

**Le Kombucha alcoolisé**, une boisson à base de thé vert fermenté au goût légèrement acide et amer, devrait se démocratiser à l'aide de saveurs comme l'hibiscus, l'orange sanguine ou le pamplemousse. Il est déjà présent dans les rubriques santé des magazines pour

ses vertus : réduction du stress oxydatif, amélioration de la digestion et du système immunitaire.

**Le pois chiche**, aliment végétane par excellence sera l'aliment star de 2021. Déjà connu sous forme de houmous et de falafels, il sera consommé cette année en tofu, céréales de petit-déjeuner, pâte à pizza et son eau de cuisson, l'aquafaba, remplacera les œufs dans les recettes.

Enfin, **le snack sain** à base de fruits et légumes déshydratés remplace les barres chocolatées ultra sucrées, « offrant une nouvelle façon de découvrir les végétaux », selon Whole Foods.

### Un secteur de la restauration en pleine mutation

Le cabinet Baum + Whiteman prévoit la fermeture de milliers de restaurants, ce qui provoquera la hausse du prix des menus et un rééquilibrage du modèle économique de l'industrie de la restauration.

« La restauration rapide, les drives et la livraison ne se remettront complètement de la crise sanitaire qu'à partir de 2022, alors que les restaurants avec service en salle ne s'en remettront qu'à partir de 2024 » précise l'étude.

En 2021 comme en 2020, les restaurants seront toujours confrontés à deux défis importants : rester en activité et créer une « expérience sociale chaleureuse et heureuse » sans négliger les barrières sanitaires.

Il y aura aussi plus de repas à la maison à cause des fermetures des restaurants, du télétravail, des études en distanciel, des difficultés économiques des ménages. Les restaurants vont donc proposer des produits de consommation courante comme des mélanges d'épices exclusifs, des pâtisseries de marque, des fromages et des charcuteries de luxe, et même des ustensiles de cuisine professionnels, de la vaisselle estampillée au logo des restaurants, etc. Pendant le confinement, des centaines d'hôtels et de restaurants ont donné leurs excédents alimentaires à des banques alimentaires. Cette lutte contre le gaspillage alimentaire va se poursuivre et même s'intensifier en 2021 avec de nouvelles applications reliant directement les restaurants aux résidents des alentours offrant ainsi des repas gratuits ou à moindre prix.

Pour « Own the Change », la restauration suit les attentes des consommateurs, mais à son rythme. La demande pour les produits locaux se développe, la consommation de viande diminue au profit de la viande végétale.

Au restaurant comme à la maison, la prise de conscience mondiale du rapport entre la santé et l'alimentation est réelle. Résultat : les consommateurs sont de plus en plus exigeants en matière de sécurité alimentaire et demandent des preuves. Les restaurants proposeront des cartes plus courtes avec une ascension des spécialistes (plus rassurant qu'un généraliste avec une carte longue), des changements de menus tous les mois, toutes les semaines ou tous les jours, et de plus en plus de cartes re-saisonnalisées pour le goût.

En revanche, les régimes spécifiques (sans gluten, lactose, vegan, etc.) n'affichent pas d'évolution notable.

Côté technologie, la COVID a accéléré les choses. Le digital prend une place de plus en plus importante dans la stratégie des établissements : la Carte Bleue tend à être remplacée par le paiement digital qui limite le contact avec les terminaux de paiement, la reconnaissance faciale se développe fortement en Chine, les applications « restau » sont de plus en plus nombreuses dans le monde pour les consommateurs (pour consulter les menus, les avis, réserver...) et pour les restaurateurs (piloter les stocks, les livraisons...).

Autre fait marquant dû à la pandémie, l'essor de la livraison à domicile préférée au Click & Collect qui ouvre un champ nouveau de croissance et de revenus en même temps qu'elle modifie le rapport des consommateurs à la restauration. A noter que les restaurants premium ont aussi testé ce mode de distribution qui devrait s'installer en 2021, un moyen pour eux de poursuivre leur activité, même de façon réduite. Certains ont fait appel aux plateformes de livraison bien connues, d'autres préfèrent avoir la maîtrise de leurs livraisons en se tournant vers des fournisseurs de solutions e-commerce comme Shopify ou des solutions comme Here WEGO Deliver.

Côté Fast-food, il y a un rejet de la malbouffe au profit d'une restauration rapide moyenne ou très haut de gamme qui se développe partout dans le monde, toujours pour des questions de sécurité sanitaire et de confiance sur les produits.

Enfin, deux tailles de restaurants se dessinent : les très petits qui offrent une réelle proximité avec le client et les gigantesques comme les food courts qui proposent à la fois spectacle et lieu de vie.



#### Les effets de la Covid-19 sur la restauration :

- Digitalisation
- Sourcing plus engagé avec davantage de circuits courts, plus locavores.
- Accélération de la dématérialisation des paiements et des menus
- Développement de la pré-commande

# Les Grands Prix SIAL Innovation 2020

**M**algré le report de son édition physique à octobre 2022, SIAL Paris a décerné, en octobre dernier, 17 grands prix dans différentes catégories, ainsi que des prix spéciaux et le Coup de cœur du jury.

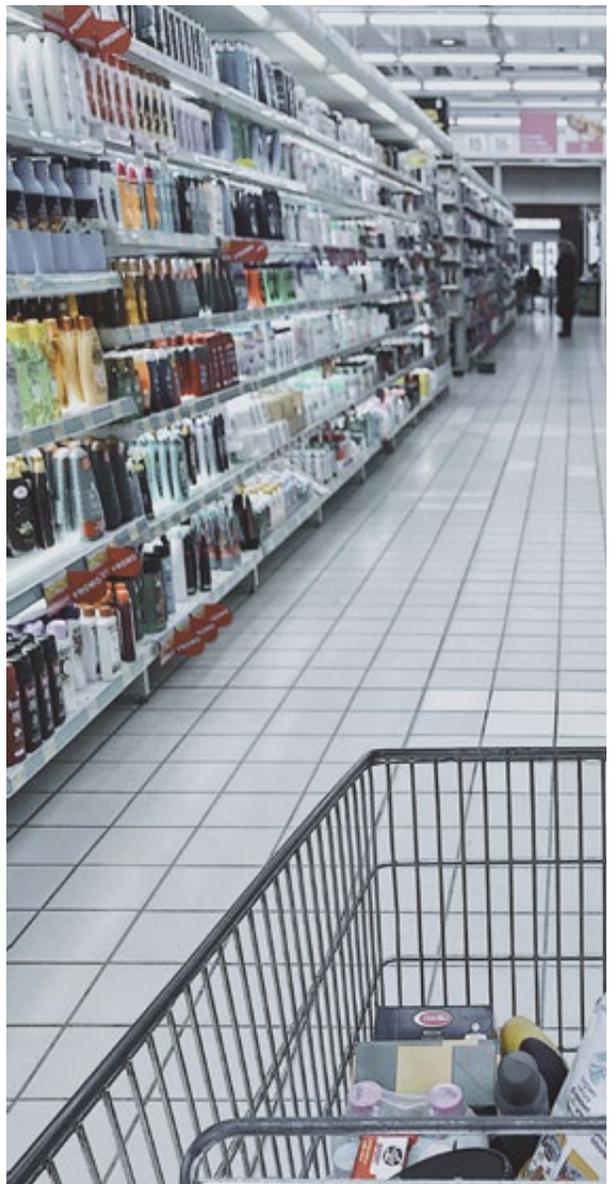
Le palmarès de cette édition 2020 est une vitrine des tendances et innovations alimentaires mondiales actuelles et à venir dans les rayons et dans les assiettes des consommateurs du monde entier, y compris dans celles des Marocains.

Que trouverons-nous dans nos assiettes demain ? C'est à cette question que les membres du jury de SIAL Innovation (en partenariat avec Protéines XTC) ont répondu en récompensant 17 produits qui marquent clairement l'intention des industriels de l'agroalimentaire de répondre au profond désir de changement des consommateurs.

524 produits ont été présentés au concours, 263 ont été sélectionnés, 17 prix ont été décernés dans 8 secteurs : Bien-être et bio, Boissons, Epicerie et panification, Fruits et légumes, Produits laitiers, Alternative Food, Produits surgelés et Produits Frais Traiteur Snacking. 6 prix spéciaux concernent la RHD, le conditionnement/packaging, la start-Up (nouveau 2020), le PAI, l'équipement et la technologie et le coup de cœur du jury. Trois grands lauréats choisis parmi les grands prix par secteur produit ou prix spéciaux ont reçu les prix Gold, Silver et Bronze.

«SIAL Innovation est au cœur de l'ADN de SIAL Network. C'est un baromètre important pour l'ensemble des professionnels de l'industrie agroalimentaire et il nous a semblé important de maintenir les Grands Prix SIAL Innovation dans cette période si particulière. Ce palmarès 2020 récompense des produits qui valorisent l'engagement social et environnemental, le simple, le plaisir, et le vrai, et qui s'inscrivent dans les tendances révélées par les études que nous avons menées. Elles indiquent que 25% des consommateurs ont modifié leur comportement d'achat et que près de 70% affirment être prêts à le faire», a expliqué Nicolas Trentesaux, directeur général de SIAL Global Network

Les Français tirent leur épingle du jeu avec 11 prix sur 17. Des prix qui récompensent des produits qui répondent à de grandes tendances évoquées dans notre article sur les tendances alimentaires 2021 : des produits aux goûts intenses qui privilégient le plaisir ; des recettes traditionnelles et gourmandes qui font leur grand retour ; des produits à base de végétaux et de substituts à la viande, et des produits qui intègrent la dimension santé, plus simple et avec moins d'ingrédients, mais aussi plus éthiques.



### GRAND PRIX BIO & BIEN-ÊTRE ET GRAND PRIX COUP DE COEUR DU JURY : AIL NOIR BIOLOGIQUE

- Marque : L'Étuverie
- Description: Spécialité à l'ail noir biologique, en tête entière, en pâte, en gousses pelées, miel à l'ail noir
- Sélectionné pour l'ingrédient ail noir issu de l'agriculture biologique utilisé dans différentes catégories de produits.
- Pays : France
- Date de lancement : Novembre 2019



### GRAND PRIX FRUITS ET LEGUMES ET LAUREATS GOLD : VEGETABLE GNOCCHI

- Marque : BOCON
- Description: Gnocchi surgelés avec plus de 70% de légumes. Élaboré en Italie. Source de fibres. Pauvre en sel. Prêt en quelques minutes.
- Sélectionné pour La praticité et le haut pourcentage en légumes.
- Pays : Italie
- Date de lancement : Juillet 2021



### GRAND PRIX BOISSONS : HARD CIDER À LA FRANÇAISE

- Marque : Ségora
- Description: Hard cider à la française. Pommes de France cueillies à la main. Sans sulfites.
- Sélectionné pour le positionnement français et gastronomique du hard cider à la française et la largeur de la gamme (Reinette d'Armorique, biologique et pink lady)
- Pays : France
- Date de lancement : mars 2020



### GRAND PRIX EPICERIE ET LAUREAT BRONZE : TOOGOOD CHEWING-GUMS

- Marque : TooGood
- Description: Chewing-gum naturel biodégradable vegan sans sucres ni aspartame. Gomme naturelle extraite de l'arbre sapotillier.
- Sélectionné pour le caractère biodégradable du chewing-gum
- Pays : France
- Date de lancement : Janvier 2020



### GRAND PRIX PRODUITS LAITIERS : CHEVRE FRAIS AU BASILIC INFUSE

- Marque : Petit Billy
- Fabricant : Triballat Noyal
- Description: Fromage de chèvre frais avec infusion de plantes aromatiques. Lait collecté localement.
- Sélectionné pour le goût apporté par un process naturel d'infusion.
- Pays : France
- Date de lancement : Juin 2020



**GRAND PRIX ALTERNATIVE FOOD :  
VEGINI GROUND**

- Marque : Vegini
- Description: Substitut de viande réfrigéré à base de protéines de pois. Avec aspect et texture de viande. Sans soja ni blé. Dans une barquette élaborée à 90% à base de matériaux recyclés.
- Sélectionné pour La composition végétale en alternative à la viande, avec aspect et texture proche de la viande.
- Pays : Autriche
- Date de lancement : Mars 2020



**GRAND PRIX SURGELES :  
BEER SORBET**

- Marque : G7 Sorbetto
- Fabricant : G7 srl.
- Description: Sorbet à la bière. Préparé avec plus de 50% de bière. Sans MG. Sans arômes ni colorants.
- Sélectionné pour la composition du sorbet à base de bière.
- Pays : Italie
- Date de lancement : Mai 2020



**GRAND PRIX PRODUITS FRAIS ET  
LAUREAT SILVER :  
MINI GAUFRES APÉRITIVES FOURRÉES AU  
MAROILLES**

- Marque : Le Traiteur des Flandres
- Fabricant : Pâtisserie des Flandres
- Description: Mini gaufres pur beurre fourrées d'une crème au Maroilles AOP. Produit frais à réchauffer 5 minutes au four dans sa barquette. Sans conservateur.
- Sélectionné pour l'offre gourmande et traditionnelle pour usage apéritif et salade
- Pays : France
- Date de lancement : Septembre 2020



**GRAND PRIX RHD :  
PRÉPARATION POUR PÂTISSERIE À BASE DE LÉGUMES**

- Marque : GreendOz'
- Description: Préparation pour pâtisseries colorées à base de légumes biologiques. Source de nutriments : fer, calcium, magnésium, zinc, fibres, protéines.
- Sélectionné pour l'innovation des farines. Elles permettent de créer des recettes de pâtisseries goûteuses à partir de farine de légumes. Ces farines permettent d'enrichir simplement et naturellement les préparations en nutriments. Ingrédients innovants alliant le plaisir et la nutrition.
- Pays : France
- Date de lancement : Juin 2020



### GRAND PRIX START-UP : KOKO JOO

- Marque : KoKoJoo
- Description: Rafrachissement pétillant à base de coques de fèves de cacao. Riche en nutriments et savoureux – les coques des fèves de cacao sont trop précieuses pour être considérées comme des résidus inutiles de la fabrication traditionnelle du chocolat. kōkōjoo original a un léger goût de cacao. kōkōjoo caffeine renforce l'effet vitalisant avec la caféine est issue du cacao par un procédé de brassage à froid.
- Sélectionné pour une boisson sans alcool qui utilise les co-produits du cacao : la coque de la fève de cacao. Un bon goût, riche en nutriments, un produit qui utilise les résidus issus de la fabrication du chocolat. Un exemple intéressant d'économie circulaire et de lutte contre le gaspillage alimentaire.
- Pays : Suisse
- Date de lancement : Octobre 2020



### GRAND PRIX CONDITIONNEMENT/ PACKAGING : SPIRULINE & SUPERFRUITS EN EMBALLAGE ÉCO-CONÇUS

- Marque : Algaé Nature
- Fabricant : Globexplore
- Description: Spiruline et superingrédients dans un emballage végétal écoconçu entièrement recyclable. Spiruline française. À saupoudrer sur les céréales, compotes, fromage blanc...
- Sélectionné pour le caractère éco-conçu de l'emballage.
- Pays : France
- Date de lancement : Octobre 2020



### GRAND PRIX PAI (Produit Alimentaire Intermédiaire): FOURRAGE FRAMBOISE PERLE

- Marque : MATERNE INDUSTRIES
- Description: Un fourrage riche en fruits avec des billes fruitées qui éclatent en bouche
- Sélectionné pour la texture innovante qui apporte la fraîcheur d'un fruit croqué à pleines dents.
- Pays : France
- Date de lancement : Janvier 2021



### GRAND PRIX EQUIPEMENT ET TECHNOLOGIE : HIPERBARIC HPP IN-BULK TECHNOLOGY

- Marque : HIPERBARIC
- Description: Technologie de traitement haute pression qui permet de traiter les boissons avant la mise en bouteille. Un processus plus simple, avec moins d'étapes et une productivité plus élevée.
- Sélectionné pour la technologie proposée par NC Hyperbaric qui permet un traitement haute pression de liquides alimentaires (jus) directement dans l'enceinte ; cette technologie nouvelle permet de doubler la capacité de production par rapport aux process actuels en bouteille. Ces aspects en font une innovation de rupture pour le procédé haute pression qui permet d'obtenir des produits (en particulier jus de fruit) très qualitatifs ; la technologie proposée permettra de baisser les coûts de production, et facilitera la commercialisation de format variés
- Pays : Espagne
- Date de lancement : Octobre 2019





## Soupe pimentée aux moules et crevettes

Portions : 4  
Préparation : 20 mn  
Cuisson : 30 mn

### Ingrédients

- 1 kg de moules
- 600 g de crevettes
- 1 l de bouillon de légumes
- 2 oignons
- 30 g de beurre
- 2 piments rouges
- 20 cl de crème fraîche
- 1 branche de céleri
- 1 feuille de laurier
- Jus de citron
- Sel, poivre

### Préparation

Grattez les moules sous l'eau froide, rincez plusieurs fois en les brassant bien.

Décortiquez les crevettes.

Pelez les oignons, effilez le cerfeuil et hachez-le. Lavez les piments, coupez-les en rondelles fines. Dans une cocotte, dorez les oignons, les piments, le céleri dans le beurre et mouillez avec le jus de citron, salez, poivrez. Ajoutez la feuille de laurier et portez à ébullition. Ajoutez le bouillon de légumes, les moules et laissez-les s'ouvrir sur feu vif en remuant de temps en temps. Sortez les moules, écoquillez-les et filtrez le bouillon de cuisson. Reversez le bouillon dans la cocotte avec les crevettes. Ajoutez la crème et laissez frémir 5 minutes à découvert. Incorporez les moules et servez.



## Velouté de champignons de Paris

Portions : 3  
Préparation ; 10 mn  
Cuisson : 40 mn

### Ingrédients

- 1 oignon
- 250 g de champignons de Paris
- 2 cuillères à soupe de farine
- ¼ de litre de bouillon (ou d'eau)
- ½ litre de lait
- 1 citron
- 2 cuillères à soupe de crème fraîche
- 1 cuillère à soupe de persil haché
- Sel, poivre

### Préparation

Faites fondre 3 cuillères à soupe de beurre dans une casserole.

Ajoutez un petit oignon haché et les champignons de Paris coupés en petits morceaux

Salez, poivrez, saupoudrez d'une cuillère à soupe de persil haché.

Remuez bien les champignons dans le beurre chaud, couvrez et laissez cuire à feu doux ¼ d'heure.

Ajoutez 2 cuillères à soupe de farine en remuant sans cesse.

Ajoutez ¼ de litre de bouillon (ou d'eau) et ½ litre de lait.

Faites cuire à feu doux en remuant de temps en temps.

Lorsque le potage commence à bouillir, baissez le feu et laissez cuire à découvert ¼ d'heure. Mixez la préparation. Quelques minutes avant de servir, ajoutez le jus de citron et 2 cuillères à soupe de crème fraîche.



*Le cahier*

# HORECA

Le magazine de l'Hôtellerie et de la Restauration

**Hôtels:**

**La nouvelle Mamounia**

**10 ouvertures programmées en 2021**



### Sofitel Casablanca Tour Blanche et Wright Tea subliment le Tea Time

Le Sofitel Casablanca Tour Blanche s'est associé à Wright Tea pour offrir une expérience Tea Time au salon du Casart. Le Chef exécutif Redouane Mansouri et le Chef pâtissier Abdelhakim Foushani déclinent une sélection de mets salés et sucrés en accord avec la sélection de la maison de thé de luxe Wright Tea : thé vert, noir ou blanc, nature ou parfumé, ou encore champagne de thé. Un rituel gourmand à partager en famille ou entre amis.

Tous les jours de la semaine de 12h à 20h, à la carte ou 2 formules au choix : « Le Classique Tea Time » et « Le Champagne Tea ».

### McDonald's Maroc : première enseigne de restauration à obtenir la certification Tahceine

McDonald's Maroc renforce son dispositif anti Covid-19 et devient la première entreprise de restauration au Maroc à obtenir la labellisation « Tahceine » dans l'ensemble de ses restaurants. L'objectif étant de maîtriser le risque sanitaire pour ses employés et ses clients.

Elaboré par l'Institut Marocain de Normalisation (IMANOR), le référentiel du label Tahceine décrit les bonnes pratiques sanitaires contre la Covid-19. Concrètement il permet de certifier que les différentes modalités d'organisation pour limiter le risque de contamination du personnel, des clients et des partenaires, ainsi que les mesures sanitaires spécifiques découlant des directives des autorités compétentes, sont correctement exécutées.



### Les nouvelles lignes de la RAM

En mars, Royal Air Maroc lance, en étroite collaboration avec l'ONMT, la ligne directe Paris-Dakhla avec deux fréquences par semaine (les mardis et les vendredis), ce qui devrait offrir à la ville du sud une plus grande visibilité. "Grâce à cette nouvelle route aérienne, la compagnie nationale reliera, pour la première fois, le continent européen (à l'exception des Iles Canaries) à la ville de Dakhla, en moins de 04H30 de vol", indique la RAM. A partir du 28 mars, c'est un Casablanca-Dubaï que la compagnie nationale proposera avec trois fréquences par semaine, les mardis, jeudis et dimanches. Cette nouvelle ligne « répond aux attentes de la communauté marocaine établie aux Emirats Arabes Unis ainsi qu'à l'ensemble des voyageurs touristiques et d'affaires marocains et émiratis », a déclaré la compagnie de l'alliance Oneworld dans un communiqué.



### Le prix du « Change Makers Awards 2020 » décerné au Royal Mansour Marrakech

Le label hôtelier Leading Hotels of the Worlds a suspendu ses prix traditionnels d'excellence pour récompenser les établissements dont la créativité et la vision offrent de nouvelles opportunités pour l'industrie hôtelière dans ce contexte de crise inédit.

C'est dans ce cadre que le Royal Mansour Marrakech - sous la direction de Jean-Claude Messant - a reçu le prix du « Change Makers Awards 2020 » pour son engagement citoyen et tous ses efforts pour soutenir sa communauté et accélérer sa résilience. Parmi les actions entreprises : distribution de ftours pendant le ramadan au personnel soignant du CHU de Marrakech, et de repas chauds au refuge pour mères célibataires et aux sans-abris par l'intermédiaire de l'organisation caritative « Coeur & Act » ; invitation des enfants de l'association caritative « Fiers & Forts » à profiter de la piscine du Jardin pendant l'été ; partage de capsules vidéo hebdomadaires informatives avec les collaborateurs de l'hôtel pendant la pandémie, tests PCR et prise en charge médicale et financières des cas positifs,...





**alpha bio services**  
Gestion sanitaire de votre environnement

☎ 05 22 25 83 00

🌐 [www.alphabioservice.ma](http://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><b>PestWest</b> <a href="http://www.pestwest.com">www.pestwest.com</a></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](mailto:info@alphabioservice.ma)

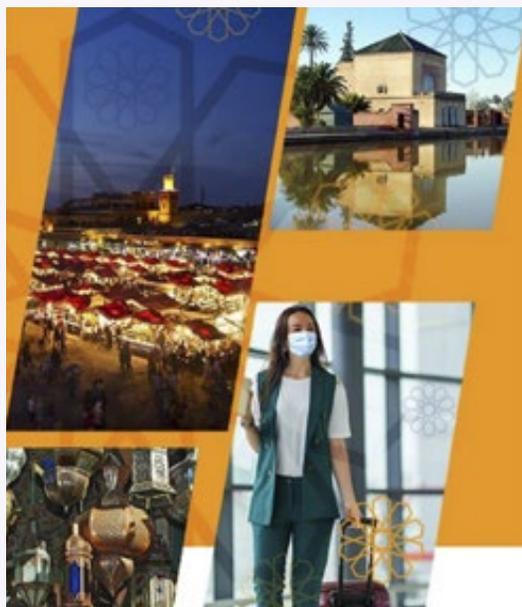
### Tourisme : 2020, annus horribilis

2020 est la pire année jamais enregistrée dans l'histoire du tourisme. Les arrivées internationales ont chuté de 72 % au cours des dix premiers mois de 2020 et l'Organisation Mondiale du Tourisme s'attend à ce qu'elles diminuent de 70 à 75 % pour l'ensemble de 2020. Dans ce cas, le tourisme mondial sera revenu aux niveaux d'il y a 30 ans, avec un milliard d'arrivées en moins et une perte de quelque 1 100 milliards de dollars US de recettes touristiques internationales. Cet effondrement du tourisme dû à la pandémie pourrait entraîner une perte économique de 2 000 milliards de dollars US du PIB mondial. Pour l'avenir, l'annonce d'un vaccin et le début de la vaccination devraient renforcer progressivement la confiance des consommateurs. Les scénarios pour 2021-2024 présentés par l'OMT font état d'un rebondissement pour le second semestre 2021. Néanmoins, un retour aux niveaux de 2019 pourrait prendre entre deux ans et demi et quatre ans.



### Où en sont les mesures de soutien au tourisme ?

Réuni pour la 11ème fois le 6 janvier dernier, le Comité de Veille Économique (CVE) a décidé de prolonger jusqu'au 31 mars 2021 certaines mesures de soutien aux entreprises, telles les garanties Oxygène et Relance. Le CVE a également décidé de prolonger les mesures d'appui dédiées au secteur du tourisme jusqu'au 31 mars 2021, notamment l'octroi de l'indemnité forfaitaire mensuelle de 2.000 DH pour les affiliés à la CNSS. Un avenant au contrat programme concerne la prise en charge des salariés et des stagiaires sous contrat d'insertion des sociétés d'intérim disposant de contrats avec les établissements d'hébergement touristique classés, les agences de voyage et les sociétés de transport touristique conclus avant février 2020. Pour ces salariés, l'indemnité couvrira la période du 1er octobre 2020 au 31 mars 2021. Cet avenant comporte également des dispositions spécifiques au secteur du transport touristique. Enfin, il a été décidé de proroger les contrats-programmes relatifs au secteur de l'événementiel et des traiteurs et celui des parcs d'attractions et de jeux jusqu'au 31 mars 2021.



### Marriott International ouvre son premier hôtel Autograph Collection au Maroc

C'est à Casablanca que l'hôtel Fabergé, Autograph Collection ouvrira en 2023. Fruit d'un partenariat entre la société marocaine Tower Seven Art et Marriott International, cet hôtel unique en son genre comprendra 104 chambres et sera situé dans l'une des artères les plus fréquentées de Casablanca. Il sera le premier d'une longue liste d'hôtel que les deux partenaires souhaitent développer au Maroc. Signé par Karim Ouaziz, Directeur Développement Afrique du Nord Marriott International et Youssef Attari, PDG de la marque Hôtel Le Fabergé, cet accord est le premier accord de franchise entre un groupe marocain et Marriott International. La preuve que le Maroc continue à susciter l'intérêt des grandes marques...



## Les traditions du couscous à l'UNESCO, un exemple de coopération culturelle internationale

« Les savoirs, savoir-faire et pratiques liés à la production et à la consommation du couscous » viennent d'être inscrits sur la liste du Patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO. Cette nouvelle inscription reconnaît la valeur du couscous et des savoirs, pratiques et savoir-faire qui l'entourent. Des artisans qui fabriquent les ustensiles relatifs au couscous aux agriculteurs qui produisent les céréales, meuniers qui les transforment en semoule, commerçants et, plus récemment, hôteliers, c'est tout un tissu social qui est concerné. De nos jours, comme autrefois, « rouler le couscous » et ses préparations multiples constitue une pluralité de savoirs et savoir-faire qui se transmettent oralement, par l'observation et l'imitation, et qu'il faut donc préserver.

Cette inscription incarne également la coopération culturelle entre 4 pays qui ont ce patrimoine en commun – Algérie, Mauritanie, Maroc et Tunisie, et témoigne des efforts particuliers menés par l'UNESCO pour encourager les inscriptions multinationales, afin de rapprocher des peuples et des cultures.



### Mme MANAL DAHOUNI

Consultante en stratégie Foodservice

- Fondatrice et DG de  
**Path & Purpose Consulting**
- 8 ans d'Expérience en Multinationales
- Formatrice, Coach certifiée & praticienne en PNL

#### Contact:

@ pathnpurpose@gmail.com

+212 663 444 009

/in/manal-dahouni-sefiani-90a04028

## Le Palais prend son envol ...

La demande de produits et services dans l'industrie alimentaire est principalement générée par le prix, la commodité, la qualité et la disponibilité.

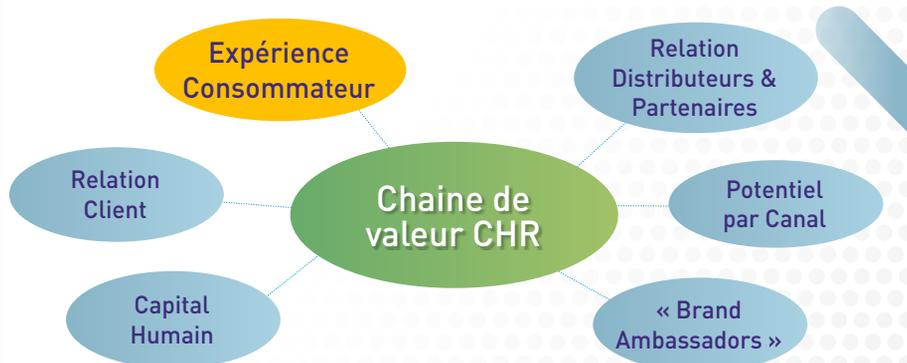
Dans ce secteur, la consommation se déplace progressivement vers les canaux hors

foyer et évolue autour de 3 axes :

- Les tendances dictées par le life style des consommateurs,
- Les drivers de croissance prioritaires pour les clients,
- Les leviers de motivation des partenaires.

L'accompagnement des professionnels du CHR intervient sur plusieurs volets tels que le dimensionnement stratégique du marché, la conception d'offres de solutions professionnelles, la formation du Capital humain.

Toutefois, ce processus requière l'intégration des contraintes opérationnelles, des besoins spécifiques à chaque Canal du CHR et la synergie avec les canaux traditionnels.



# HÔTELS :

## 10 ouvertures programmées en 2021

**R**estons optimistes puisque de nombreux hôtels courageux et déterminés ont programmé leur ouverture en 2021, démontrant que l'hôtellerie touchée de plein fouet par la pandémie ne renonce pas à se réinventer en mixant esthétique, design et écologie, bien-être et gastronomie. Zoom sur 10 hôtels qui vont s'implanter sur quatre continents, dont deux à Marrakech.

### Paris : Hôtel Paradiso



Le Paradiso est un hôtel cinéma qui domine les six salles du complexe MK2 Paradiso Nation. L'agence DVVD Architecture et la décoratrice Alix Thomsen ont fait de cet établissement de 34 chambres qui se transforment en salle de projection privée, le premier hôtel-cinéma. Un rooftop aménagé en café propose des séances de cinéma en plein air avec vue imprenable sur les toits de Paris.

*Ouverture prévue en mars. 135 Boulevard Diderot, Paris 12°*

### Paris : Hôtel Bulgari



Avec ce 5 étoiles de l'avenue George V, Bulgari ouvre son 7ème hôtel dans le monde. Un bâtiment haussmannien a été transformé en 76 chambres et suites par le cabinet d'architecture milanais Antonio Citterio & Patricia Viel en tandem avec les architectes parisiens Valode & Pistre. Un spa de 1300 m2 et sa piscine de 25 mètres, un bar et un restaurant donnant sur un jardin géré par le chef italien Niko Romito complètent le dispositif.

*Ouverture prévue en juin.*

### Londres : NoMad London



Le groupe NoMad d'Andrew Zoller a choisi le nord de Covent Garden, à Londres, pour ouvrir son premier hôtel en dehors des Etats-Unis. Un commissariat et un tribunal d'instruction du XVIIIe siècle ont été transformés par le cabinet d'architecture new-yorkais Roman and Williams en 91 chambres reprenant l'ADN de la chaîne qui fait cohabiter avec talent antiquités et objets contemporains. Au programme : une bibliothèque, un bar aménagé dans l'ancienne cave à charbon et un restaurant sous une immense verrière végétalisée.

*Ouverture en février*

### Madrid : Mandarin Oriental-Ritz



L'hôtel Belle Epoque, inauguré en 1910 dans le Triangle d'Or de Madrid, a été repensé par l'architecte espagnol Rafael de La-Hoz et les architectes français Gilles & Boissier (auteurs du Mandarin Oriental de Marrakech). Le Mandarin Oriental-Ritz dispose de 100 chambres et 53 suites, d'une magnifique salle de bal, d'un espace bien-être et spa et deux piscines, hammam et fitness, d'un restaurant signature et de plusieurs bars.

*Ouverture prévue au printemps*

### Inde : Le Six Sens Barwara au Rajasthan

C'est dans le Fort Barwara construit il y a 700 ans et longtemps propriété de la famille royale du Rajasthan, que le groupe Six Senses ouvre son premier hôtel en



Inde. 48 suites ont été aménagées dans des palais et temples rénovés et dans un esprit de conception durable.

*Ouverture prévue à l'automne*

### Etats-unis : Aman à New York



En plein centre de Manhattan, cet hôtel de la chaîne Aman, oeuvre de l'architecte belge Jean-Michel Gathy de l'agence Denniston, se distingue par sa piscine de 20 mètres réchauffée par des cheminées et son spa sur trois étages, ses chambres dotées de cheminées, ses 22 résidences urbaines et son penthouse de cinq niveaux, sa cave à vins, son club-bar jazz, son cigare-lounge et son rooftop avec une vue sur New York.

*Ouverture au printemps*

### Mexique : Four Seasons Resort Tamarindo



C'est sur la Costa Alegre, sur une péninsule privée le long de l'océan Pacifique que le Four Seasons a créé un 5 étoiles qui se fond dans son environnement. La plupart de ses 155 chambres bénéficieront d'une vue panoramique exceptionnelle sur l'océan Pacifique, et l'hôtel est enveloppé par la jungle de l'éco réserve et le parcours de golf luxuriant. L'architecture et la décoration intérieure mettent en valeur les matériaux locaux.

*Ouverture en février*

### Marrakech va inaugurer deux hôtels en 2021

#### Nobu Marrakech

Le groupe Nobu Hospitality fondé par Robert de Niro, le chef japonais Nobuyuki Matshisa (dit Nobu) et Meir Teper, producteur américain, inaugurera son premier hôtel en Afrique, à Marrakech, en lieu et place du The Pearl Marrakech appartenant au groupe Marocain Hivernage Collection. La marque a annoncé que cet hôtel disposera de 71 chambres et suites «spacieuses» et accueillera des restaurants et des espaces sur les toits, ainsi qu'un spa et centre de remise en forme de 2 200 m<sup>2</sup>. L'espace comprendra également des piscines intérieure et extérieure, une salle de conférence et un espace événementiel.

*Ouverture prochaine*



#### Pestana CR7 Marrakech

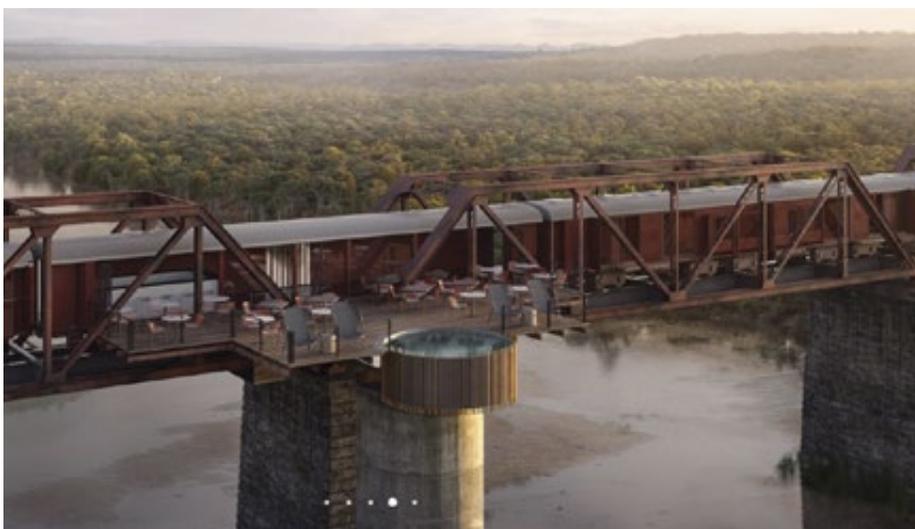
Après Lisbonne et Funchal, Cristiano Ronaldo a choisi Marrakech pour ouvrir son troisième hôtel édifié sur la M Avenue, nouvelle rue dédiée à l'art de vivre Marrakchi qui devrait être inaugurée en avril. Ce 5 étoiles de 174 chambres, deux restaurants dont un rooftop, un spa avec une salle de fitness ultra perfectionnée et une piscine, s'inspire de CR7, surnom du quintuple ballon d'or. Ce dernier s'est entouré d'Igor Rebosio et Giuseppe Varsavia, d'Eclettico Design pour proposer un hôtel urbain très attendu par les fans de football.



### Afrique du Sud : Le Train Lodge à Kruger Shalatu

Original, ce lodge d'une trentaine de chambres dans un train centenaire stationné sur le pont Selati qui domine la rivière Sabie et donne sur le parc national

Kruger. On peut y admirer hippopotames, crocodiles, éléphants, buffles et oiseaux, se substanter dans la voiture-bar ou piquer une tête dans la piscine. Une ambiance inspirée des safaris à tester dès le printemps.



# LA NOUVELLE MAMOUNIA

**P**resque centenaire, le mythique palace s'est refait une beauté. A la barre, le célèbre duo de designers Jouin Manku choisi par Pierre Jochem, Directeur général de la Mamounia « parce qu'ils excellent à apporter de la modernité tout en respectant l'héritage ».



Les hôtels et les restaurants sont les terrains de jeu favoris de Patrick Jouin et Sanjit Manku qui ont collaboré avec de prestigieux chefs comme Alain Ducasse, Pierre Hermé ou Thierry Marx. A la Mamounia, ils ont donné une nouvelle énergie au palace, assigné des rôles différents à certains lieux et en ont créé de nouveaux comme la salle de cinéma ou l'oenothèque.

### Une rénovation entre simplicité et gestes architecturaux forts

« Nous sommes tombés amoureux de la Mamounia. Quand on arrive ici, on touche à un mythe. Il ne faut pas l'abîmer » a expliqué Patrick Jouin lors de la conférence de presse organisée en novembre pour la réouverture du palace. Le point de départ de la transformation a été « l'art de vivre, la générosité ». « Paccard, Pinto, Garcia, Majorelle sont aussi partis de ça, du plaisir d'être là et du temps qui s'arrête. Il faut tout changer pour que rien ne change, pour que ce lieu soit toujours éternel. Pour qu'il reste hors du temps, il faut qu'il se réinvente » a ajouté le designer. « La dernière rénovation remonte à 2009. Tous les cinq ou six ans, il faut adapter nos concepts aux nouvelles tendances et aux attentes de la clientèle » a renchéri Pierre Jochem.

Le duo a enrichi l'artisanat marocain de savoir-faire italiens, français et espagnols tout en restant fidèle à son ADN en dessinant tous les meubles, les luminaires (sublimes) et même les tissus.

« Nous sommes revenus à la simplicité de l'eau et de la lumière » raconte Sanjit Manku, tout en osant des gestes architecturaux forts qui plongent la Mamounia dans une ère nouvelle. « Nous avons créé des objets extraordinaires qui attirent et font bouger dans l'espace comme ce lustre incroyable qui invite à



découvrir le salon de thé de Pierre Hermé. Il y a aussi des effets de répétition avec les lanternes qui ponctuent l'espace, un lustre qui domine la cuisine du restaurant italien (endroit le plus fort du restaurant), les trois tentes et l'oenothèque » explique Patrick Jouin. La rénovation se poursuit dans le lounge marocain du pavillon marocain qui s'inspire d'un rêve de désert. « Sur la terrasse qui surplombe la ville, nous avons créé une tente contemporaine de forme circulaire ouverte sur le ciel. On pourra y danser sous les étoiles » ajoute Sanjit Manku.

### Une nouvelle offre de restauration

« On dit souvent que la Mamounia a la baraka, et c'est bien le cas a expliqué Denys Courtier, directeur exécutif de la Mamounia. Aujourd'hui, elle offre une expérience culinaire nouvelle tout en respectant le charme de la Grande Dame ». Pierre Jochem a choisi de s'associer au chef triplement étoilé Jean-Georges Vongerichten, pour la création de deux nouveaux lieux de restauration : l'Asiatique qui sert une cuisine du sud-est asiatique et l'Italien, une trattoria élégante qui ambitionne de servir les meilleures pizzas de Marrakech. Avec ces deux restaurants, Jean-Georges Vongerichten, basé à New York et à la tête de 35 d'établissements dans le monde, fait ses premiers pas en Afrique. « J'ai accepté de venir à la Mamounia d'abord par amitié pour les deux Pierre, Pierre Jochem et Pierre Hermé, puis pour ses produits, pour sa culture, et pour apporter notre savoir-faire et une centaine de recettes tout en m'inspirant du Maroc. J'avais aussi envie de travailler avec Patrick et Sanjit dont j'ai toujours admiré le travail ».

A l'Asiatique, dans une ambiance feutrée où Patrick Jouin et Sanjit Manku ont imaginé un décor typiquement marocain mêlant tentures précieuses, fauteuils en laque noir et lumières inspirées du Japon, le pape de la cuisine fusion connu et reconnu pour son amour des épices, des jus et des herbes propose une cuisine qui nous fait voyager du Japon à la Thaïlande en passant par la Malaisie. Chaque plat est un plaisir pour les yeux et les papilles qui ne savent plus où donner de la tête. A la carte, dumpling au foie gras grillé, sauce à la truffe noire ; gioza au potiron ; sushi de truite de mer croustillant, mayonnaise chipotlé glacé au soja ; homard à la vapeur et pak choï, ail, beurre de chili et basilic thaï, sans parler du filet de boeuf mariné au soja et à l'ail avec sa tombée d'épinards et son pesto de coriandre qui fond dans la bouche. Pour les desserts, Pierre Hermé s'est inspiré de l'Asie en utilisant le thé vert Matcha, le yuzu, le lait et la noix de coco, le fruit de la passion, le wasabi... Une expérience exceptionnelle au cœur de l'Asie.

A l'Italien, nous sommes transportés dans un jardin d'hiver à l'ambiance chic et élégante, mais pas prétentive. La lumière, omniprésente, se déverse de grandes baies vitrées qui offrent une vue sur le jardin et les nouvelles tentes. Les murs sont recouverts de carreaux formant des paysages plantés de palmiers et d'agaves. Ici, on sert le meilleur de l'Italie. Mentions spéciales pour la pizza à la truffe et aux quatre fromages cuite au feu de bois ; le Poulpe grillé, vinaigrette aux câpres et ail, salade tiède de pommes de terre aux olives vertes et fenouil qui explose en bouche et pour les Tagliatelles aux haricots





verts, pesto au basilic de pistache, un mélange surprenant, mais délicieux. Ici aussi, les desserts sont signés Pierre Hermé devenu également directeur artistique et culinaire du salon de thé et du bar italien. « Cela fait trois ans que je suis présent à La Mamounia. Notre collaboration vient de se renforcer. La particularité d'un pâtissier dans un hôtel, c'est qu'il intervient à tous les moments de la journée et dans tous les lieux : le lait d'amandes à l'arrivée, le cadeau en chambre, le petit déjeuner, le thé... » nous a expliqué Pierre Hermé. Le Salon de thé, justement, occupe un espace dominé par un monumental lustre en cristal dessiné par Jouin Manku. Ils ont aussi imaginé de très jolies assises en cuir tressé. On peut s'offrir, tout au long de la journée, un petit-déjeuner copieux et les délices sucrés qui ont fait la renommée du célèbre pâtissier français, ainsi que des assiettes salées inspirées du salon de thé Pierre Hermé à Beaupassage à Paris comme le lobster roll, le pain perdu au curry et curcuma ou un hamburger que Pierre Hermé a conçu à la demande de Pierre Jochem. « J'essaye à chaque fois que je viens de découvrir le Maroc. J'ai fait une tablette de chocolat dont le design s'inspire des pavés de la rue qui mène à la place Jemaa El Fna. J'ai aussi créé une coupe glacée et un cake à l'amlou. Je travaille beaucoup les agrumes. Et je vais découvrir petit à petit davantage de produits du Maroc. J'ai passé une journée avec les femmes qui préparent les pâtisseries marocaines, c'était formidable. J'ai fait une corne de gazelle avec de la pâte d'amande parfumée à la fleur d'oranger et un croustillant à l'amlou. L'histoire ne fait que commencer. J'aimerais bien faire un gâteau en forme de Mencha. C'est sans fin » raconte avec beaucoup d'enthousiasme le pâtissier.

Près du salon de thé, le Bar Churchill devient le Churchill, un bar confidentiel d'une vingtaine d'assises entièrement redécoré. On peut y boire une coupe de champagne accompagnée de caviar de la maison Kaviari, l'une des plus anciennes manufactures de caviar françaises. « Pierre Jochem m'a proposé un challenge : trouver, parmi les caviars que j'importe régulièrement, un caviar Oscietre gros grain, ce qui est très rare. C'est une gamme que je n'avais pas, mais il est cultivé en Chine dans un immense lac d'une pureté extraordinaire, à 3h en voiture à l'Ouest de Shanghai. Les Chinois ont toujours mangé la chair d'esturgeon, mais ils ne produisent du caviar que depuis une quinzaine d'années. Ce caviar est fantastique, mais les quantités sont limitées » raconte Jacques Nebot, président de Kaviari.

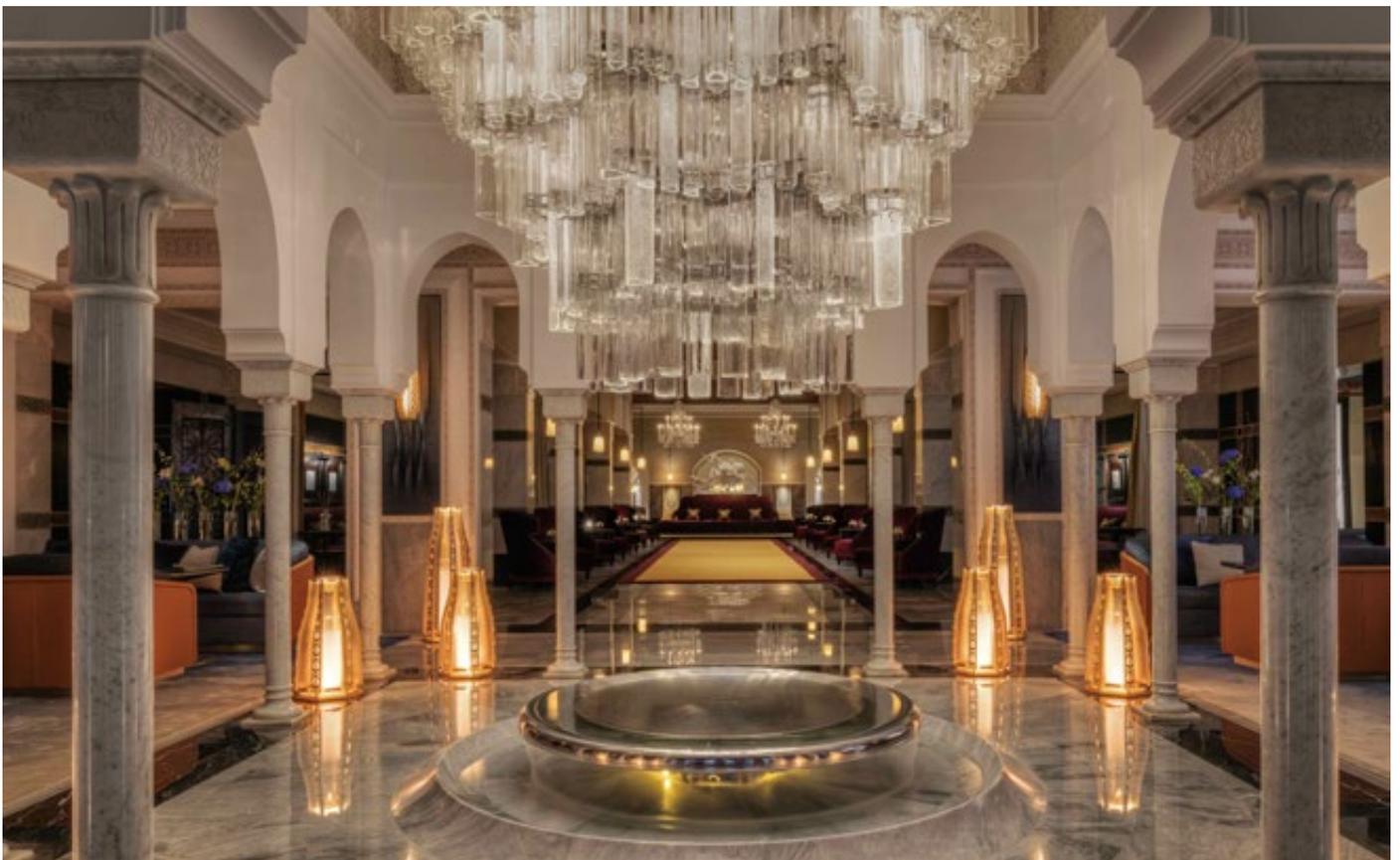
Près du Churchill a été créée une sublime salle de cinéma de 21 places aux confortables fauteuils bleus.

Le Pavillon de la piscine a également été rénové pour accueillir les brunchs du dimanche, les petits déjeuners et déjeuners. Un écrin façon boudoir est réservé aux desserts de Pierre Hermé.

Enfin trois tentes se dressent dorénavant entre le restaurant italien et la piscine. Pour Patrick Jouin, c'est « architecturalement la chose la plus nouvelle dans la rénovation. L'une d'entre elles abrite un escalier qui conduit à l'oenothèque. Là, il y a un lustre en cordes blanches et rouges (couleur du vin) réalisé avec des artisans marocains ». Dans l'oenothèque, une grande table invite à la dégustation. 2000 bouteilles d'exception servent de décor. La présence du bois apporte de la chaleur au lieu et ce lustre en cordes qui est une véritable oeuvre d'art enserme un puits de lumière, lumière qui tombe directement sur la table et joue avec les reflets du vin. Sublime ! Les deux autres tentes abritent des salons intimistes à l'abri des regards et de la chaleur offrant des trouées sur la végétation. Une belle réussite qui s'intègre parfaitement dans le paysage.

Une rénovation très réussie qui préserve le charme de la Mamounia tout en créant la possibilité d'une émotion, d'un souvenir. Une grande maîtrise de la lumière qui donne un nouvel éclairage à cet hôtel mythique qui avait besoin de se réinventer.

Origamimi en mode Fêtes



# Gaïa

## Le restaurant vegan de Casablanca

C'est d'abord à Marrakech que Mounir Brouskri a ouvert son premier restaurant vegan, végétarien à base de produits bios. La formule, plébiscitée par les touristes et les Marrakchis, a été dupliquée à Casablanca en novembre 2020, au Triangle d'Or, quartier où les boutiques de luxe font la joie des happy few. On y prend son petit-déjeuner, son déjeuner, un jus ou le thé avec une pâtisserie, après ou avant une session shopping.

Ici, la cuisine est vraiment 100% végétarienne et végétalienne, donc sans produits animaux (viande, œufs, laits, fromages ou beurre), elle peut même être sans gluten. « La force de Gaïa, c'est que nous avons notre propre potager dans la région de Marrakech, comme cela nous sommes sûrs que notre production de légumes est 100 % bio, nous contrôlons tout le circuit, de la graine à l'assiette » explique Mounir Brouskri.

### Une explosion de saveurs et de couleurs

La carte évolue aux rythmes des saisons et des envies et se compose de smoothie bowls, pancakes vegan, œufs Bénédicte, falafels, salades, soupes, bowls, tartines gourmandes, mezze, wraps, burgers, ramens...

Les desserts sont aussi de la partie avec l'incontournable Carrot Cake. Et les boissons au lait végétal (lait Matcha, lait de Dattes épicées...) et jus pressés à froid sont de véritables bombes vitaminées, énergisantes et désaltérantes.

### Local jusque dans la déco

Le cadre est reposant et intimiste, les couleurs pastels et les matériaux (rotin, carreaux de ciment, etc.), locaux, comme le contenu des assiettes...

Gaïa c'est aussi une épicerie fine qui propose des produits bio et naturels : farines sans gluten, de blé et millet, couscous (de cactus ou à la noix de coco), graines de chia, de lin, de quinoa (rouge, noir, or), miels de jujubier et de thym... On y trouve aussi des produits de producteurs locaux du Marché solidaire de Casablanca.

Le lieu idéal pour se faire du bien sans se ruiner.

Du lundi à samedi de 10h à 17h  
Tél. : 05 22 27 24 56 / 06 61 96 67 20

26, rue Point du jour (ruelle YSL). Triangle d'or. Casablanca





## UNBEATABLE TRUCKING AND TRANSPORT SERVICES

STARTING FROM LOADING TO UNLOADING  
AND MAINTAINING THE HIGHEST STANDARDS  
IN TERMS OF SAFETY WHILE IN TRANSIT, WE  
LEAVE NOTHING TO CHANCE.



119 BIR ANZARANE, EX DANTON RESIDENCE RAMZI B, 1 ER ETAGE  
CASABLANCA 20330, MOROCCO  
PHONE : +212 522 980 833 / +212 522 987 334  
FAX : +212 522 985 336  
EMAIL : INFO@TRANSFARO.COM

L'incontournable  
des  
Chefs Glaciers



**Delice**  
Gaufrettes roulées  
**Cigares**

