

40MAD / 5€ / 6\$

Juin 2021 - N°117

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

L'AVOCAT, L'OR VERT DU MAROC

LES RENDEZ-VOUS DE L'INDUSTRIE DÉDIÉS À
L'ÉCOSYSTÈME AGROALIMENTAIRE

Solutrans 2021, rendez-vous mondial de l'innovation

Le tourisme dans le nouveau modèle de développement

Marchica Lagoon Resort, la perle de l'Oriental

ON THE GROWTH TRACK

Ethiopia
agrofood



agro

AGRO
TECH
ETHIOPIA



food + bev tec



food ingredients



food + hospitality

4th International Trade Show

14 - 16
October 2021

Ethiopian Skylight Hotel
Addis Ababa, Ethiopia
www.agrofood-ethiopia.com

Book your stand now

Contact worldwide: Ms Dariah Pfaff
Tel.: +49 62 21 45 65 21 • d.pfaff@fairtrade-messe.de

ÉDITO N°117

L'été est bien là avec sa vague de chaleur : les plages sont à nouveau envahies par les baigneurs, la nature arbore ses teintes brûlées, les cafés accueillent les clients, les têtes de gondoles des supermarchés valorisent les jus de fruits et autres boissons estivales.

Les smoothies, barbotines, slushes bien glacées, laits frappés, remplissent les caddies des ménagères. Les rayons de fruits et légumes sont appétissants, les glaces et autres sorbets bien en évidence dans les frigos dédiés aux marques du secteur. Côté CHR, les terrasses de cafés jouent sur des coupes glacées aux noms évocateurs : Beach Ice, coupe Iceberg, Coupe Fraîcheur, Coupe Tropiques. Les enseignes nous proposent leurs célèbres cafés glacés et cafés frappés, les restaurateurs sortent leurs parasols et leurs tables. Pourtant l'ouverture des frontières à l'internationale et la reprise du tourisme restent timides et conditionnée aux pass sanitaires et tests PCR. Mais nous sommes tous décidés à rattraper le temps perdu pendant l'été !

Pour vous accompagner Resagro vous propose dans ce nouveau numéro un focus sur l'avocat, véritable or vert et culture en forte expansion, dont le Maroc est le 3e exportateur au monde. Au sommaire, nous évoquerons Les Rendez-vous de l'Industrie dédiés à l'écosystème agroalimentaire, organisée mardi 8 juin 2021, par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Economie verte et numérique, dont la deuxième édition était consacrée à l'agroalimentaire mettant en exergue le marché local, véritable levier de développement. Resagro revient également sur les outils d'aide



dans nos choix alimentaires qui nous informent sur les qualités nutritionnelles des produits en linéaire, avec un focus sur les deux plus connus: Nutri-Score et Yuka. Et comme chaque mois, les rubriques habituelles ainsi que le cahier Horeca qui vous livre les recommandations apportées par le rapport de la Commission Spéciale sur le Développement Economique, sur le tourisme, ainsi que le Marchica Lagoon Resort, idéalement situé face à la lagune et géré par la Mamounia.

Bonne lecture et bonnes vacances à tous !

Alexandre DELALONDE

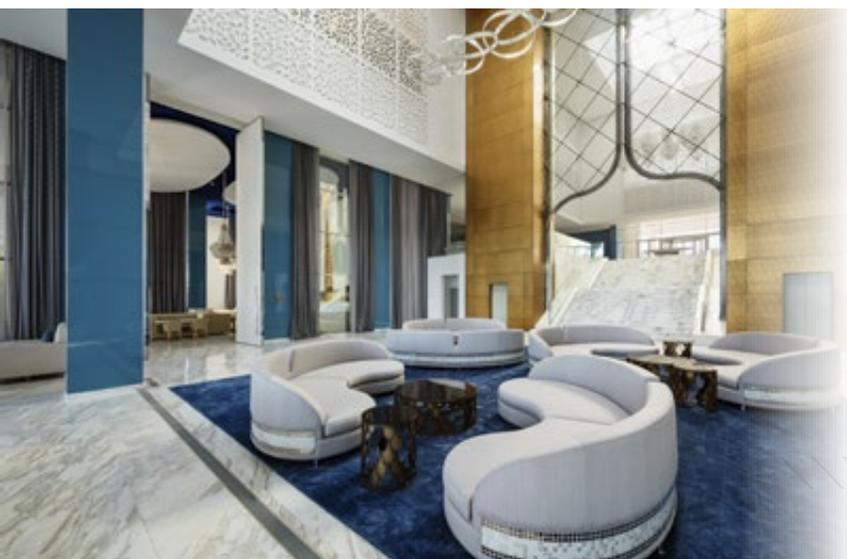
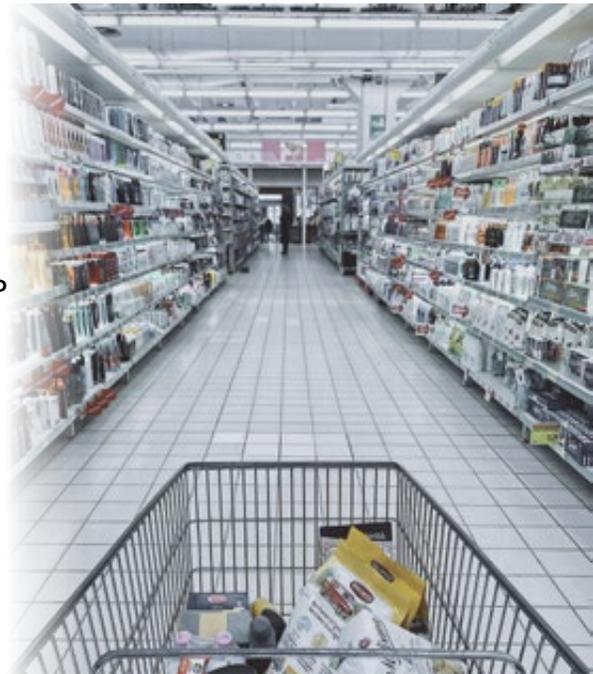
Resagro magazine

Compad, agence de communication BP 20028 Hay Essalam C.P - 20203 - Casablanca / Tél. : (+212) 522 249 239 / contact@resagro.com / www.resagro.com / RC :185273 - IF: 1109149 / ISSN du périodique 2028 - 0157 / Date d'attribution de l'ISSN juillet 2009 / Dépôt légal : 0008/2009 / Tous droits réservés.

Alexandre Delalonde Directeur de publication / **Valérie Tazi** Rédactrice en chef / **Mohamed El Allali** Directeur artistique - Chef de projets web / **Yves Hazette** Consultant en publicité yves.resagro@gmail.com / **Service commercial** contact@resagro.com / Tél. : (+212) 522 249 239 / (+212) 672 22 76 10 / (+212) 672 22 76 58 / **Dominique Pereda** Correspondante francophone dpereda@resagro.com pereda.resagro@gmail.com / **Fanny Poun** Correspondante anglophone fanny@resagro.com / **Laetitia Saint-Maur** Correspondante hispanophone laetitia@resagro.com / **Morad Qerqouri** Responsable distribution

SOMMAIRE

- 03 Edito
- 06 Périscope
- 12 Nouveaux produits
- 14 L'avocat, l'or vert du Maroc
- 19 Nutri-score, Yuka, à consommer avec ou sans modération ?
- 22 Chrono Diali, nouveau moteur du développement du e-commerce au Maroc
- 23 Solutrans 2021, rendez-vous mondial de l'innovation
- 24 Les Rendez-vous de l'Industrie dédiés à l'écosystème agroalimentaire
- 28 Recette : Le Pain perdu du Grand Café de la Poste
- 30 Horeca les news
- 34 Le tourisme dans le nouveau modèle de développement
- 38 Marchica Lagoon Resort, la perle de l'Oriental
- 40 La Cantine de Gauthier, nouveau rendez-vous des amateurs de bistronomie parisienne





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



Marinade & Assaisonnement

LIQUIDE ET POUDRE POUR
VOS VIANDES



Mixs & Ingredients

POUR VOTRE CHARCUTERIE ET
PRODUITS ELABORES



Bases Culinaires

SAUCES ET BASES POUR UN GOUT
EXCEPTIONNEL



Aromes Salé & Sucré

LIQUIDE ET EN POUDRE SELON
VOTRE UTILISATION



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

TEL:0522-59 25 93 / 86

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

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

La Vache qui rit®, fête ses 100 ans dans un éclat de rire



En 2021, La Vache qui rit® fête ses 100 ans en célébrant le rire et son pouvoir positif sur nos vies. Malgré son âge avancé, elle n'a pas pris une ride, et continue à afficher une expression hilare qui invite à voir la vie du bon côté !

Sa fameuse recette de fromage fondu, dans sa portion individuelle triangulaire, continue encore aujourd'hui de faire le bonheur des petits et des grands aux quatre coins du monde, et tout particulièrement au Maroc, où la marque iconique fait partie intégrante du patrimoine culinaire des foyers marocains depuis près de 60 ans.

Pour célébrer son centenaire, La Vache qui rit® lance une campagne internationale, mettant le rire à l'honneur à travers l'inoubliable Charlie Chaplin et tous les moments de la vie où un simple éclat de rire nous permet d'avancer en dédramatisant les petites et grandes difficultés. Pour porter ce message au Maroc, Fromageries Bel a choisi d'associer l'image de La Vache qui rit® à une légende du rire local : Abderrahim Tounsi, alias Abderraouf. La marque rend ainsi hommage à cette figure emblématique, aimée de tous, qui a accompagné plusieurs générations de Marocains dans la joie et la bonne humeur.

Une fois n'est pas coutume, dans le cadre de ces festivités, La Vache qui rit® proposera également un design inédit et en édition limitée de sa fameuse boîte ronde, entièrement rouge et blanche, très moderne, et mettant en scène une vache épurée dont on ne distingue jamais les contours en entier, mais où l'emphasis est mise sur ses

expressions : Sa bouche qui rit aux éclats ou ses yeux pétillants qui véhiculent la bonne humeur, parfois les deux !

Par ces initiatives, La Vache qui rit® souhaite rappeler à tous les bienfaits du rire pour le corps et l'esprit. Elle invite chacun d'entre nous à consacrer ne serait-ce qu'un petit moment de sa journée à rire et s'amuser.

Du fromage fondu La Vache qui rit® sain et savoureux dans le cadre d'une alimentation équilibrée, et du rire en quantité, voilà une combinaison gagnante pour une vie en bonne santé !

Banque de projets : l'agroalimentaire bien représenté

La banque de projets du ministère de l'Industrie a eu du succès auprès des opérateurs de l'agroalimentaire. Sur les 523 projets validés à ce jour, 122 concernent l'industrie agroalimentaire. Ils représentent un investissement total de 3,7 milliards de DH (MMDH) et permettront de créer 13100 emplois. Ils totalisent un chiffre d'affaires de 5,1 MMDH et un potentiel à l'export de 2,1 MMDH.



Danone se sépare de Vega

Dans le cadre de l'optimisation de son portefeuille d'actifs, Danone vient d'annoncer la cession de sa marque de produits nutritionnels d'origine végétale, Vega, au Canada et aux Etats-Unis, aux fonds générés par WM Partners, une société d'investissement privé américaine, spécialisée dans l'industrie de la santé et du bien-être.

L'incontournable
des
Chefs Glaciers



Delice
Gaufrettes roulées
Cigares



Le Groupe OCP décroche 100 M\$ pour renforcer la chaîne de valeur agricole africaine

Le groupe OCP et la Société financière internationale (International Finance Corporation - IFC) - membre du groupe Banque Mondiale, ont signé un accord de financement de 100 millions de dollars (M\$) pour renforcer la chaîne de valeur agricole africaine et développer des systèmes alimentaires durables. Ce partenariat permettra de soutenir les efforts du Groupe visant à consolider ses chaînes de valeur en Afrique, à contribuer au développement économique du continent et à favoriser l'émergence de systèmes alimentaires durables dans la région, indique un communiqué conjoint de l'OCP et l'IFC. "OCP Africa, filiale du Groupe OCP, s'appuiera sur ce financement à hauteur de 100 millions de dollars pour renforcer sa chaîne logistique et améliorer la disponibilité d'engrais adaptés aux sols et cultures locales, en Côte d'Ivoire, en Ethiopie, au Ghana, au Kenya, au Nigeria, au Sénégal et en Tanzanie", précise le communiqué. Les fonds serviront aussi au développement de nouveaux programmes d'accompagnement destinés aux agriculteurs locaux. Les deux partenaires ont également lancé des projets communs dans les domaines de l'amélioration de la gouvernance d'entreprise et la promotion de la diversité des genres. "Nous continuons de renforcer le partenariat stratégique entre le Groupe OCP et IFC. L'accord signé aujourd'hui témoigne des valeurs communes et du niveau élevé de confiance que partagent nos institutions. Nous sommes pleinement engagés pour générer une croissance durable et inclusive, tout en maximisant le potentiel des ressources en phosphate", a déclaré, Mostafa Terrab, Président-Directeur Général du Groupe OCP. "À travers ce nouvel accord, nous pourrions soutenir plus de cultures, plus d'agriculteurs, plus de communautés, plus d'écosystèmes, afin de mieux nourrir la planète. Nous concrétisons ainsi une nouvelle étape dans la réalisation de notre objectif commun de développer une agriculture durable en Afrique, qui permettra au continent de jouer pleinement son rôle en matière de sécurité alimentaire au niveau mondial", a-t-il ajouté. De son côté, Makhtar Diop, Directeur Général d'IFC a fait savoir que "ce partenariat avec OCP s'inscrit dans le cadre de la stratégie d'IFC visant à promouvoir l'intégration régionale à travers le soutien au développement d'un champion marocain en Afrique subsaharienne, ce qui créera des emplois et encouragera le transfert de technologies". Grâce à ce partenariat, les petits producteurs pourront accéder à des pratiques agricoles intelligentes sur le plan climatique, ce qui leur permettra d'améliorer leur productivité et ainsi leurs moyens de subsistance, a expliqué M. Diop, notant que ceci permettra également aux communautés locales d'être plus résilientes face aux effets du changement climatique.



Green Day Attijariwafa bank : « initiation à l'agriculture urbaine »

À l'occasion de la Journée mondiale de l'Environnement, célébrée chaque année le 5 juin, Attijariwafa bank a organisé, en collaboration avec l'association Toit En Vert (qui crée des espaces verts, jardins et potagers en milieu urbain), un « Green Day » sous forme d'ateliers, afin de faire découvrir l'agriculture urbaine à ses collaborateurs et de les sensibiliser sur son impact positif sur l'environnement. Au cours de ces ateliers d'introduction à l'agriculture urbaine, ils ont été initiés aux techniques de végétalisation des toits et ont installé le premier jardin potager urbain de la banque. Cet événement, qui s'est déroulé sur l'une des terrasses du Siège Social du Groupe à Casablanca, s'inscrit dans la démarche engagée du Groupe depuis plusieurs années en matière de RSE et dans la continuité de la campagne de sensibilisation des collaborateurs à la protection de l'environnement et leur adhésion aux projets à fort impact environnemental conduits par le groupe Attijariwafa bank.



L'intervention des intermédiaires en fruits et légumes limitée

Présenté par le ministre de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts, Aziz Akhannouch, le projet de loi visant à édicter des mesures spéciales relatives à la commercialisation directe des fruits et légumes dans le cadre de l'agrégation agricole a été adopté. Ce projet de loi permettra aux agriculteurs disposant d'unités de conditionnement de fruits et légumes de commercialiser leurs produits sans l'obligation de passer par les marchés de gros, ainsi que de limiter l'intervention des intermédiaires. Il permettra également d'offrir au citoyen



marocain des fruits et légumes qui sont conditionnés et commercialisés conformément aux normes de sécurité sanitaire et de qualité, comme c'est le cas pour les produits destinés à l'exportation.



STEAP stailor

STEAP STAILOR votre interlocuteur
Process au Maghreb et en Afrique, pour
vos installations Process agroalimentaires,
cosmétiques et pharmaceutiques.

STEAP STAILOR MAGHREB
469 avenue Ambassadeur Ben Aicha, Roches Noires
20290 Casablanca – Maroc
T. +212 (0) 522 24 88 76 - F. +212 (0) 522 24 88 82
E. l.laraqui@steapstailor.com - S. www.steapstailor.com

Les Domaines s'engagent pour une gestion écoresponsable de l'environnement

A l'occasion de la Journée Mondiale de l'Environnement, Les Domaines Agricoles ont lancé, la semaine du 5 juin 2021, un programme annuel de plantation de 2 500 arbres par ses collaborateurs.

Cette initiative s'inscrit dans le cadre du mouvement international parrainé par l'ONU « #GenerationRestauration » qui vise à faire la paix avec la nature : les objectifs de la Décennie des Nations Unies pour la restauration des écosystèmes visent à prévenir et à mettre fin à la dégradation des écosystèmes, cause majeure des changements climatiques et de l'extinction massive de la flore et de la faune. Lancé sous le hashtag #LesDomainesEngagés et le leitmotiv « Un collaborateur, Un Arbre », le programme de sensibilisation à la protection de l'environnement mis en œuvre par Les Domaines Agricoles met à contribution l'ensemble de ses collaborateurs pour la plantation dans des zones incultivables d'arganiers, caroubiers et cactus. Ces espèces endémiques, résilientes à la sécheresse et peu consommatrices d'eau permettent, en stockant le CO2, de limiter l'impact du réchauffement climatique et de faire du bien à notre planète. Le Groupe a également mis en place une Charte de Bonne Conduite Ecologique et diffusé une vidéo dédiée à la sensibilisation à l'environnement de manière générale.

Cette initiative puise son essence de la Charte de Développement Durable du Groupe, dont les principes fondateurs ont permis de dégager trois axes de développement qui sont au cœur de la politique environnementale et sociale de l'entreprise : la conformité aux normes et référentiels environnementaux les plus stricts, la durabilité des systèmes de production de l'entreprise et la réduction conséquente de l'impact des activités du Groupe sur l'environnement.

Afin d'atteindre ses objectifs, Les Domaines Agricoles ont adopté une démarche éthique et responsable qui est à la fois prospective et inscrite dans la durée.

Elle vise le respect de l'Homme et de la Nature à travers, d'une part, la protection de l'environnement pour les générations futures, tout en plaçant, d'autre part, le volet social et sociétal au cœur de ses activités. Ce double engagement est conforté par une gouvernance écoresponsable et intégrée à l'ensemble de l'échelle des valeurs qui anime le management global de l'entreprise.

C'est en ce sens que Les Domaines Agricoles ont entrepris de nombreuses actions structurantes qui reflètent son engagement et ses objectifs stratégiques dont, notamment :

- la gestion des déchets solides par le tri, la collecte et la valorisation des déchets ;
- le compostage grâce à la valorisation des déchets organiques ;
- l'efficacité énergétique via l'optimisation de la consommation énergétique au niveau de ses sites ;
- le recours aux énergies renouvelables ;
- la gestion optimisée de la ressource eau ;
- l'agriculture et l'élevage raisonnés moyennant la diminution de l'utilisation des intrants chimiques et en privilégiant la santé et la sécurité des consommateurs ;
- la pratique d'une agriculture sans glyphosate et d'élevages sans soja ;
- le reboisement des zones incultes
- la lutte biologique grâce à l'utilisation des auxiliaires (insectes amis) ;
- l'engagement social et sociétal au niveau de ses zones d'implantation.

Précurseurs de l'agriculture bio, Les Domaines Agricoles offrent une gamme diversifiée de produits biologiques qui en font l'un des principaux acteurs de l'agriculture biologique au Maroc. Entre les agrumes, les fruits et légumes, les céréales, les huiles d'olive et d'argan, les plantes aromatiques et l'aquaculture, ce sont plus d'une centaine de produits certifiés bio que le Groupe propose.



Le Maroc "champion mondial" de l'énergie propre



L'ONU classe le Maroc parmi une trentaine de pays annoncés comme "champions mondiaux" du Dialogue de haut niveau des Nations-Unies sur l'énergie.

Selon les Nations-Unies, les champions mondiaux participeront à sensibiliser et à donner l'exemple à travers des actions et engagements sur les cinq thèmes choisis pour le Dialogue. Ces cinq thèmes choisis sont axés sur l'avancement de progrès substantiels sur l'accès à l'énergie ; la transition énergétique ; la réalisation des ODD grâce à des transitions énergétiques justes et inclusives. Mais aussi autour des moyens d'atteindre ces objectifs cruciaux à travers l'innovation, la technologie et les données, et le financement et l'investissement.

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



Maggi donne du peps aux aides culinaires

Numéro un des aides culinaires, Maggi lance une gamme de huit préparations pour réaliser facilement des plats en ajoutant des produits frais. Au menu : penne à la toscane, risotto aux champignons ou aux légumes, poulet à la thaï, wok de bœuf, cabillaud à la provençale, poulet sauté façon basquaise et spaghettis bolognaise.

Le mode d'emploi proposer permet de réaliser des recettes notées A ou B après préparation. Les produits, élaborés avec des légumes, des herbes et des épices, se présentent sous forme de pâte humide, en sachet mono-dose. Ils sont recommandés au prix de 0,90 € pour 65 g.

En parallèle, Maggi innove avec des marinades en bouteille verre destinées à agrémenter une poêlée. Une cuiller à soupe est recommandée pour relever le plat. La gamme compte trois recettes : méditerranéenne, forestière et asiatique. PMC : 1,79 € pour 210 g. De quoi rendre le rayon aides culinaires plus tendance.

St Michel : Accessibilité du bio

La marque poursuit le développement de sa gamme bio avec la déclinaison de ses Cocottes chocolat et graines en version biologique, sans augmenter le prix. Une vraie réponse,...



Avec sa nouvelle boisson, Bjorg dit oui au végétal !

Un tiers des consommateurs de lait de vache se dit prêt à passer au végétal. Archi leader des laits végétaux bio, Bjorg enrichit sa gamme avec une recette inédite, baptisée « Oui au végétal ». Cette boisson à base de riz, de coco et de soja est pauvre en matières grasses, sans sucres ajoutés et notée B au Nutri-Score.

Elle est conditionnée dans un emballage composé à 88% de matière végétale et un bouchon fabriqué à partir de canne à sucre. Le leader du bio promet une alternative au lait de vache avec une utilisation similaire : à boire et à utiliser en préparation salées ou sucrées. Le design de la brique est d'ailleurs très proche des codes du lait classique. PMC : 1,70 € pour 1 litre.



Bio Planète : Déclinaisons d'or vert

Première huilerie bio d'Europe, l'Huilerie Moog transforme noix, fruits, graines, pépins et noyaux en huiles bio à travers sa marque Bio Planète, disponible en réseau spécialisé. À découvrir,...

Perrier lance Perrier Energize, première boisson énergisante bio à la caféine extraite de grains de café vert et de Yerba Mate.

Cette nouvelle boisson aux arômes naturels de fruits, faible en calories et à haute teneur en caféine existe aux saveurs Grenade, Pamplemousse et Mandarine. Conditionné en Slim Can de 33 cl, Perrier Energize délivre la juste dose d'énergie à tout moment de la journée.

Sa composition simple, à base d'eau minérale naturelle (92%) et avec autant de caféine qu'une tasse de café (99mg) permet en effet de rester au top de ses capacités, peu importe son activité !



Pour répondre aux exigences de la restauration collective en matière de goût et de qualité, Alsa innove et lance deux nouvelles préparations pour flans bio – les 1ères du marché.

Simple et sains, les Entremets Flan au chocolat bio (pack de 1,1 kg / 100 portions de 111 g) et à la vanille bio (pack de 900 g / 100 portions de 109 g) à l'arôme naturel de vanille permettront aux chefs de varier la carte des desserts.

Fabriquées en France à partir d'ingrédients bio, ces références disponibles dès juin 2021 rejoignent toute une gamme Alsa bio déjà existante (panna cotta, crème caramel ou chocolat, clafoutis, mousse au chocolat, crème brûlée...).

Simple à mettre en œuvre, ces nouveaux desserts sont spécifiquement adaptés aux contraintes d'une cuisine professionnelle ainsi qu'aux usages et législations appliqués en restauration collective.

Sans conservateur, arôme/colorants artificiel, exhausteur de goût, gélatine de porc ni huile de palme, ils répondent d'ores et déjà aux réglementations prévues en restauration collective pour 2022, à savoir l'intégration de 50% de produits de qualité ou durables dont 20% de produits bio.

Nestlé à la conquête des produits du monde

La marque Mezeast fait son entrée au rayon cuisine du Moyen-Orient. Nestlé est à la manœuvre et lance dix références, dont trois kits permettant de démocratiser des recettes encore peu connues : falafel, shawarma et kofta. Chaque kit contient des wraps de blé, un mélange d'assaisonnements spécifique et deux sauces, une à étaler et une autre destinée à agrémenter une salade en accompagnement. Au consommateur d'ajouter de la viande, des pois chiches et quelques légumes.

Pour les initiés, les assaisonnements inclus dans les trois étuis sont aussi proposés en format individuel. S'y ajoute un quatrième sachet pour préparer du houmous. Enfin, deux sauces (tahini au sésame grillé, toum à l'ail intense) et un paquet de huit wraps viennent compléter la gamme. Arborant une couleur turquoise flashy, les produits Mezeast ne manquent pas d'impact en linéaires.



L'avocat, l'or vert du Maroc

Le marché de l'avocat est en pleine croissance depuis une douzaine d'années, mais n'a pourtant pas encore atteint son plein potentiel. Le Maroc, 3e exportateur africain derrière le Kenya et l'Afrique du Sud, fait partie des pays producteurs et exportateurs qui profitent de cet engouement.



Réputé pour ses bienfaits alimentaires, ce fruit exotique d'origine guatémaltèque est aujourd'hui principalement exploité au Mexique, au Chili et en Afrique.

C'est le 6ème fruit le plus importé au monde après la banane, le raisin, la pomme, l'orange et l'amande. Passant de moins de 2.000 tonnes en 2010 à près de 33.000 tonnes en 2019, le Maroc s'est hissé au rang de troisième exportateur africain derrière le Kenya et l'Afrique du Sud (qui enregistrent respectivement près de 50.000 et 40.000 tonnes). La proximité, de l'Europe avec seulement quatre jours de transit, et la haute qualité des avocats font du Maroc un fournisseur intéressant par rapport aux pays sud-américains.

Une culture en forte expansion

La superficie plantée est estimée à plus de 7000 hectares. Les côtes du pays, de Larache à Rabat sont les principales régions de production car elles offrent un climat propice à la culture de l'avocat qui ne supporte pas le froid. La température moyenne de croissance est comprise entre 12,8 et 28,3°C avec un optimum à 25°C pour les mois les plus chauds et 15°C pour les mois les plus froids. Le Gharb représente à lui seul 86M de la superficie nationale avec près de 6000 hectares plantés. Trois variétés sont présentes au Maroc : la Hass réputée pour sa peau épaisse est exportée parce qu'elle tient longtemps, la Fuerte et la Zunato à peau fine sont réservées au marché local.



La récolte se fait entre septembre et mai, période à laquelle l'avocat n'est pas disponible dans d'autres pays. La Zunato est la plus précoce, récoltée entre mi-octobre et mi-décembre, et la Hass la plus tardive, récoltée entre début mars et mi-mai. Le prix moyen à la sortie du verger est d'environ 7dh le kilo. A l'exportation ce prix peut atteindre jusqu'à 20 dh le kilo si on ajoute la main d'œuvre, le transport et l'emballage. Plus de 40.000 tonnes d'avocat sont produites chaque année au



L'avocat, super aliment

L'avocat a de nombreuses propriétés nutritives et gustatives. Sa chair onctueuse fond en bouche et son goût de noisette ravit les palais. Il contient de nombreux nutriments : Oméga 3 qui régulent les niveaux de cholestérol et réduisent le risque des maladies cardiaques, acide folique, magnésium, potassium, lutéine et fibres dans des quantités considérables. Il détient également des vitamines A, C, D, E, K et d'autres du groupe B. Comme si ce n'était pas assez, nous pouvons également lui attribuer la présence de cuivre, manganèse et fer. En résumé, la consommation régulière de ce fruit apporte énormément de nutriments nécessaires et bénéfiques pour l'organisme.

Maroc, dont environ 20.000 tonnes exportées principalement vers les pays d'Europe. Les principaux pays importateurs sont la France et l'Espagne. des pratiques déloyales sont exercées par les importateurs espagnols. Les Espagnols achètent le produit sur pied et changent le pays d'origine quand l'avocat arrive dans leurs stations de conditionnement, pour l'exporter en tant que produit espagnol, ce qui constitue une pratique déloyale.



Pour répondre à la demande croissante du marché intérieur et de l'international, plusieurs centaines d'hectares ont été plantés ces dernières années. Il faut compter trois à quatre ans pour obtenir des avocats, ce qui fait que de nombreux agriculteurs vont entrer en production. La production d'avocats risque ainsi de doubler pour atteindre 80 000, voire 100 000 tonnes par an. Pour la Saison 2020-2021, la région de Rabat-Salé-Kénitra





prévoit une production de 60 000 tonnes, soit + 37 par rapport à la saison précédente. Cette progression est attribuable aux efforts entrepris dans le cadre du «Plan Maroc Vert» (PMV) pour la fourniture en plants de qualité, la promotion des fruits dans l'UE qui absorbe la quasi-totalité des exportations et les subventions publiques accordées aux exploitants. De plus, la société Mehadrin, plus grande productrice et exportatrice d'agrumes et de légumes d'Israël vient de signer un accord avec le Maroc, lui donnant le droit de planter des avocats dans le royaume. La société mettra en œuvre le projet dans le cadre d'un accord conjoint avec une entreprise marocaine et les deux investiront 80 millions de dirhams (8,9 millions de dollars) au cours des trois premières années du projet.

Une culture gourmande en eau
Cependant, la culture de l'avocat est très gourmande en eau.

Les besoins de l'avocatier sont de 1000 à 1200 mm par an, le déficit hydrique doit être compensé par l'irrigation de Mai à Octobre. L'avocatier étant sensible aux sels, une eau contenant 100 ppm de chlore doit être utilisée avec précaution. Est-il alors pertinent d'accroître sa production alors que le pays est fortement exposé à un risque de stress hydrique ? Certains professionnels considèrent que la culture se trouvant dans des régions où le problème de l'eau ne se pose pas, il faut continuer à exporter ce produit pour récolter des devises qui permettent aux agriculteurs de maintenir la main-d'œuvre. D'autres pensent que cette production va finir par assécher la nappe phréatique. Nous ne disposons pas d'étude prospective sur la question. L'avenir nous dira si cette culture pourra se maintenir sur nos terres.

Source : Fédération interprofessionnelle de la filière de l'arboriculture fruitière au Maroc (Fedam).

Nutri-score, Yuka, à consommer avec ou sans modération ?

Additifs nocifs, ingrédients indésirables, les consommateurs sont aujourd'hui armés pour connaître les dessous de leurs produits alimentaires préférés : il leur suffit de dégainer leur téléphone pour savoir s'ils doivent mettre dans leur chariot la sauce tomate à la ricotta qui leur fait de l'œil ou la laisser dans le rayon. Resagro vous dit tout sur les outils qui nous aident à nous orienter au milieu d'une offre alimentaire toujours plus riche, d'informations nutritionnelles toujours plus nombreuses et parfois contradictoires. Focus sur les deux plus connus : Nutri-Score et Yuka.



Plusieurs applications ont pour vocation d'accompagner les consommateurs rayon après rayon et de leur faire éventuellement modifier leurs habitudes d'achat. Pas à pas, à l'aide de son smartphone et d'un simple clic, il semble désormais possible de privilégier les produits qui nous veulent du bien.

Le Nutriscore, le logo aux cinq couleurs

Mis en place en France en 2017 par l'Agence Nationale de Sécurité Sanitaire (ANSES) et le Haut Conseil de la Santé Publique (HCSP), le Nutri-Score a depuis été adopté par plusieurs pays européens. C'est un logo apposé sur les emballages, il s'appelle le Nutri-score, un système d'étiquetage à cinq niveaux, allant de A à E et du vert au rouge, établi en fonction de la valeur nutritionnelle d'un produit alimentaire. Son but est de favoriser le choix de produits plus sains par les consommateurs, en indiquant de façon simple, la qualité nutritionnelle des aliments. Cet étiquetage participe ainsi à la lutte contre les maladies cardiovasculaires, l'obésité et le diabète. Le calcul se base sur ce qu'on appelle les macro-nutriments et la quantité d'énergie présente dans le produit : les nutriments et les aliments à favoriser comme les fibres, les protéines, la quantité de fruits ou de légumes, font monter la note de la recette ; et les nutriments à consommer avec modération comme les acides gras saturés, les sucres, le sel, font, quant à eux, baisser la note. Pour tenir compte des spécificités de certaines familles d'aliments telles que les matières grasses ajoutées (beurre, huile), les fromages ou encore les boissons, la méthode de calcul du score a été adaptée. À quelques exceptions près (herbes aromatiques, thés, cafés, levures, miel, etc.), tous les produits transformés et les boissons sont concernés par le Nutri-Score. Les produits non transformés, comme les fruits et légumes frais, le poisson frais

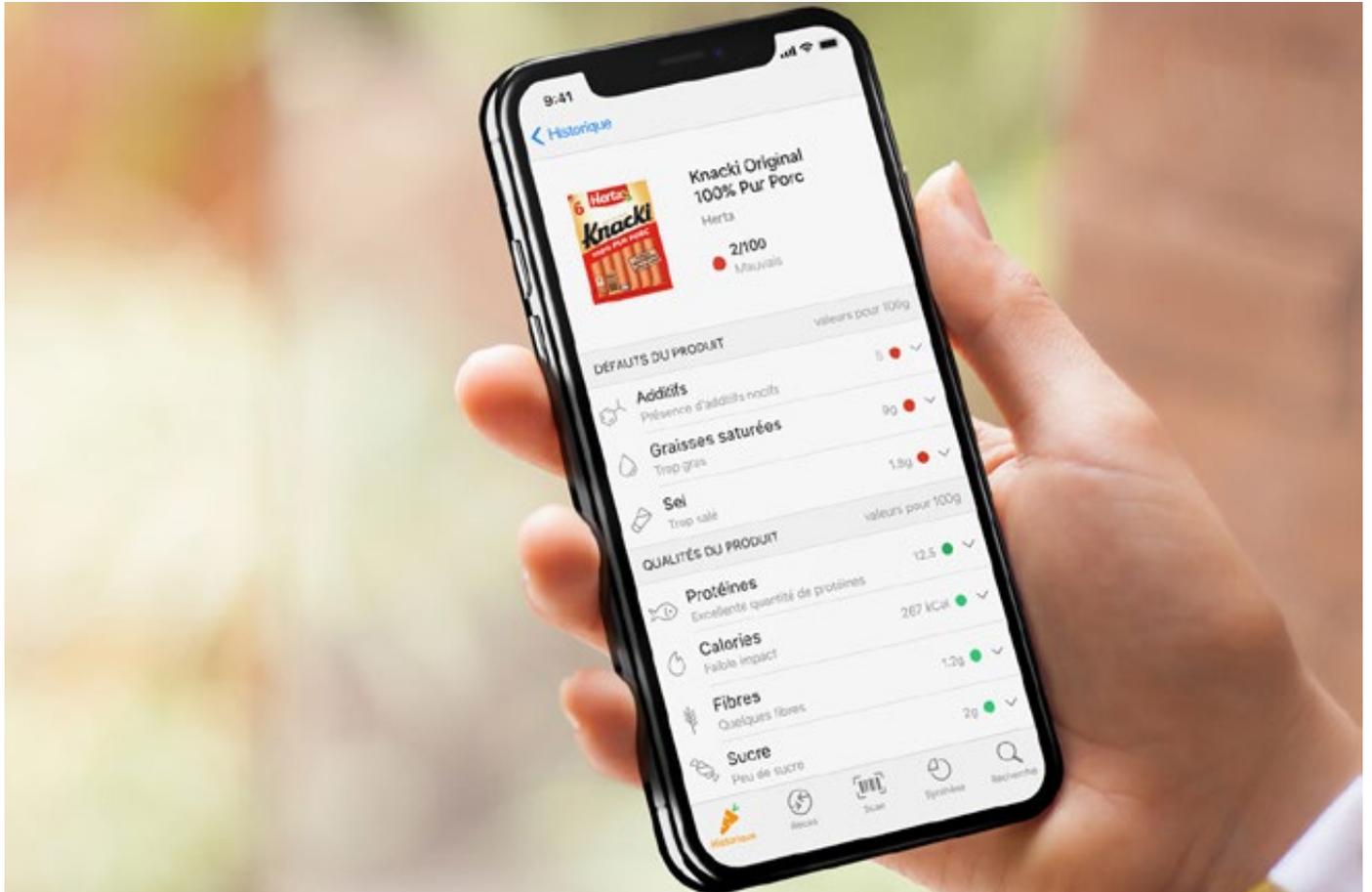
Kwalito gère votre régime ?

Kwalito se distingue des autres applications en proposant de définir en amont le style de régime que l'on veut suivre. Sans huile de palme ? Sans additifs toxiques ? Sans gluten ? Sans lactose ? Sans arachide ? Sans fruits à coque ? Pour femme enceinte ? Végétarien ? Végétalien ? Aussitôt ces critères définis, l'application indique au consommateur si le produit lui convient ou non.

ou les boissons alcoolisées, ne sont en revanche pas notés.

Il faut savoir que cet étiquetage nutritionnel est facultatif et repose sur le volontariat des entreprises et que le droit d'utiliser le Nutri-Score est délivré gratuitement. Au-delà des produits préemballés, il est également prévu cette année d'adapter le Nutri-Score à la restauration hors foyer et à la vente de produits en vrac pour répondre à une attente forte des consommateurs et des professionnels dans ces secteurs.

En France, plusieurs études ont été menées par Santé publique France afin d'évaluer l'utilisation et la notoriété du Nutri-Score. En juillet 2020, 415 entreprises étaient engagées dans la démarche Nutri-Score en France, dont les parts de marché représentent environ 50% des volumes de vente. Désormais, c'est près de 500 entreprises qui se sont engagées en faveur du logo. Près de 94% des Français ont déclaré être favorables à sa présence sur les emballages. Plus d'un Français sur deux déclare avoir



changé au moins une habitude d'achat grâce au Nutri-Score. Les autorités compétentes de France, Belgique, Allemagne, Luxembourg, Pays-Bas, Espagne et Suisse viennent d'annoncer la mise en place d'un mécanisme de coordination transnationale pour faciliter l'utilisation de l'étiquetage nutritionnel Nutri-Score sur la face avant des emballages.

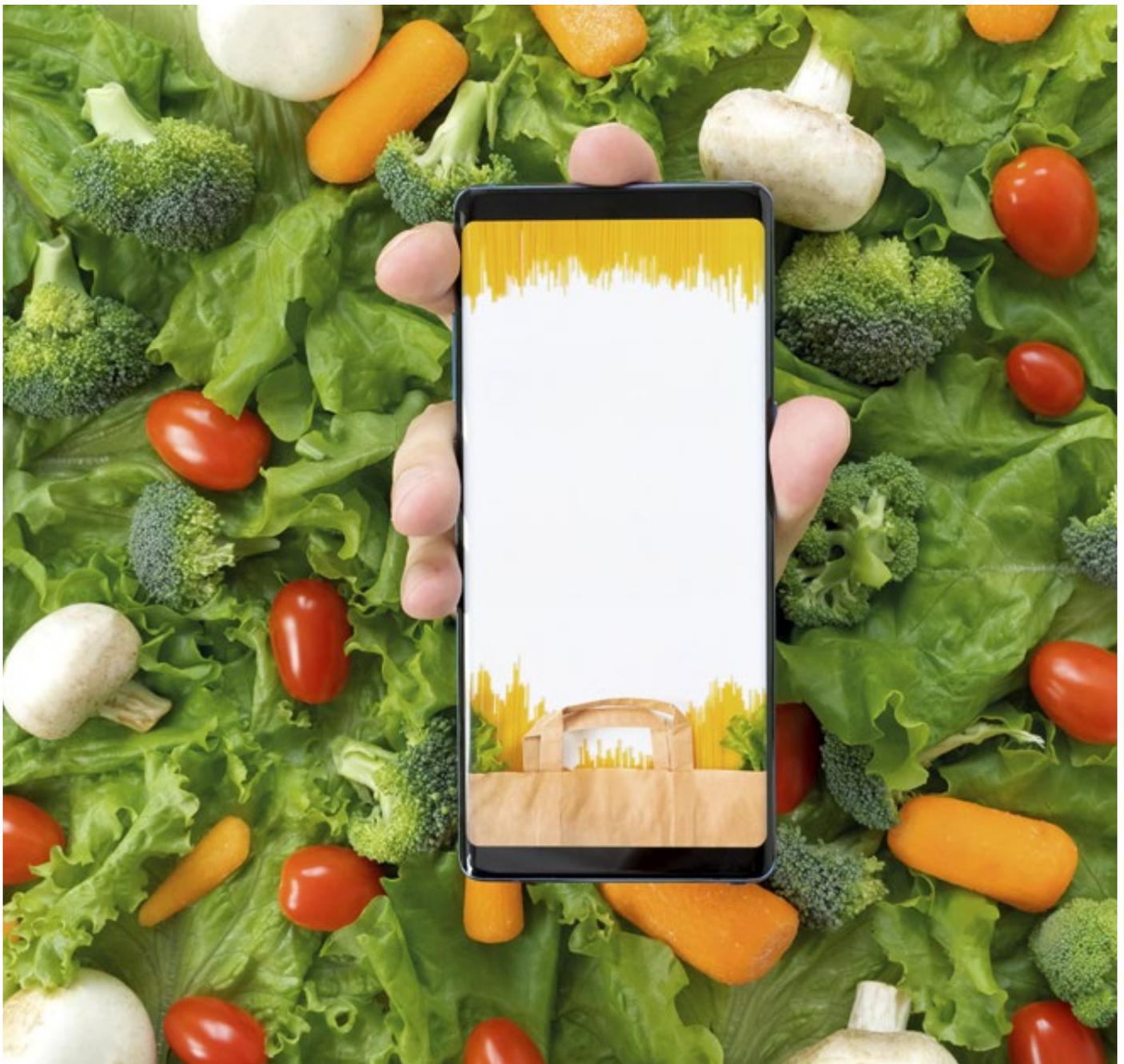
L'étiquetage nutritionnel étant souvent difficile à décrypter, le Nutri-score apporte une information simple et facilement déchiffrable. D'autre part il incite les fabricants à améliorer leurs recettes.

Toutefois, le système a ses limites. Le Nutri-score n'évalue pas la qualité des ingrédients. Si on remplace le sucre d'une recette par un édulcorant (considéré comme un additif et dont les effets négatifs pour la santé ont été prouvés) on améliore la qualité du produit. Avec cette règle, le Coca Zéro obtient ainsi une note B en Nutri-Score... Le Nutri-Score ne prend pas en

Même McDonald's s'y met

Cet été, le numéro 1 de la restauration rapide en France déploiera le Nutri-Score progressivement sur son site internet, sur son application et sur les bornes de commande dans ses points de vente. "C'est une nouvelle étape dans l'engagement de McDonald's sur la transparence nutritionnelle, initié il y a plus de 15 ans", s'est félicitée l'enseigne.

compte l'utilisation d'additifs qui permettent de transformer les recettes pour avoir une meilleure note. En maîtrisant la méthode de calcul, il est assez simple pour les industriels de "tricher" pour avoir une meilleure note. Certains ajoutent ainsi des fibres à



une recette, pour qu'elle ait un meilleur impact sur la santé. Le calcul du Nutri-Score se fait pour 100 g d'ingrédients et non à la portion. Si on prend la moutarde, elle affiche un Nutri-score de C car elle est assez salée, mais au cours d'un repas on consomme en moyenne 30 g de moutarde, ce qui divise par 3 la quantité de nutriments réellement ingérée.

Yuka, décrypteur d'étiquettes

Yuka, l'application smartphone créée par trois jeunes entrepreneurs en janvier 2017 permet d'évaluer la qualité nutritionnelle des aliments. Téléchargée par plus de dix millions d'utilisateurs, elle donne un avis sur la qualité des produits que l'on scanne en se fondant sur la base de données Open Food Facts, sorte de Wikipédia renseigné par les consommateurs eux-mêmes. La plateforme détermine ce verdict en fonction tout d'abord de la qualité nutritionnelle des produits : quantité d'énergie, de graisses saturées, de sucres, de sel, de fruits et légumes, de fibres et de protéines... La méthode de calcul repose sur le Nutri-score. 30 % de l'évaluation porte également sur la présence d'additifs nocifs dans le produit, et 10 % de celle-ci est basée sur la nature bio ou non de celui-ci. Le résultat est une triple cotation : une note sur 100, un code couleur (vert, jaune, orange, rouge) et un adjectif (excellent, bon, médiocre, mauvais). Lorsque l'évaluation est négative, Yuka recommande un produit équivalent meilleur pour la santé. De quoi inquiéter l'industrie agroalimentaire, puisque d'après un sondage commandé par Yuka, 92 % des utilisateurs qui scannent à l'épicerie un produit noté rouge le reposent. Cependant, il faut rester vigilant car on retrouve dans Yuka les mêmes biais que dans le Nutri-Score, notamment quant à la qualité des ingrédients, le calcul au 100 g et non à la portion et la même sensibilité aux "astuces" comme l'ajout de fibres. Exemple : des olives bios sont mieux cotées même si elles ont plus salées que des non-bios.

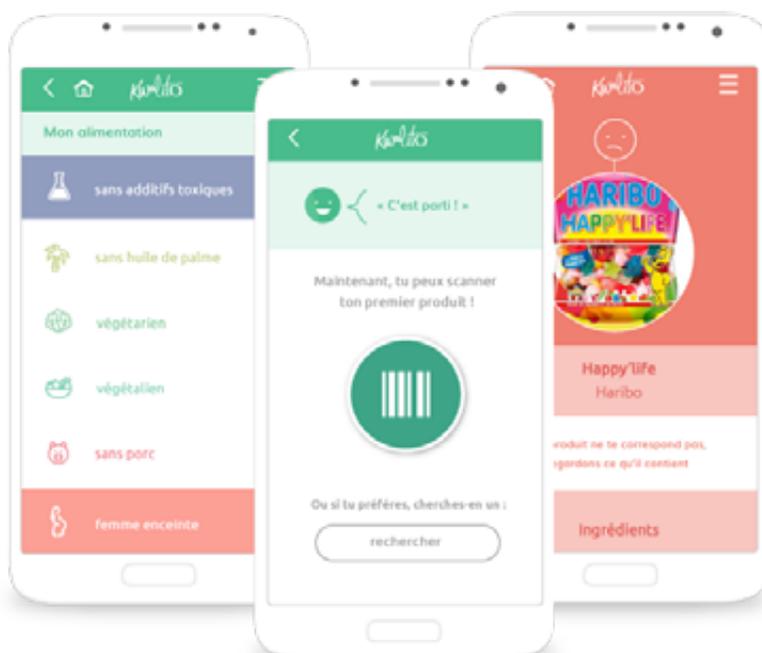
Une mauvaise note ne veut pas forcément dire qu'un produit est mauvais. Ces scores aident à identifier certains produits aux profils nutritionnels déséquilibrés mais se révèlent surtout utiles pour comparer des produits similaires. Des produits "caloriques ou salés", comme le chocolat, le fromage, les huiles, affichent



souvent des notes médiocres, alors qu'ils ont des nutriments, des vitamines et des minéraux importants pour l'organisme (les matières grasses, notamment, sont très importantes). Consommées en excès, ils favorisent tous les problèmes liés à une alimentation déséquilibrée. Mais manger sainement est avant tout une question d'équilibre. La règle des 3V d'Anthony Fardet est une bonne ligne de conduite à suivre pour se simplifier la vie :

- **Vrai** : manger des produits vrais, c'est-à-dire pas ou peu transformés
- **Varié** : varier les ingrédients et les produits
- **Végétal** : favoriser les produits végétaux (qui devraient idéalement constituer 85% de nos calories quotidiennes)

Source : Etude de l'Observatoire de la qualité de l'alimentation « Suivi du Nutri-Score par l'Oqali – Analyse à 3 ans – Edition 2020 »



- 1 Définissez vos contraintes ou préférences alimentaires.
- 2 Scannez un code-barre ou recherchez un produit
- 3 Sachez immédiatement si celui-ci vous convient ou pas.

Livraison de colis à domicile : Chrono Diali, nouveau moteur du développement du e-commerce au Maroc

Chrono Diali démocratise l'accès aux services de livraison et de logistiques pour accompagner le développement du secteur du e-commerce au Maroc.



Cette joint-venture entre Barid Al Maghrib et Geopost, leader multinational du développement des solutions logistiques, s'assoit sur une combinaison efficace entre les meilleures pratiques du métier de la messagerie et les dernières technologies logistiques. Résultat ? Une offre complète, compétitive et résolument technologique répondant aux besoins des grandes enseignes du e-commerce comme des petits commerçants ainsi qu'aux plus hautes exigences de qualité des clients finaux.

Un système logistique rodé

Fort d'une couverture nationale très étendue, Chrono Diali déploie un système logistique digitalisé qui a fait ses preuves en Asie du Sud, marché similaire au Maroc à plusieurs aspects, dont notamment la prépondérance de l'usage du cash à la livraison. Agile, ce système ressort le meilleur de l'expertise opérationnelle des équipes à travers des innovations technologiques et organisationnelles. Ainsi, et grâce à l'engagement et la crédibilité de Barid Al Maghrib, les opérateurs du e-commerce, qu'ils soient une grande entreprise ou un petit commerçant à ses débuts sur le digital, peuvent se consacrer totalement au développement de leurs activités tout en garantissant à leurs clients et à leurs équipes une traçabilité en temps réel des envois et livraisons et une qualité de service dépassant les standards internationaux. La vocation de Chrono Diali est de réduire au maximum l'effort de ses clients et de digitaliser complètement leur parcours. Il suffit, effectivement, aux clients de produire quelques clics pour que leur colis soit collecté depuis leurs locaux pour être ensuite livré vers leurs destinataires.

Qui est Chrono Diali ?

Une joint-venture entre Barid Al Maghrib (51%) et Geopost Intercontinental (49%), branche du groupe français La Poste. Doté d'un capital de 30 MMDH, il est à la fois transporteur et fournisseur de solutions logistiques joignant les meilleures pratiques du métier de la messagerie au savoir-faire et aux technologies logistiques les plus pointues au monde. La création de Chrono Diali a obtenu l'autorisation du Gouvernement publiée au Bulletin officiel du 23 janvier 2020.

Une formule "clé en main" en cash ou par TPE

Afin de s'adapter aux besoins de ses clients, Chrono Diali a formulé son offre en un pack de services couvrant toutes les interactions possibles avec le commerçant et le client final. Et ce, à partir de la collecte des colis auprès de l'expéditeur, la mise à disposition de preuves de livraison ainsi que les retours et contre-remboursement (COD). Mieux encore et exclusivement chez Chrono Diali, tous les moyens de paiements sont possibles. Les clients peuvent payer par cash ou par carte bancaire. L'ensemble de ces prestations est réalisé dans les meilleurs délais et à des coûts hautement compétitifs. Et cela est bien grâce à de compétentes équipes marocaines, profitant d'une expertise internationale dans le secteur du e-commerce.



Solutrans 2021, rendez-vous mondial de l'innovation

À huit mois de son ouverture, la nouvelle édition du salon SOLUTRANS, carrefour mondial du véhicule industriel et urbain (16-20 novembre 2021 - Lyon Eurexpo), s'inscrit dans une dynamique positive et s'annonce sous les meilleurs auspices.

Avec 70 % de sa surface déjà réservée à ce jour et un hall supplémentaire, le salon mobilise plus que jamais les acteurs de toute la filière et propose une offre et un contenu encore plus riches.

Seul événement européen d'ampleur du secteur en 2021, SOLUTRANS sera sans conteste le rendez-vous international de la reprise et de l'innovation, en lien avec la transition énergétique.

1 000 exposants et marques attendus à SOLUTRANS 2021

SOLUTRANS annonce une forte mobilisation de l'ensemble des acteurs de la filière malgré le contexte actuel. Pour preuve, le salon s'agrandit et passe à 90 000 m², avec un hall supplémentaire. Désormais, le Hall 1 d'Eurexpo accueillera «SOLUTRANS 4.0, le Futur commence ici», un espace dédié aux nouvelles technologies et innovations de la Filière. Par ailleurs, la plupart des autres halls du salon, sont aujourd'hui pratiquement réservés.

Ainsi, le salon enregistre la présence de nombreux acteurs majeurs du VI : constructeurs de VI, constructeurs français et européens de remorques et semi-remorques, équipementiers de carrosserie et de véhicules, sans oublier les carrossiers-constructeurs sur V.U.L, les acteurs du pneumatique et des services aux entreprises (informatiques, conseils et outils).

Un rendez-vous international

Avec 25 % d'exposants internationaux inscrits à ce jour, le salon confirme également son rayonnement international. Quinze pays sont représentés dont les plus importants sont l'Allemagne, l'Italie, la Belgique, le Royaume-Uni et les Pays-Bas.

Le salon accueillera la remise des Prix internationaux «Truck of the Year», «International

Van of The Year», «Pick-up Award» ainsi que le nouveau «Truck Innovation Award».

Par ailleurs, SOLUTRANS 2021 propose également, en complément du salon physique, une édition digitale, SOLUTRANS DIGITAL SHOW. Reflet du salon physique, la version online proposera aux visiteurs internautes de s'immerger, à tout moment, quelle que soit leur situation géographique mondiale, dans un espace interactif au sein duquel ils pourront visiter les stands des exposants, entrer en contact avec ceux-ci et découvrir leurs nouveautés en un clic. SOLUTRANS DIGITAL SHOW assurera ainsi aux exposants un ROI et une visibilité accrus, ainsi qu'un visitorat élargi au monde entier.

SOLUTRANS
16 - 20 NOV 2021 LYON · EUREXPO

CARREFOUR MONDIAL
DU VEHICULE INDUSTRIEL ET URBAIN

— Solutions Durables et Connectées —
pour une Filière de Transport Responsable

CATALOGUE OFFICIEL
OUTILS DE COMMUNICATION
SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

SOLUTRANS.FR
#SOLUTRANS

Directeur général
MONTAGNE ET TRANSPORT
ET DES TRANSPORTS

Directeur général
DICA

Partenaires

ONLY LYON
CASA
PFA
FFC
Fédération Française de Carrosserie Industrielle et Services

Organisé par
COMEXPOSIUM

Contact commercial Catalogue et outils de com du salon : J2C Communication
Tél. : +33 (0)21 49 85 62 22
solutrans@j2c-communication.fr

J2C

Les Rendez-vous de l'Industrie dédiés à l'écosystème agroalimentaire

Organisée, mardi 8 juin 2021, par le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Economie verte et numérique, la deuxième édition des Rendez-vous de l'Industrie était consacrée à l'agroalimentaire. L'occasion de faire le point sur les principales réalisations du secteur dans le cadre du Plan d'Accélération Industrielle (PAI) et sur les perspectives de son développement.



L'industrie agroalimentaire est un secteur vital pour la sécurité alimentaire. Aujourd'hui, le nombre d'entreprises qui opèrent dans le secteur est de 2100, employant 161 671 personnes et représentant un chiffre d'affaires de 161 MMDH (soit 24% du CA industriel), un CA à l'export de 32,8 MMDH (15% des exportations industrielles) et une valeur ajoutée estimée à 39 MMDH (25% du PIB industriel). Moulay Hafid Alami s'est félicité de la mobilisation des opérateurs pendant la pandémie qui ont assuré un approvisionnement sans rupture : «Le secteur a joué un rôle incroyable pendant la pandémie (...) Au Maroc, nous n'avons absolument manqué de rien et la raison essentielle est que nous avons des opérateurs dans ce secteur d'un nationalisme du plus haut niveau, qui ont retroussé leurs manches et travaillé jour et nuit».

Une équipe Maroc performante face à la pandémie

« Nous avons surmonté l'épreuve de la Covid-19 grâce à l'Équipe Maroc, dont les différentes composantes, pouvoirs publics, opérateurs privés et acteurs sociaux, se sont mobilisées

pour travailler en synergie (...) La Covid avait coïncidé avec la campagne agricole, qui représente un temps fort de notre activité (...) Nous avons pour défi de gérer les opérations de façon intelligente. Nous avons misé sur la digitalisation et sur la coordination avec les ministères et les partenaires et toutes les difficultés ont pu être dépassées », a témoigné le PDG de Cosumar, Mohammed Fikrat, à l'occasion.

Ces Rendez-vous de l'Industrie ont aussi été l'occasion de faire le bilan du PAI. Plus de 91058 nouveaux emplois ont été créés pendant la période 2014-2020, faisant du secteur l'un des principaux pourvoyeurs d'emplois industriels. Les exportations ont connu une croissance de 40% passant de 23,4 MMDH en 2014 à 32,8 MMDH en 2020. Une performance confirmée par les résultats enregistrés par les 7 filières (valorisation des fruits et légumes frais, industrie des pâtes et couscous, industrie de l'huile d'olive, industrie des viandes, transformation des fruits et légumes, industrie laitière et biscuiterie chocolaterie et confiserie) qui font l'objet du contrat-programme 2017-2021. Dans le cadre de celui-ci, 283 investissements, répartis sur toutes



les régions, d'un montant global de 8 MMDH, sont actuellement en cours d'accompagnement à travers les mécanismes du Fonds de développement industriel et d'investissement (FDII), et le Fonds de développement agricole (FDA). Ils devraient permettre de générer à terme plus de 21.290 emplois, un CA de 23,5MMDH et un CA à l'export de 6,9MMDH.

Le marché local, levier de développement

D'autres projets ont été réalisés dans le cadre de la banque de projets, lancée par le Ministère de l'Industrie, en septembre dernier, pour la substitution de l'importation par la fabrication locale. A ce jour, 122 projets d'investissement dans le secteur agroalimentaire, d'un montant global de 3,7MMDH, ont été validés. Permettant de générer plus de 13000 emplois, ces investissements représentent un potentiel de CA de 5,1MMDH et de 2,1MMDH à l'export. En d'autres termes, le Maroc n'aurait plus à importer 5 MMDH et exporterait 2MMDH de plus. La balance commerciale du Maroc gagnerait alors 7MMDH. « L'agroalimentaire est appelé, aujourd'hui plus que tout autre jour, à être à l'écoute du marché local pour répondre au mieux à ses besoins et contribuer à son développement » a déclaré le ministre de l'Industrie. « C'est à travers une offre de bonne qualité et de produits innovants qu'on pourra stimuler l'appétit du consommateur, se substituer à l'export et exploiter le potentiel » a ajouté Rachid Sraidi, Président de l'Association des biscuitiers, chocolatiers et confiseurs (AB2C). Pour que ces produits marocains trouvent des débouchés ; la grande distribution doit se mobiliser. Le ministère de l'Industrie a travaillé avec le groupe Marjane sur le développement de son sourcing local auprès des opérateurs nationaux et les résultats

n'ont pas tardé à se révéler probants. « On a établi un plan d'action et des objectifs dans le cadre d'une action volontariste et pédagogique de sourcing local auprès de l'agroalimentaire et du textile marocains avant de passer à d'autres secteurs », a annoncé le PDG du Groupe Marjane, Ayoub Azami, soulignant que cette initiative a bien montré le pouvoir d'adaptation des industriels marocains en termes de transformation et de substitution. La GMS a réalisé que la qualité du produit local est meilleure, qu'elle coûte beaucoup moins cher et que le stockage n'est plus nécessaire.

Comment valoriser la production marocaine ?

Pour exploiter au maximum le « made in Morocco » et le valoriser, il faut relever le défi de la souveraineté alimentaire. « Conformément aux Hautes Orientations Royales, nous nous attelons à travailler sur notre indépendance alimentaire », a déclaré le Ministre. Pour cela, il est indispensable d'investir davantage dans la R&D, l'innovation, les ressources humaines, la logistique, ainsi que dans le processus de la décarbonisation et la digitalisation. « Aujourd'hui, les enjeux du secteur se trouvent dans l'innovation, la compétitivité et la R&D. Nous avons un consommateur exigeant et nous sommes face à des accords de libre-échange où la concurrence est rude. Ces enjeux sont donc une question de survie, mais aussi, une opportunité », a affirmé Amine Berrada Sounni, PDG de la Compagnie chérifienne de chocolaterie (Aiguebelle). Le PDG de Cosumar a quant à lui mis l'accent sur le capital humain. « On ne peut relever les défis sans un capital humain de qualité. Il ne suffit pas d'avoir des ressources humaines diplômées, il faut développer et perfectionner des compétences tout au long



de la vie. Nous avons la chance que plusieurs politiques aient été lancées dans cet objectif. A titre d'exemple, les cités des métiers lancées par Sa Majesté le Roi Mohammed VI, que Dieu L'Assiste, qui couvrent les 12 régions », a souligné M. Fikrat. Pour sa part, Saïd Mouline, Directeur général de l'Agence marocaine pour l'efficacité énergétique (AMEE), a mis l'accent sur l'importance du développement durable. « Ce concept n'est plus un luxe, mais un must. Cette pandémie nous a donné beaucoup de leçons : nous n'avons plus le droit de gaspiller tous les intrants, l'énergie, les matières premières, l'eau... Cela doit être géré tout comme les déchets agricoles qui représentent une énorme niche », a-t-il-affirmé.



Des combats à venir intéressants

Face aux enjeux, « les combats ne sont pas tous faciles. Plus ils sont complexes, plus ils sont intéressants », a lancé le Ministre, affirmant que le Maroc est fier d'avoir des industriels d'exception qui l'ont montré de façon magistrale. « Pour ces multiples raisons, nous n'allons pas nous arrêter. Nous avons une population qui a changé au fil du temps, ses besoins et sa tolérance ont changé, elle devient moins tolérante vis-à-vis de la mauvaise qualité, même importée. La population a compris qu'elle doit accompagner l'industriel parce qu'il fait travailler de la main-d'œuvre marocaine, nos enfants », a souligné le Ministre.



Le Pain perdu du Grand Café de la Poste

Pour la brioche

- 500 g de féculé
- 300 g de farine
- 50 g de sucre semoule
- 30 g de levure boulangère
- 1 œuf entier
- 130 g de lait
- 80 g de beurre mou
- ½ cuillère à café de sel

Pour la Crème anglaise

- 1 l de lait
- 8 jaunes d'œuf
- 120 g de sucre semoule
- 1 gousse de vanille

Pour la sauce caramel

- 1 l de crème liquide
- 1 kg de sucre semoule + 2 f de féculé
- 1 glace à la vanille et Feuilles de menthe pour la décoration

Pâte à brioche :

Délayez la levure dans le lait tiède puis ajoutez les œufs.

Mélangez la farine, le sucre et le sel.

Travaillez la pâte jusqu'à obtention d'une pâte élastique.

Ajoutez le beurre mou et travaillez la pâte encore deux ou trois minutes.

Mettez la pâte à reposer dans un endroit chaud pour qu'elle double de volume.

Séparez la pâte en trois boules et déposez-les dans un moule pour une deuxième pousse

Une fois que la brioche est levée, dorez la pâte avec un jaune d'œuf et enfournez à 180 degrés pour 20 minutes

Sauce caramel :

Faites fondre le sucre à sec dans une casserole sur feu moyen environ 15 minutes

Déglacez avec un litre de crème liquide hors feu

Faites bouillir à nouveau 4 minutes jusqu'à ce que le caramel soit

homogène

Crème Anglaise :

Faites bouillir le lait avec la moitié du sucre.

Blanchissez les jaunes avec le reste du sucre et la vanille.

Faites cuire le mélange sur feu doux à la nappe en remuant avec une spatule.

Dressez dans une assiette la brioche, la crème anglaise et le caramel. Ajoutez une boule de glace à la vanille et quelques feuilles de menthe.

Le Grand Café de la Poste

On ne présente plus ce restaurant qui dans les années 20 était un café et un relais postal. Un groupe de restauration français a fait revivre le mythe en confiant sa décoration au Studio KO. La carte pensée comme celle d'une brasserie parisienne se compose des incontournables de la gastronomie française, de plats traditionnels et régionaux, généreux et cuisinés, mais aussi de spécialités marocaines. Les desserts sont réalisés par Karima Bellahouar, jeune chef pâtissière qui a rejoint le Grand Café de la Poste dès son ouverture en 2005 et a été formée par Cyril Lignac alors consultant de l'établissement. C'est elle qui nous livre la recette de ce pain perdu à la gourmandise totalement addictive.

Angle Boulevard El Mansour Eddahbi et

Avenue Imam Malik, Guéliz, Marrakech



Le cahier

HORECA

Le magazine de l'Hôtellerie et de la Restauration

**Le tourisme dans le nouveau modèle
de développement**

**Marchica Lagoon Resort, la perle de
l'Oriental**

Un Radisson hôtel prévu à Casablanca en 2023

Radisson Hotel Group vient d'annoncer le lancement de sa deuxième marque et de son troisième hôtel au Maroc avec la signature du Radisson Hotel Casablanca Gauthier La Citadelle, en partenariat avec Al Hoceinia Hospitality. La construction est déjà en cours et l'hôtel devrait ouvrir ses portes en 2023. Il comptera 133 chambres et suites avec une vue unique sur le parc de la Ligue arabe et fera également partie de La Citadelle, un nouveau projet haut de gamme qui comprendra des résidences, des bureaux et des commerces. "Le Maroc est un pont stratégique entre l'Europe et le reste de l'Afrique, et un marché clé dans notre stratégie de développement africain. Nous avons pour objectif de faire passer notre réseau marocain à plus de 15 hôtels dans les trois à cinq prochaines années, et Casablanca est une ville clé où nous cherchons à étendre notre présence à plus de cinq hôtels » a déclaré Ramsay Rankoussi, Vice-président, Développement, Afrique et Turquie, Radisson Hotel Group.



D'après VistaJet, les voyages d'affaires vont reprendre de plus belle

Avant la pandémie, les voyages d'affaires étaient indissociables des entreprises mondiales et des fonctions des cadres supérieurs. Une étude menée par VistaJet, la première et unique compagnie d'aviation d'affaires mondiale, en association avec WSJ Intelligence, mesure pour la première fois l'impact des voyages d'affaires. Plus de 200 cadres supérieurs d'entreprises aux États-Unis, dans les régions EMEA et APAC ont été interrogés sur le rôle essentiel et la valeur des voyages dans leur vie professionnelle. Au cours de la pandémie, les voyages ont été limités pour 90 % des entreprises interrogées, et presque toutes (97 %) ont déclaré que leurs entreprises ont subi un impact négatif directement lié à ces restrictions. Près d'un quart (24 %) ont indiqué des perturbations massives ou conséquentes dans les huit domaines mesurés, et 87 % ont cité des perturbations massives ou conséquentes dans au moins un domaine. Plus d'un tiers (37 %) ont déclaré que le développement commercial international et le lancement de produits ont été affectés par le manque de présence en personne. Avec l'assouplissement des restrictions, une augmentation significative des voyages d'affaires est prévisible. En effet, 81 % des personnes interrogées déclarant que les voyages d'affaires seront plus importants que jamais pour favoriser la réussite de l'entreprise.





La RAM lance une ligne Casablanca Antalya

A partir du 11 Juillet 2021, la RAM ajoutera la station balnéaire aussi appelée « riviera turque » et réputée pour ses eaux turquoises, ses hôtels de luxe et ses yachts à la liste ses destinations. Prévus pour l'été 2020, son lancement a été reporté et prévoit trois fréquences par semaine.

L'OMT va promouvoir la « marque Afrique »

Les États membres de l'OMT de la région Afrique vont unir leurs efforts pour bâtir un discours nouveau autour du tourisme sur l'ensemble du continent. Et pour mieux tirer parti du potentiel du tourisme comme moteur du redressement, l'OMT et ses membres travailleront aussi avec l'Union africaine et le secteur privé pour promouvoir le continent auprès de nouveaux publics mondiaux, en diffusant des sujets transmettant un message positif, centrés sur les personnes, et par une stratégie de marque efficace. Partant du constat que le tourisme est un pilier essentiel du développement durable et inclusif du continent, l'OMT a reçu des représentants de haut niveau à la première Conférence régionale sur le renforcement de la marque Afrique.

La Conférence a bénéficié de la participation des hauts responsables politiques du pays hôte, la Namibie, et de dirigeants publics et privés du secteur de tout le continent. Le Secrétaire général de l'OMT, Zurab Pololikashvili, s'est félicité de la détermination commune à repenser le tourisme et à le faire redémarrer : « Les destinations africaines doivent prendre l'initiative de célébrer et de promouvoir la culture dynamique du continent, l'énergie de sa jeunesse et son esprit d'entreprise, de même que la richesse de sa gastronomie. »



Madaëf prévoit d'ouvrir 6 hôtels au Maroc



Le leader de l'investissement touristique Madaëf, filiale du Groupe CDG, s'apprête à ouvrir six nouveaux hôtels d'ici fin 2021, contribuant, ainsi, à la relance du secteur du tourisme. "Les unités en cours d'ouverture vont représenter plus de 3.000 lits supplémentaires dans le portefeuille Madaëf", indique un communiqué de l'opérateur touristique, notant qu'en plus du renforcement de la capacité d'accueil touristique au niveau national et sa montée en gamme, Madaëf ambitionne de professionnaliser et structurer davantage ces écosystèmes avec la création de 3.000 nouveaux emplois directs et indirects. Ces ouvertures sont réparties sur l'ensemble du territoire et concernent de grandes signatures hôtelières : Hyatt Regency Taghazout, un Village de Vacances Touristiques et une Résidence Touristique à Al Hoceima, qui seront inaugurés sous une enseigne internationale de renom, Marriott Rabat, ou encore Kasbah Ait Abbou et Kasbah Dar Al Hiba, des concepts d'hébergement authentiques de luxe développés avec d'autres partenaires et brandés Six Senses. L'enveloppe prévue pour ces ouvertures s'élève à 2,5 milliards de dirhams. Cet investissement s'ajoute à ceux qui ont été décidés pour l'accélération du développement du Club Med Marrakech Palmeraie et la redynamisation du Club Med Yasmina sur la côte méditerranéenne.

Radisson Blu Hotel Marrakech Carré Eden lance sa pâtisserie



À l'occasion de son 5ème anniversaire, le Radisson Blu Hotel, Marrakech Carré Eden accueille « Lila pâtisserie », un nouveau concept culinaire qui vient compléter sa gamme éclectique « Lila Le Chef pâtissier Mouad Abdessadek y revisite avec talent les grands classiques, éclairs, choux, tartes aux fruits, macarons, fruits déguisés... confectionnés sur place de manière artisanale, avec des ingrédients 100% locaux et de premier choix.

Hyatt Regency Taghazout accueille les touristes depuis le 15 juin



Hyatt Regency Taghazout, le troisième hôtel et premier resort de la chaîne au Maroc, situé à Taghazout Bay, au bord de l'Océan Atlantique et au pied des montagnes de l'Atlas, comprend 190 chambres dont 12 Regency Suites, six Executive Suites dont quatre avec piscine privée et 10 Terrace Suites. L'offre culinaire est variée avec deux restaurants, Citron Brûlé pour les buffets, Sud, KM 17 pour sa cuisine inspirée des rivieras française et italienne, et le bar La Vie en bleu pour les snacks et les cocktails. Le resort jouit d'un

spa ultra équipé, d'un accès direct à la mythique plage du KM17 ainsi que de la proximité du parcours de 27 trous du Taghazout Golf Club. Hyatt Regency Taghazout élargit le portefeuille Hyatt au Maroc démontrant l'importance commerciale croissante du pays. Il devient le deuxième hôtel de la marque Hyatt Regency au Maroc aux côtés de Hyatt Regency Casablanca et le second hôtel Hyatt à Taghazout aux côtés du Hyatt Place Taghazout Bay. Park Hyatt Marrakech, en cours de développement, viendra renforcer la présence du groupe au Maroc.

BIEN PLUS QUE DE L'EAU.

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

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

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

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

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

LE TOURISME DANS LE NOUVEAU MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT

La Commission spéciale sur le modèle de développement présidé par Chakib Benmoussa a rendu son rapport en mai dernier avec comme insight « libérer les énergies et restaurer la confiance pour accélérer la marche vers le progrès et la prospérité pour tous ». La CSMD a analysé le modèle actuel de développement, ses forces et ses faiblesses, ainsi que les axes d'amélioration pour le Maroc de demain. Resagro vous livre les recommandations apportées par le rapport de la Commission Spéciale sur le Développement Economique, sur le tourisme



En octobre 2017, à l'occasion de l'ouverture de la première session de la deuxième année législative de la 10^e législature, le Roi Mohammed VI avait déclaré : «...Si le Maroc a réalisé des progrès manifestes, mondialement reconnus, le modèle de développement national, en revanche s'avère aujourd'hui inapte à satisfaire les demandes pressantes et les besoins croissants des citoyens, à réduire les disparités catégorielles et les écarts territoriaux et à réaliser la justice sociale. A cet égard, nous invitons le gouvernement, le parlement et les différentes institutions ou instances concernées, chacun dans son domaine de compétence, à reconsidérer notre modèle de développement pour le mettre en phase avec les évolutions que connaît le pays... ». En octobre 2018, il annonçait la création d'une commission ad hoc pour « collecter, agencer et structurer les contributions et en élaborer les conclusions et ce, dans le cadre d'une vision à portée stratégique, globale et intégrée ». Cette commission formée en 2019 et présidée par Chakib Benmoussa (ambassadeur du Maroc à Paris) était composée de 35 membres ayant des parcours académiques et professionnels pluriels et une connaissance importante de la société marocaine et des questions politiques, économiques et sociales, culturelles et environnementales.

Le rôle de la CSMD

Le mandat de la Commission, structure à caractère consultatif, a été de dresser un état des lieux de la situation de développement du Royaume et de tracer les contours d'un Nouveau Modèle de Développement pour « permettre à notre pays d'aborder l'avenir avec sérénité et assurance ». Ce mandat, selon les Hautes Orientations de Sa Majesté le Roi, a appelé la Commission à une réflexion: de portée stratégique, centrée sur l'identification et la résolution de problématiques systémiques à l'origine de l'essoufflement du rythme de développement ; à caractère global et intégré, appréhendant le développement dans ses multiples dimensions (institutionnelle, économique, sociale, territoriale et environnementale), en cohérence avec les principes et les valeurs prônés par la Constitution du Royaume ; de nature prospective, tenant compte des évolutions de moyen-long terme du contexte national et international et enfin surtout, centrée sur le citoyen, en cohérence avec la réalité du pays, son potentiel et ses particularités, et déclinable de manière concrète « en spécifiant les objectifs fixés, les leviers de changement



proposés et les mécanismes de mise en œuvre retenus ». En somme, le modèle doit être « une nouvelle approche, centrée sur la satisfaction des besoins des citoyens ». Les membres de la Commission ont adopté une démarche inédite pour dresser les contours du Nouveau Modèle de Développement : une démarche d'écoute, de consultation nationale de grande ampleur et de co-construction, ancrée dans la ferme conviction que les solutions techniques à des problèmes objectifs ne suffisent pas à tisser le lien social et ne peuvent garantir à elles seules l'engagement de tous et que les solutions émanant du terrain sont d'une créativité et d'une pertinence sans égales lorsqu'elles trouvent l'espace pour s'exprimer.

Partout, les membres de la Commission ont tendu l'oreille et pris note : dans les campagnes les plus reculées et au cœur des villes, dans le désert et sur le littoral, dans nos lycées et nos universités, auprès des populations vulnérables et auprès des élites mondialisées. Là où loge le Maroc le plus ancestral et là où se forgent les avant-gardes et où se fabriquent les élites. Auprès des élus de la Nation, des représentants des institutions politiques et économiques, des cadres de l'administration et des représentants de la société civile et des entreprises. Auprès de tous les concitoyens, célèbres et anonymes.

Ces contributions citoyennes et institutionnelles, orales, écrites ou digitales ont enrichi le travail de la Commission.

Cette approche s'est déroulée en trois phases, au fil de l'avancement des travaux de la Commission: une première phase axée sur le diagnostic général, l'identification des préoccupations et des attentes des citoyens et des acteurs ; une deuxième phase dédiée à la co-construction des solutions et l'identification des leviers du changement ; enfin une troisième phase dédiée à l'affinement des contours du



nouveau modèle et à la prise en compte des conséquences de la crise sanitaire de la Covid-19.

Une nouvelle ère pour le secteur du tourisme

Le chapitre consacré au tourisme fait un état des lieux du secteur et des propositions. Le tourisme occupe une place importante dans l'économie nationale, où il représentait 7% du PIB et plus de 550 000 emplois directs en 2019. Cependant, ce secteur a été fortement impacté par la crise de la Covid-19 au regard des restrictions imposées aux niveaux national et international, avec des impacts massifs en termes d'emplois et de dynamique économique dans les territoires à forte activité touristique. Au niveau international, le retour aux niveaux d'activité préalable à la crise prendra plusieurs années.

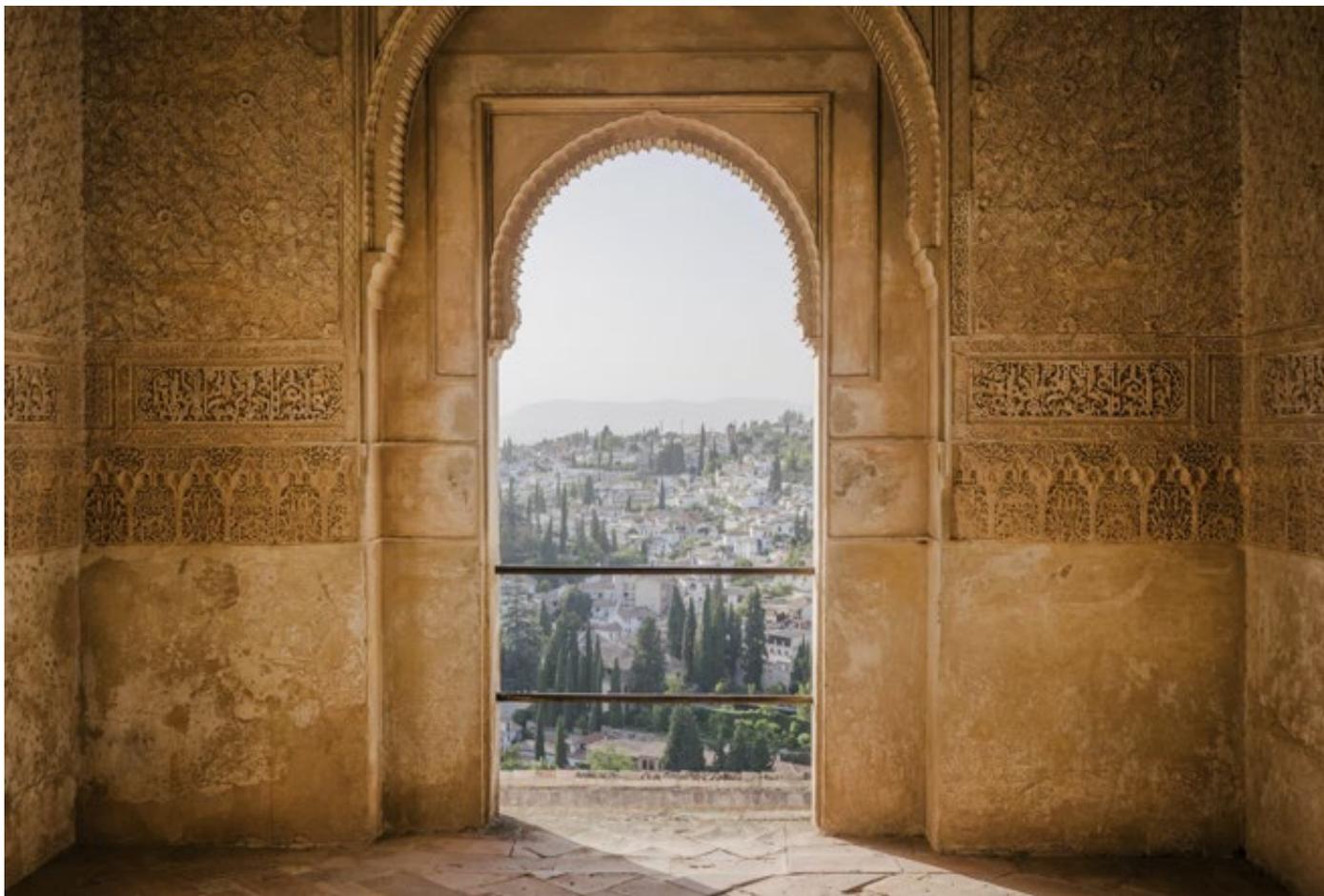
Sur le plan international, le secteur du tourisme connaissait déjà des mutations majeures de la demande au cours de la dernière décennie dont certaines seront accentuées par la crise de la Covid-19. Parmi ces tendances, une demande plus forte pour les expériences culturelles et pour le tourisme responsable et durable, un intérêt pour l'immersion sociale, telles qu'à travers

des modes d'hébergement chez l'habitant facilités par les plateformes en ligne, ainsi que la recherche d'une expérience client encore plus personnalisée. Avec la crise de la Covid-19, il est attendu également une forte exigence pour la capacité des destinations à assurer la sécurité sanitaire. Le Maroc recèle de nombreux atouts lui permettant de répondre à ces nouvelles tendances. Avec son patrimoine civilisationnel, culturel, gastronomique, naturel, écologique et archéologique très diversifié, le pays a le potentiel d'offrir aux touristes une expérience unique, et de couvrir un large spectre de la demande. À cela s'ajoute également une position géographique proche de grands marchés émetteurs, une stabilité institutionnelle forte, des infrastructures aux normes internationales permettant des déplacements rapides et sûrs, et enfin une capacité de réponse sanitaire forte telle que démontrée par la gestion de la pandémie et la stratégie vaccinale du Royaume.

- Repenser le secteur du tourisme au-delà des mesures de relance et à l'aune des tendances mondiales et de la nouvelle donne à la suite de la pandémie est essentiel, pour lui redonner un nouveau souffle sur le

long terme, lui permettant de saisir pleinement toutes les opportunités offertes par la demande nationale et mondiale, et d'être davantage créateur de valeur et d'emplois de qualité. Dans cette perspective, ci-après quelques recommandations en cohérence avec les objectifs et les lignes directrices du nouveau modèle de développement :

- Compléter l'offre d'hébergement par une offre d'animation et d'expériences diversifiées et de qualité, dans une approche d'écosystème. Après une phase de développement qui a permis de mettre en place les infrastructures de transport et de renforcer les capacités littéraires du pays, il est nécessaire à présent de mettre davantage l'accent sur la diversité et la qualité de l'offre, afin de capter des recettes touristiques plus élevées, ainsi que des séjours plus longs ou répétitifs. L'ensemble des potentiels doit être exploité, notamment le tourisme culturel, sportif ou médical. Il s'agira de réorienter une partie des incitations vers l'appui au développement des services et animations touristiques, en veillant à l'inclusion des acteurs de l'économie sociale. Il s'agira également de renforcer la valorisation du patrimoine culturel,



musical, historique et naturel dans tous les territoires. La capacité à développer une telle offre, dans une approche d'écosystème, appelle à une étroite coordination entre l'ensemble des acteurs du secteur du tourisme et de tous les secteurs connexes.

- Dynamiser le tourisme interne. En parallèle avec le développement d'une offre diversifiée et de qualité qui attire les touristes nationaux et étrangers, des mesures d'appui à la demande interne pourraient être mises en place afin de renforcer l'accès des citoyens Marocains à une offre adaptée à leurs attentes et leur pouvoir d'achat. Il est également possible d'envisager la régionalisation des vacances scolaires comme levier pour maintenir un niveau régulier de demande et renforcer les campagnes promotionnelles pour inciter les touristes nationaux à découvrir de nouvelles destinations locales.
- Soutenir l'entrepreneuriat dans les services touristiques et renforcer les compétences. Le développement de l'offre de services et animations touristiques présente un fort potentiel pour l'entrepreneuriat, particulièrement pour le développement de TPME à portée locale. Afin de favoriser le développement de cette offre, il sera essentiel de proposer un accompagnement technique et financier adapté à ces acteurs, de les mettre en relation pour faire émerger des offres intégrées (hébergement, activités...etc.) et d'élaborer un plan de formation spécifique aux nouveaux



métiers du tourisme et en faveur de leur professionnalisation.

- S'adapter aux nouveaux modes de commercialisation de l'offre touristique en soutenant la transformation digitale du secteur. Des mesures pour favoriser l'innovation et la digitalisation seront nécessaires afin d'appuyer la conception de nouvelles offres et leur intégration dans les circuits de commercialisation pour capter la part grandissante de la demande présente sur internet. Il sera important de donner plus de visibilité à la destination Maroc et de renforcer la promotion sur les grandes plateformes ainsi que de prévoir des plateformes de veille et de diffusion de l'information aux acteurs afin qu'ils puissent adapter leurs offres aux tendances.
- Renforcer la résilience et la durabilité

du secteur. Pour cela, la priorité est d'améliorer la qualité de l'emploi dans ce secteur, notamment en élargissant la protection sociale à tous les travailleurs touristiques notamment saisonniers. La diversification des destinations touristiques et la valorisation des territoires permettra de réduire les risques inhérents à une concentration massive et de promouvoir la création d'emploi en zones rurales, à travers l'écotourisme notamment. Un label pour le tourisme durable et responsable peut également être développé et pourrait donner accès à des incitations publiques avantageuses pour encourager les projets de ce type.

- Une approche transverse et une coordination renforcée. Le tourisme présente un fort potentiel de synergie avec d'autres secteurs et son attractivité dépend en grande partie de facteurs multiples en lien par exemple avec le transport aérien et la fluidité des passages aux frontières, les conditions de sécurité locale, de propreté des villes, de comportement envers les touristes. Dans cette perspective, il sera crucial de renforcer la coordination entre les différentes parties prenantes et d'agir de manière systémique sur tous les facteurs qui entrent en jeu dans le développement du secteur. Pour assurer un pilotage efficace du secteur au niveau national, il est proposé de mettre en place une taskforce au niveau de l'Exécutif avec un mandat fort de modernisation et de développement du secteur. En parallèle, la coordination territoriale devra être renforcée pour favoriser l'émergence de nouveaux écosystèmes.



MARCHICA LAGOON RESORT, LA PERLE DE L'ORIENTAL

Et si cet été vous délaissiez Agadir et Kabila pour explorer l'Oriental, cette région peu connue, riche en sites naturels protégés ? Elle est en plein essor avec la création de la station balnéaire Marchica Med qui est l'écrin d'un 5 étoiles, le Marchica Lagoon Resort, idéalement situé face à la lagune et géré par la Mamounia.



Initiée par le Roi en 2008, le projet d'aménagement du Site de la lagune de Marchica, à quelques encablures de Nador, a pour but de valoriser les richesses naturelles de la région à travers la création de sept cités thématiques autour de la lagune qui a été dépolluée permettant la purification du milieu marin et le rétablissement de l'écosystème ainsi que le retour des oiseaux migrateurs, dont les flamants roses.

C'est au coeur d'un de ces sept projets, la cité d'Atalayoun, que le Marchica Lagoon Resort a été érigé par l'ONCF et l'agence Marchica. La Mamounia a été choisie comme locomotive de la société de gestion créée et détenue par l'ONCF pour gérer et exploiter cet hôtel.

Un esprit balnéo-chic

Sur une superficie de près de quatre hectares, le Marchica Lagoon Resort abrite 93 chambres et suites décorées à la manière d'une maison de plage dans les tons de bleu et sable, avec de sublimes vues sur la lagune. Résolument contemporain, il s'intègre parfaitement dans la culture locale en mêlant lignes droites et épurées, quelques éléments de l'artisanat marocain et du mobilier et des luminaires dorés pour le côté « chic et choc ».

Une table aux saveurs iodées

Deux restaurants, l'Orientin (cuisine de la mer) et l'Assiette (cuisine internationale et méditerranéenne) raviront les gastronomes. Aux fourneaux, Aissam Ait Ouakrim, récompensé d'une Toque d'Or en 2014 et du 1er prix Bocuse d'OR au Maroc en 2015 et 2017, sublime les fruits de mer et le poisson.

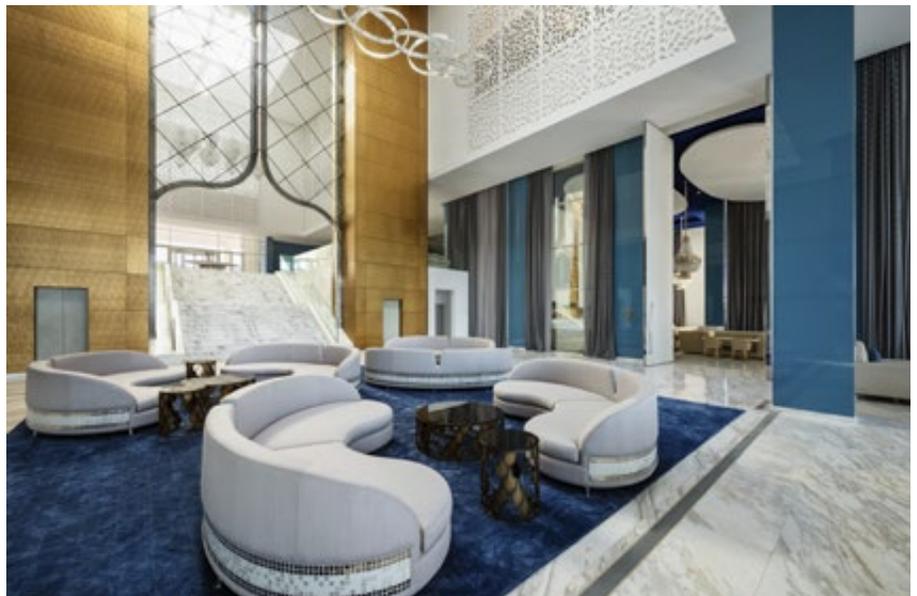
Les deux bars sont exceptionnels de par leur architecture, le Yubar avec une hauteur sous plafond de 18 mètres et de gigantesques lustres dorés, et le Phare, bar lounge aménagé dans un vrai phare du début du 19e siècle qui est le symbole de l'hôtel.

Des activités pour tous

Tout est prévu au Marchica Lagoon Resort pour partager des moments inoubliables en famille. Le spa de 1740 m² en pierre de Taza domine la lagune et donne l'impression d'être en pleine mer. Au programme soins du corps et du visage avec les produits marocMaroc et Botanika. Le spa abrite également une piscine couverte, un hammam et une salle de fitness.

Pendant que les parents se font masser où nagent dans la piscine chauffée, les enfants de 0 et 12 ans sont pris en charge au Kids club où on leur propose des activités par tranche d'âge.

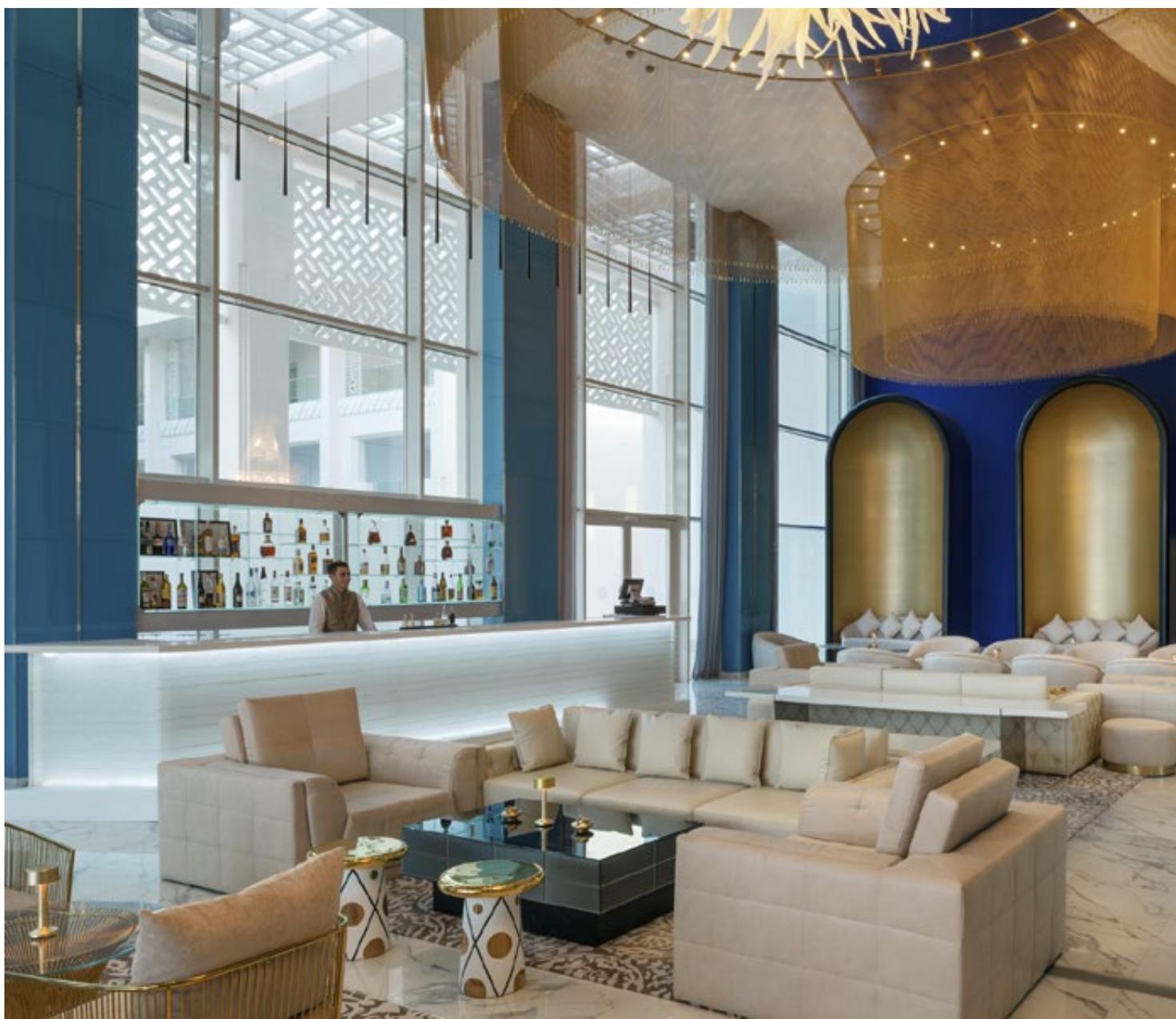
Au Beach Club, les activités nautiques

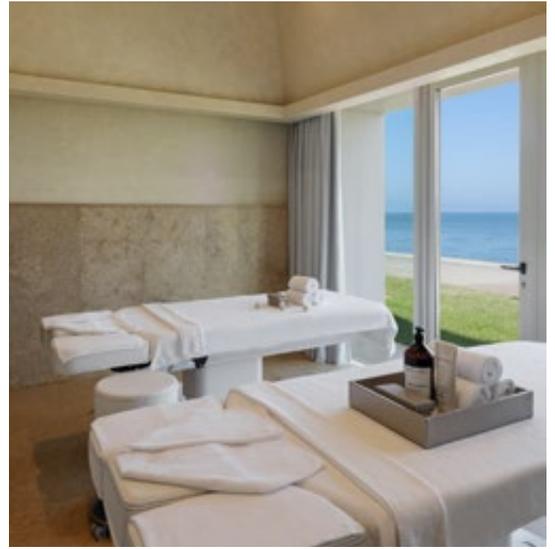


(paddle, pédalo,...) raviront les plus sportifs alors que les amateurs de farniente pourront se prélasser sur une chaise longue en sirotant un cocktail ou en dégustant une salade. Le Marchica Lagoon Resort propose également des cours de yoga, des sorties en bateau avec un pique-nique raffiné, des cours de golf sur un parcours de 9 trous...On peut aussi partir à la découverte du Mont Gourougou ou visiter le Parc aux Oiseaux.

L'escale idéale pour découvrir une région qui a pour ambition de devenir la Nice du Maroc, en version écologique.

A partir de 1900 dh la chambre standard
Téléphone : +212 536 32 83 00
Informations@marchicaresort.com





La Cantine de Gauthier, nouveau rendez-vous des amateurs de bistronomie parisienne

Dans une petite rue calme du quartier Gauthier vient d'ouvrir La Cantine de Gauthier, un endroit presque confidentiel, où Adil et Houda, maitres des lieux, ont voulu matérialiser une vision particulière : celle d'un lieu hors du temps et de l'espace, où le plaisir des papilles est roi, et l'ambiance bon enfant est reine.

En cuisine, le Chef, disciple du Pape de la Gastronomie Paul Bocuse, s'affaire aux fourneaux avec passion et créativité. Il propose une cuisine simple mais raffinée, dans la plus pure tradition de la bistronomie parisienne. De l'incontournable Bœuf Bourguignon à la ballotine de foie gras maison préparée avec soin, la Cantine de Gauthier fait la part belle à la comfort food : des plats savoureux, généreux, et qui mettent du baume à l'âme.

En salle, Ryan, Mehdi et Brahim sont aux petits soins. L'atmosphère est amicale, familière, intimiste presque.

On ressent les ondes d'un bistrot de quartier typique de la capitale française, qu'on ne trouve que si l'on connaît, et qu'on retrouve souvent avec plaisir une fois qu'on l'a connu.

En famille ou entre amis autour d'un repas, d'une planche à partager, d'un cocktail ou d'un brunch, la Cantine de Gauthier est la garantie d'un moment vrai, chaleureux. Une invitation à se créer des souvenirs indélébiles, une parenthèse d'insouciance où le goût des choses simples est au centre de la proposition de valeur.

La Cantine de Gauthier accueille les gourmands et gourmets, les amateurs de convivialité, les



allergiques aux prises de têtes, et tous les connaisseurs, tous les jours sauf le dimanche, de midi à 15h et de 17H à 23H.

3 Rue Abou Adil Allaf, Casablanca, Tél. :
05 20 13 91 31



FABRICANT ? SOUS-TRAITANT ?

Vous cherchez des prospects à l'international ?

Reservez votre
STAND DIGITAL
MAINTENANT

Places Limitées !

contact@esistep.com

DU 5 AU 7 OCTOBRE 2021

www.esistep.com

pour plus d'informations
visitez notre site-web
ou appelez le +212 669 84 81 32

ORGANISATEUR



ORGANISATEUR DÉLÉGUÉ



SPONSOR GOLD



PARTENAIRE STRATEGIQUE



PARTENAIRE INSTITUTIONNEL



PARTENAIRE MEDIA



AU SERVICE DE LA DYNAMISATION DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES

PACKS INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

AU COEUR DE
L'ÉCONOMIE ET DES
AMBITIONS DU MAROC



PACK LÉGUMES



PACK VIANDES



PACK OLEICOLE



PACK PRODUIT



PACK AGRUMES



PACK FRUITS



PACK PATES & COUSCOUS



PACK BISCUITERIE, CHOCOLATERIE
& CONFISERIE



PACK DEVELOPPEMENT DURABLE



CREDIT AGRICOLE DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE