DOSSIER SPECIAL: Génération Green L'agriculture du futur

50MAD / 6€ / 7$

Octobre 2021 - N°120

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

PARADIS FISCAUX
Le Maroc à l'heure de la liste verte

TRANSPORT
Les nouveaux défis
Du transport maritime international

DEVELOPPEMENT DURABLE
Le Maroc et la transition énergétique

SAGA
Aïcha, l'icône gourmande de notre terroir

LIFESTYLE
Un Pasta Mardi au Royal Mansour

12ÈME ÉDITION

esistep

SALON DIGITAL

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

FIMME L'industrie de demain

ORGANISATEUR DÉLÉGUÉ

ART. BRAND

SPONSOR GOLD

HUAWEI

PARTENAIRE STRATEGIQUE

INDUSTRIE DU MAROC MAGAZINE

PARTENAIRE INSTITUTIONNEL

AMDIE

CCIM

Polish Investment & Trade Agency PFR Group

AHK

PARTENAIRE MEDIA

Metal Expert

RESAGRO Le mensuel des décideurs

ÉDITO **N°120**

Persévérance fait loi mais … jusqu'à quand ?

Alors que l'OMS nous sommes de garder raison par rapport à la pandémie, nous ne pouvons continuer de compter les jours qui passent sans qu'ils ne soient synonymes de manque à gagner pour grand nombre de secteurs. Autre pilier de notre économie en marge de l'agriculture ? Le tourisme. Or, bien que les acteurs se soient données le mot pour la relance au tout début de la saison estivale, force est de constater que le bilan est plus que mitigé. Pourtant, de tous les pays, le Maroc occupe la première place sur le continent en matière de vaccination contre la Covid-19. A terre, hôteliers et restaurateurs attendent de pouvoir à nouveau accueillir les touristes étrangers. Cette année, la baisse des recettes aura heureusement été compensées par la hausse des transferts des MRE qui ont fait un bond de 45%. Cela est-il suffisant pour redorer le blason de notre offre touristique. Certainement pas. D'autant qu'il n'y a encore à ce jour, aucune visibilité quant aux prochaines arrivées dans le Royaume. Si persévérance et résiliences font déjà partie de l'équation depuis bientôt deux ans, on ne saurait imaginer l'impact de cette période historique sur tous les marchés d'affaire. Nous ne souhaiterions que de nouveaux réflexes de consommation et de business s'installent alors que le Maroc a largement les atouts en main pour continuer d'être un carrefour stratégique pour les marchés d'affaires et les investissements. Cerise sur le gâteau ? Il a récemment été classé comme 40ème pays sur les 73 destinations au monde les plus agréables et ouvertes culturellement. Plus prosaïquement ? Vivement la vie normale sans couvre-feu et un retour à la prospérité. Inchallah !

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.
Imprimeur ALPHA PRINT 47 rue Omar Slaoui - Mers Sultan, Casablanca.
Alexandre Delalonde Directeur de publication / **Sofia Benadi** 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

REPRODUCTION INTERDITE SAUF ACCORD DE L'ÉDITEUR.

SOMMAIRE

3 Edito

6 PERISCOPE

12 DOSSIER DU MOIS
Génération Green Qui sont les agriculteurs 2.0 ?

20 ÉCONOMIE
Fiscalité Le Maroc sort de la zone grise de l'U.E pour entrer dans la « Green Listed »

24 DEVELOPPEMENT DURABLE
Transition énergétique Où en sommes-nous exactement?

28 TRANSPORT & LOGISTIQUE
Les nombreux défis du transport maritime à l' ère de la Covid-19 et des méga-navires

36 TOURISME
Stratégie de relance L'ONMT dresse son bilan.

38 SAGA
Les Confitures Aïcha

42 CONSO
Nouveaux produits, marques, actualité de la consommation ici et ailleurs.

44 À TABLE !
Le restaurant du mois

46 RECETTES !

NIGERIA NO. 1 IN AFRICA

Nigeria
agrofood

agro

AGRO TECH NIGERIA

food + bev tec

ingredients

6th International Trade Show

26 – 28
October 2021

Landmark Centre
Lagos
www.agrofood-nigeria.com

Book your stand now

Contact worldwide: Ms Freyja Detjen
Tel.: +49 62 21 45 65 19 • f.detjen@fairtrade-messe.de

www.fairtrade-messe.de

fairtrade 30 1991 – 2021

Lancement du « MAROC CONTENEUR TOUR » : un conteneur itinérant pour les producteurs et industriels marocains

- Un conteneur itinérant CMA CGM sillonnera sept villes marocaines du 1er novembre au 23 décembre : Tanger, Larache, Agadir, Essaouira, Marrakech, Fès, et Casablanca.
- L'expertise du Groupe CMA CGM dans le transport de conteneurs, « dry » et « reefer », présentée aux producteurs d'agrumes, primeurs et industriels marocains.
- CMA CGM, 1er transporteur de conteneurs réfrigérés au Maroc, aux côtés des exportateurs marocains.

Le Groupe CMA CGM, un leader mondial du transport maritime et de la logistique, lance la 2ème édition du « MAROC CONTENEUR TOUR » à Casablanca. L'inauguration de ce conteneur itinérant a eu lieu en présence notamment de représentants de l'Etablissement autonome de contrôle et de coordination des exportations (FOODEX), des associations d'exportateurs (ASMEX), de la Chambre française de commerce et d'industrie du Maroc (CFCIM), de l'Ambassade de France au Maroc et des partenaires du Groupe au Maroc.

Une nouvelle tournée auprès des producteurs d'agrumes, des primeurs et des industriels marocains

Jusqu'au 23 décembre, sept villes marocaines accueilleront ce conteneur itinérant transformé, décoré et aménagé à l'occasion du « MAROC CONTENEUR TOUR » : Tanger, du 1er au 4 novembre , Larache, du 11 au 13 novembre, Agadir, du 15 au 25 novembre, Essaouira, du 30 novembre au 1er décembre, Marrakech, du 7 au 9 décembre, Fès, du 15 au 17 décembre, et Casablanca du 20 au 23 décembre. Ces villes ont été choisies pour aller au plus près des producteurs d'agrumes, des primeurs et des industriels marocains. Après une première édition centrée autour du conteneur « reefer » (réfrigéré) en 2018, le « MAROC CONTENEUR TOUR » leur permettra à nouveau d'échanger avec des experts de CMA CGM, qui dispenseront des sessions de formation sur les bonnes pratiques d'empotage de conteneurs « reefer » mais aussi, cette année, de conteneurs « dry ».

Une offre complète de solutions à disposition des exportateurs marocains.

Le Groupe propose notamment des conteneurs Reefer « CLIMACTIVE controlled atmosphere », capables de contrôler l'atmosphère dans le conteneur en fonction de la respiration naturelle des fruits, permettant de mieux en maitriser le mûrissement et d'en préserver toute la valeur nutritionnelle. CMA CGM a par ailleurs développé, en partenariat avec TRAXENS, des conteneurs connectés permettant aux clients d'obtenir des informations complètes, sûres et en temps réel sur leurs marchandises. Le Groupe met également à disposition de ses clients l'offre « NETWORKING SERVICES », première et seule solution de mise en relation commerciale sur le marché, leur permettant de développer leur activité dans le monde et de trouver les fournisseurs ou clients répondant le mieux à leurs besoins.

TOURISME

Une campagne inédite !

L'Office national marocain du tourisme célèbre la Journée mondiale du tourisme sous le signe de la reconnaissance. Un hommage est ainsi rendu aux acteurs du tourisme en cette occasion. A cet effet, une campagne inédite a été lancé par l'Office mettant sous les feux de la rampe les femmes et les hommes qui sont en première ligne au service des touristes. «Pour l'ONMT, il était important de rendre hommage à ces femmes et ces hommes qui sont les garants de l'expérience client et qui contribuent donc à faire rayonner la marque touristique Maroc. Cette reconnaissance est d'autant plus importante dans cette période difficile que traversent les opérateurs du tourisme à tous les niveaux de l'échelle de valeur», indique Adel El Fakir, directeur général de l'ONMT. Cette campagne de communication corporate est déclinée à travers un visuel et une capsule vidéo avec le message fort «Rendons hommage aux acteurs du tourisme».

BIEN PLUS QUE DE L'EAU.

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

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

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

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

Crédits photos : ©iStock, **aressy**.com - 03/18 - 11096

For You and Planet Blue. BWT BEST WATER TECHNOLOGY

LE CHIFFRE DU MOIS

Plus de 6 milliards de doses de vaccins anti-Covid ont été produites et administrées dans le monde mais seulement 1.4 % des habitants à faible revenu ont été entièrement vaccinés contre 58% dans les pays riches. (Source : l'OMC).

DATA

Les Marocains et le Made in Morocco par impérium

Imperium lance « les Marocains et le made in Morocco – préférence et implication », une étude inédite interrogeant les facteurs de préférence des Marocains lors de leur acte d'achat, et d'implication dans la relance de l'économie en cette période de crise. Si les critères de qualité, de prix, d'emballage et de nom de la marque dépassent de loin celui de l'origine du produit, il apparaît que le « made in » (en général) reste un levier important sur lequel il est possible de bâtir un attachement aux marques chez les Marocains. Également, l'étude a pu établir un classement des « préférences pays », plaçant le Maroc en 3ème position (31%) ex-aequo avec les États-Unis, derrière la France (51%) et l'Allemagne (38%). De plus, il révèle que presque 5 Marocains sur 10 déclarent faire attention au label lors de leurs achats des produits habituels, et 2 à 3 sur 10 le font « plus » à « beaucoup plus » (12%), notamment les femmes. Plus encore, 72% de la population sondée se déclarent confiants vis-à-vis des produits « made in Morocco », dont 28% se disent très confiants, notamment la classe moyenne âgée de 35 ans et plus. La baisse de confiance est à corréler avec la tranche d'âge des jeunes, l'enquête ayant démontré que les 44% des sondés qui sont peu confiants sont précisément les mMarocains de moins de 24 ans. Réalisée du 25 février au 6 mars derniers, l'étude s'est intéressée aux tendances de l'indice de confiance avant et durant la campagne de vaccination. L'indice de confiance a ainsi grimpé de 6 points, de 54% à 60 %, après les 5 mois de l'opération de vaccination. La crise sanitaire a démontré l'importance d'un label local, notamment pour les produits de première nécessité. Aussi, l'étude montre que les Marocains sont prêts à consommer marocain et à encourager leur pays. Enfin, ils sont prédisposés à consommer marocain, à condition que la marque arrive à appréhender l'équation basée sur les paramètres du prix, la qualité et la confiance.

PARTENARIAT

C'est une première et une nouvelle étape dans le partenariat signé en 2020, entre Visa et Al Barid Bank pour une durée de sept ans. En effet, Visa annonce avec Al Barid Bank le lancement de la carte Visa Infinite, carte de prestige pour des prestations d'exception et une première chez Al Barid Bank. Ainsi, conformément à sa stratégie de diversification de son portefeuille clients, Al Barid Bank est l'une des premières banques à proposer cette carte de paiement et de retrait dans la région CEMEA (Europe Centrale et de l'Est, Moyen-Orient et Afrique). Le lancement de la carte Visa Infinite auprès d'un acteur aussi important qu'Al Barid Bank marque une nouvelle étape dans le partenariat stratégique qui le lie à Visa depuis octobre 2020. Visa ambitionne de renforcer encore plus sa collaboration avec Al Barid Bank en vue de stimuler l'activation et l'utilisation des cartes pour usages domestiques et internationaux. Ce qui va de pair avec les efforts de la banque en termes de digitalisation et de simplification des moyens de paiement pour tous les citoyens, tout en garantissant la sécurité des transactions et une meilleure qualité de service.Pour rappel, et dans ce contexte, Al Barid Bank a lancé en février 2021 la e-carte Klik Visa, la première carte bancaire totalement digitalisée au Maroc, accélérant ainsi, les efforts de réduction de l'utilisation du cash vers les paiements numériques et l'adoption de nouveaux moyens de paiement à la fois simples, pratiques et entièrement sécurisés.

AUTOMOBILE

Ford Motor Company accueille son nouveau Président Afrique

Ford Motor Company a annoncé des changements organisationnels et de direction pour International Markets Group (IMG) avec la nomination de Neale Hill en tant que Président de Ford Motor Company Afrique, à partir du 1er Octobre 2021. Le nouveau président dirigera la stratégie de l'entreprise pour transformer et moderniser les activités de Ford à travers le continent africain. Ses responsabilités ont été élargies pour inclure l'Afrique du Sud, l'Afrique subsaharienne ainsi que l'Afrique du Nord – dont le siège régional est basé à Casablanca, au Maroc, et qui continuera d'être dirigé par le Directeur Général Achraf El Boustani.

Une synergie à l'échelle mondiale des ressources de l'entreprise

Ford tire parti de ses ressources à l'échelle mondiale pour mieux servir ses clients et les traiter comme faisant partie de la famille. Alors que nous travaillons à la mise en œuvre de Ford+, notre stratégie d'entreprise, nous devons continuer à capitaliser sur nos points forts, à transformer nos opérations automobiles et à livrer des produits et des services essentiels sur tous nos marchés,» a déclaré Dianne Craig, Présidente de Ford International Markets Group . «L'Afrique joue un rôle important dans IMG, et la nouvelle structure – avec Neale Hill à la tête des activités de Ford pour le continent africain – renforcera nos capacités et nous permettra de travailler encore plus étroitement avec nos partenaires concessionnaires et distributeurs pour atteindre ces objectifs.» A ce titre, Neale Hille a déclaré : «J'attends le nouveau défi avec impatience alors que nous développons notre stratégie de croissance à long terme pour l'Afrique à partir du continent africain pour lequel il s'agira notamment de travailler de concert avec nos distributeurs en Afrique du Nord et en Afrique subsaharienne pour proposer une stratégie globale plus cohérente pour l'ensemble du continent. Et offrir, des produits, des services et des expériences réellement compétitifs à nos clients.

RESTAURATION HOTELIERE

Masaharu Morimoto pose ses valises au Maroc

Star des chefs japonais, le célèbre Masaharu Morimoto a choisit de Fairmont Taghazout Bay pour ouvrir son tout premier restaurant en Afrique. Le concept de restauration japonaise, Morimoto, né aux Etats Unis et devenu depuis une véritable « Success story », ouvre ses portes le 03 octobre 2021 dans le cadre exceptionnel du Fairmont Taghazout Bay. Ambassadeur de la cuisine et de l'Art de vivre japonais, Chef Masaharu Morimoto allie savoir-faire et modernité pour mettre en place son concept unique de gastronomie japonaise raffinée. Dans une atmosphère chic et vibrante, l'endroit se veut à la fois festif et gourmet. A travers sa carte de somptueux mets, Morimoto Taghazout Bay est vraisemblablement LA nouvelle destination culinaire et festive au Maroc, pour les convives en quête de nouvelles expériences gastronomiques et de moments de partage savoureux. Grâce à son style de cuisine audacieux et innovant qui honore les traditions culturelles japonaises, Chef Morimoto a lancé une gamme de restaurants des plus prestigieuses de l'univers culinaire contemporain. Chef Masaharu Morimoto a créé un pont entre les traditions culinaires de son pays natal et le savoir-faire américain, apportant une aventure intense, une technique exquise et des saveurs parfaitement équilibrées à des milliers de convives à travers le monde. Parmi les plats « signature » du Chef Morimoto, se trouvent le Tartare Toro, le Hamashi Tacos, le Ishiyaki Buri Bop, ou encore le fameux Black Cod permettant de découvrir la précision des cuissons et l'innovation du Chef.

INVESTISSEMENT

DPI lève l'un des plus grands fonds africains

Development Partners International (DPI), l'un des leaders du capital-investissement au service de l'Afrique, a annoncé aujourd'hui que son Fonds African Development Partners III (ADP III) clôture sa levée de fonds à 900 millions de dollars au-dessus de son objectif de 800 millions de dollars et auxquels s'ajoutent 250 millions de dollars de capital de co-investissement dédié. Ainsi, cette levée de fonds totalisera 1,15 milliard de dollars US pour des investissements sur le continent africain, ce qui place ADP III comme l'un des plus grands fonds dédiés à l'investissement de capitaux mondiaux en Afrique. ADP III investira dans des entreprises bien établies et en pleine expansion opérant dans des secteurs qui profitent de la croissance rapide de la classe moyenne africaine et de la transformation digitale du continent. Les investissements répondent tous aux normes les plus élevées en matière d'impact et de respect des normes environnementales, sociales et de gouvernance - ESG. Pour ce faire, DPI a recours à son système exclusif de gestion - DPIMS - afin de générer un impact conforme à 10 des objectifs de développement durable des Nations Unies, tout en respectant les normes ESG les plus strictes. Runa Alam, cofondatrice et Directrice Générale de DPI, déclare : "L'Afrique reste une destination d'investissement attrayante, avec des tendances démographiques positives, une adoption croissante des nouvelles technologies et une augmentation importante de la consommation et des dépenses des entreprises. Dans ce contexte, DPI a continué à réaliser des rendements de premier quartile en s'appuyant sur l'expertise locale profondément ancrée de notre équipe sur le continent africain".

GÉNÉRATION GREEN

LA RELÈVE 2.0 DE L'AGRICULTURE

Issue du Plan Maroc Vert (PMV) dont les instructions avaient été données lors du discours royal en 2018, Génération Green est probablement le point d'orgue de la nouvelle stratégie agricole du Maroc dont l'un des deux fondamentaux n'est autre que la priorité à l'élément humain, entendons, l'émergence d'une classe moyenne agricole en améliorant les revenus et la protection des agriculteurs.

A travers son discours de 2018, le Souverain Sa Majesté Mohamed VI avait largement mis l'accent sur les potentialités du secteur agricole et la nécessité de consolider les acquis et de mettre au point tous les dispositifs les plus innovants pour favoriser in fine, l'émergence d'une classe moyenne agricole.

Basée sur l'évaluation du Plan Maroc Vert, la stratégie Génération Green a été imaginée avec les 19 interprofessions et les 12 chambres d'Agriculture et ce, selon 3 axes essentiels : filières, régions et chantiers traverses. Pour nombre de pays, l'exemple marocain est un bel exemple à suivre ! Oui, grâce au volontarisme du Roi Mohamed VI, notre pays poursuit pleinement sa « révolution agricole » et Génération Green n'est qu'un point fort de plus qui devrait conforter le leadership marocain dans le secteur agricole. Une nouvelle révolution verte est bel et bien en cours à travers le Royaume puisque le modèle marocain démontre finalement que l'on peut développer l'agriculture tout en l'adaptant aux besoins et exigences du XXIè siècle.

Génération Green, une vision prometteuse

A l'orée de 2030, la stratégie Génération Green devrait permettre à notre agriculture d'être encore plus performante. L'objectif principal étant de doubler la part du secteur du dans le PIB du Royaume et d'alléger la balance commerciale en multipliant les exportations et plus précisément les produits à haute valeur ajoutée. Ainsi, la valeur des exportations prévoit d'être à 60 milliards en 2030. Et ce seront pour ce faire, un million d'hectares de de terres collectives qui seront mobilisés. Soit 350 000 emplois de plus au compteur. But ultime ? Assister à l'émergence d'une nouvelle génération de classe moyenne agricole au Maroc à travers des activités agricoles désormais plus rémunératrices. C'est que ce tout nouveau plan fait aussi la part belle à l'entreprenariat agricole : aides agricoles encourageront pas moins de 180000 jeunes

à se lancer et à 150000 de se former.

Les jeunes en milieu rural au cœur du PMV

Depuis le démarrage de la stratégie de développement du secteur agricole en février 2020, le programme Génération Green a largement bouclé sa mise en œuvre. Or, S'il y a bien une composante à laquelle cette nouvelle stratégie a accordé de l'importance, c'est bien évidement la valorisation de l'élément humain : les jeunes ruraux sont au cœur de la vision du secteur agricole. L'idée étant de consolider les acquis du PMV (Plan Maroc Vert) tout en fixant orientations en concertation avec les interprofessions et les régions. Ainsi, la stratégie Génération Green devrait permettre au secteur agricole de doubler son PIB pour atteindre, à terme, 200 à 250 MMDH. Pour sa part, la valeur des exportations devra atteindre 50 à 60 MMDH par an. Comment ? La stratégie s'appuie sur la priorisation de l'élément humain et la poursuite de la dynamique de développement du secteur agricole.

Une nouvelle génération d'agriculteurs

Le premier fondement de la nouvelle stratégie «Génération Green» relatif à la priorisation de l'élément humain vise à faire émerger une nouvelle

génération de classe moyenne agricole, de jeunes entrepreneurs et d'organisations agricoles. Plus concrètement, il s'agit de faire accéder 350.000 à 400.000 ménages agricoles à la classe moyenne et à y stabiliser près de 690.000 ménages. Un objectif qui verra le jour à travers la poursuite des efforts d'investissement ainsi que la volonté d'améliorer les conditions de vie des agriculteurs - et salariés agricoles - en améliorant leur revenu ou encore en les faisant bénéficier de la généralisation de la protection sociale. Par ailleurs, l'accès à tous ces ménages agricoles passera aussi par l'amélioration des conditions de travail des salariés. Par exemple, il est d'ores et déjà question de réduire l'écart entre le salaire minimum agricole et celui en vigueur dans les autres secteurs économiques à l'horizon 2030. Quant à l'extension de l'assurance agricole, ce n'est ni plus ni moins l'assurance d'atteindre 2,5 millions d'hectares de terres agricoles assurées à l'horizon 2030.

Un nouveau cadre de référence

Dans un tel contexte, la mobilisation et la valorisation des terres collectives revêt un caractère stratégique dans la stratégie Génération Green. Afin d'améliorer le climat entrepreneurial dans le monde rural au profit des jeunes, promouvoir l'emploi et intégrer cette catégorie dans le développement, le Département de l'Agriculture veillera, en coordination avec les départements concernés, à l'émergence d'une nouvelle génération de jeunes exploitants, soit l'équivalent de 180.000 exploitants. Cette émergence reposera sur la mobilisation et la valorisation d'un million d'hectares de terres collectives et la création de 170.000 emplois dans les services agricoles, para-agricoles et la transformation, et ce à travers l'adoption d'un ensemble de mesures incitatives, un accompagnement à la création d'entreprises et de sociétés de services et un renforcement de la formation agricole.

Une nouvelle organisation

Parallèlement, l'émergence de cette nouvelle génération de jeunes entrepreneurs agricoles sera accompagnée par la création d'une nouvelle génération d'organisations agricoles. Ce qui est envisagé, c'est la création d'une nouvelle génération d'organisations agricoles innovantes, notamment en termes d'agrégation agricole, coopératives et de nouveaux modèles d'organisation, à leur structuration en vue d'atteindre un taux de regroupement de 25% des agriculteurs dans ces organisations. Une nouvelle organisation qui veillera à ce que de nouveaux mécanismes d'accompagnement viennent à concerner le renforcement de certains projets tels que l'agriculture solidaire mais pas seulement ! Il est tout aussi prioritaire d'introduire de nouvelles technologies ou de digitaliser l'ensemble des services agricoles au profit d'environ 2 millions d'agriculteurs. Enfin, dans le cadre de son deuxième fondement relatif à la poursuite de la dynamique du développement agricole, la stratégie Génération Green vise le développement et la consolidation des filières agricoles par une intervention plus ciblée sur l'amont agricole et une réallocation des efforts sur l'aval et ce, à travers l'adoption d'une nouvelle génération de contrat-programmes, en concertation avec les interprofessions concernées.

La prise en compte de toutes les populations rurales

En marge des agriculteurs ou des petits exploitant, la nouvelle vision stratégique cible également la femme rurale ainsi que toutes les populations dans les zones enclavées ou inaccessibles. L'idée étant ici et là, de venir combler toutes les lacunes et dysfonctionnements d'autres économiques, sociologiques ou...démographiques. D'ailleurs, toute la stratégie issue du PMV vise, avouons-le à rajeunir la population agricole marocaine. Pour exemple, plus de 360 000 agriculteurs ont une moyenne d'âge supérieure à 65 ans. Sans compter que cette population est aussi majoritairement touchée par l'analphabétisme, elle est beaucoup plus difficile à intégrer dans la diffusion de nouvelles technologies ou l'utilisation d'intrants plus modernes. Or, ils devraient pouvoir profiter des opportunités offertes par les terres collectives d'une superficie de 1 million d'hectares. En outre, tout un programme est conçu pour qu'ils puissent avoir accès au foncier agricole, à travers une concession ou la location. Ils bénéficieront aussi d'un programme en matière de conseil, d'encadrement technique et de formation. Au niveau du deuxième axe lié aux petits fellahs qui représentent plus de 80% de l'ensemble des agriculteurs marocains, l'idée est d'améliorer leurs conditions de production, de hisser le rendement et la qualité, et de leur

proposer toutes les conditions nécessaires pour développer leurs activités.

Le profil des exploitants

Ces exploitants possèdent le plus souvent des parcelles de moins de 5 hectares implantées dans les zones dites « bourgs ». Elles sont de ce fait très vulnérables aux aléas climatiques. Les cultures pratiquées sont de type vivrier à faible valeur ajoutée, généralement des céréales et des légumineuses. La nouvelle vision ambitionne de les basculer vers des activités plus lucratives comme les produits du terroir, l'arboriculture, les plantes médicinales et aromatiques. Pour accompagner les petits fellahs, Génération Green encourage la labellisation des produits, la traçabilité et l'utilisation des canaux modernes en matière de commercialisation et de distribution.

Qu'en est-il des femmes ?

Dans le contexte actuel du milieu agricole, ce sont les femmes rurales qui sont les plus fragilisées et les plus touchées par la précarité et ce, malgré tous les efforts déployés. D'ailleurs, les mauvaises conditions d'évolution de ces femmes sont le principal facteur qui pénalise le Maroc dans le classement mondial du développement humain parce qu'elles sont victimes de pauvreté et d'analphabétisme. Un schéma social qui semble encore compliqué à combattre pour les filles bien souvent non scolarisées à cause de l'éloignement, l'insécurité et le travail aux champs. Aujourd'hui, la nouvelle stratégie vise justement à éradiquer tous les obstacles que les femmes/filles subissent en les formant à leur tour à de nouveaux outils de développement comme les coopératives ou encore les associations.

Dakhla-Oued Eddahab : un projet de culture hydroponique

Dans le cadre de la déclinaison de la nouvelle stratégie de développement agricole «Génération Green» (SGG) 2020-2030, la Direction régionale de l'agriculture de Dakhla-Oued Eddahab s'est engagée à réaliser des projets permettant l'émergence d'une classe moyenne agricole et l'encouragement de jeunes investisseurs dans le milieu agricole. Dans la lignée de cette vision stratégique, la région de Dakhla sera bientôt dotée de deux unités de production d'orge hydroponique. Il a également été décidé par la Direction régionale de l'agriculture de développer des activités para-agricoles liées à l'élevage sur parcours afin de générer la création d'emplois : par exemple, l'abreuvement du cheptel par camions-citernes ce qui peut profiter au développement de l'entreprenariat des jeunes dans les régions. Une étude de faisabilité sera lancée en octobre 2021 afin d'identifier, d'analyser et de proposer les éléments d'information techniques, la rentabilité du projet, ses aspects juridiques et in fine, l'impact social pour la région. Le projet relatif à la création de sociétés d'abreuvement du cheptel dans les parcours de la région fera simultanément l'objet d'une étude. Seront ensuite décidés les modes de gestion, le niveau d'intervention de l'administration pour le choix des bénéficiaires potentiels et l'élaboration d'un plan d'accompagnement du projet.

وكالة التنمية الفلاحية

ⵜⴰⵙⴷⴰⵡⵉⵜ ⵏ ⵜⵓⵎⵎⵉⵜ ⵜⴰⵖⵔⵉⵙⵜ

AGENCE POUR LE DÉVELOPPEMENT AGRICOLE

الجيل الأخضر
GÉNÉRATION GREEN
2020 - 2030

Pour la Promotion de l'Investissement Agricole Durable

Acteur principal de la mise en œuvre de la politique agricole nationale, l'Agence pour le Développement Agricole (ADA) œuvre à la promotion de l'investissement dans le secteur agricole, au développement de l'agriculture solidaire et des produits du terroir et à leur accès aux marchés.

Le développement durable étant une priorité, l'ADA, grâce à son expérience acquise suite à son accréditation par le Fonds Vert pour le Climat et par le Fonds d'Adaptation, milite pour une agriculture durable, compétitive et résiliente aux changements climatiques.

L'ADA est disposée, à vous écouter, vous aider et vous accompagner dans vos projets agricoles.

Espace les Patios Angle Avenues Annakhil et Mehdi Ben Barka
Bâtiments 2 et 3 , 3ème étage - Hay Riad , Rabat , MAROC
Tél. : 05 37 57 38 26 - Fax : 05 37 57 37 45
www.ada.gov.ma

CRÉDIT AGRICOLE
PARTENAIRE PRIVILÉGIÉ DE LA STRATÉGIE GÉNÉRATION GREEN

Fortement mobilisé pour accompagner la dynamique engendrée par la stratégie "Génération Green" et appuyer de manière opérationnelle son déploiement, le Groupe Crédit Agricole du Maroc (GCAM) se mobilise auprès de ses partenaires pour promouvoir l'entreprenariat agricole en milieu rural et apporter l'appui nécessaire aux agriculteurs. A ce titre, le Crédit Agricole Maroc propose des produits innovants pour les jeunes dont, la mise en place de nouveaux produits financiers. Ces produits financiers s'adressent exclusivement aux jeunes dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie « Al Jayl Al Akhdar ». Ce dernier ayant pour objectif d'accompagner les jeunes entrepreneurs agricoles et d'assurer l'insertion professionnelle des jeunes ruraux, à travers un accompagnement financier spécifique adapté aux besoins des porteurs de projets ainsi qu'un accompagnement non financier à travers le conseil, l'encadrement, la formation et la mise à leur disposition de l'expertise des partenaires.

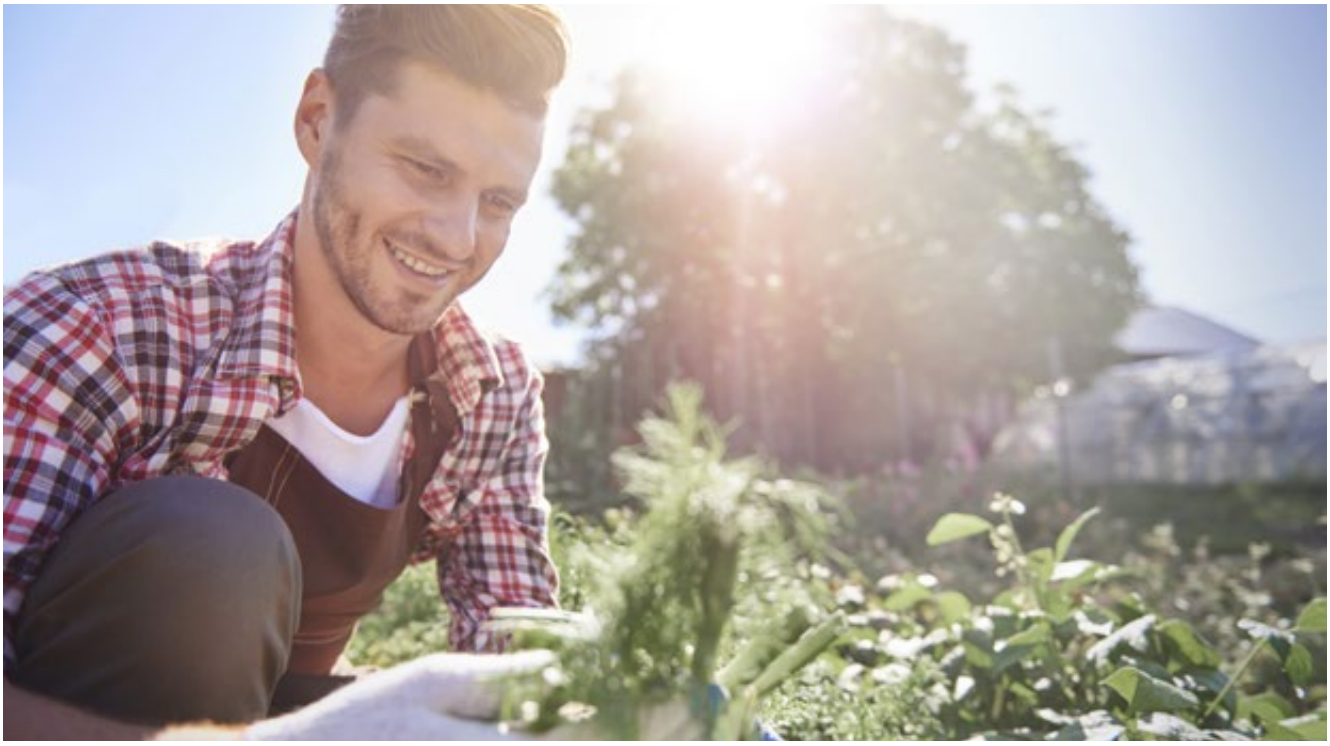
Les nouveaux produits financiers du Crédit Agricole

Innovants, les nouveaux produits financiers du Crédit Agricole baptisés CAM Génération Green allient incitations de l'État et crédit bancaire. Il s'agit d'une gamme proposant deux produits spécifiques :

- CAM – Génération Green Jeunes, destiné aux jeunes agriculteurs ainsi qu'à la jeune entreprise rurale de services à l'agriculture.
- CAM – Génération Green Melkisation ». Il est destiné, lui, aux ayants-droit des terres collectives à titre individuel (personnes physiques) ou en groupement.

Promotion et entreprenariat

La stratégie Generation Green met l'accent sur la promotion de l'entreprenariat des jeunes dans le monde rural eu égard à son fort potentiel en termes de création d'emplois. Ce qui nécessite la mise en œuvre d'un dispositif intégré alliant un accompagnement financier à une dimension conseil, tout en intégrant l'ensemble des filières et chaînes de valeurs agricoles. Rôle que le Crédit Agricole du Maroc a toujours rempli avec constance et exemplarité dans le cadre de son engagement citoyen en faveur du monde agricole. Par ailleurs, les terres collectives concernent environ 4 600 collectivités ethniques (Soulaliyate) et s'étendent sur près de



15 millions d'hectares. Elles revêtent une grande importance dans la vie sociale et économique du pays, mais, du fait notamment de leur statut foncier, leur potentiel agricole n'est que partiellement valorisé. A ce titre, la Melkisation des terres collectives constitue une véritable opportunité pour générer de nouveaux investissements modernes et plus rentables, notamment par les jeunes ayant-droits appelés à se regrouper dans des organisations professionnelles agricoles d'une nouvelle génération.

Toutes ces actions d'envergure marquent l'implication effective du GCAM pour le développement de l'ensemble des acteurs des chaînes de valeur et son engagement ferme d'apporter un appui spécifique aux jeunes agriculteurs et à la promotion de l'entreprenariat en milieu rural.

La digitalisation entre en scène

Dans la continuité de ses actions pour l'essor du monde rural et agricole au Maroc et dans le but d'accompagner l'agriculteur et répondre au mieux à ses besoins, le groupe bancaire a co-construit avec l'ORMVAG - L'office Régionale de Mise en Valeur Agricole du Gharb - un parcours 100% digital dédié à l'Agriculteur. En effet, le GCAM a enrichi sa plateforme digitale agricole construite autour de l'application "Imtiazat-e" par un parcours dédié à la digitalisation des filières agricoles. Après les premières briques déjà mises en place, ce nouveau parcours vient enrichir le volet paiement digital de l'application gratuite "Imtiazat-e".

Les avantages pour les agriculteurs nouvelle génération

L'Agriculteur peut régler automatiquement ses redevances liées à la consommation d'eau d'irrigation, en toute simplicité, en faveur de l'ORMVAG - L'office Régionale de Mise en Valeur Agricole du Gharb - sans avoir à se déplacer dans les Agences de recouvrement qui peuvent se trouver à 30 ou 40 km dans la Région du Gharb. Combinant ergonomie et praticité, le parcours conçu offre aux agriculteurs la possibilité de vivre une expérience inédite en tant que professionnels du secteur agricole et s'inscrit dans le cadre du projet national de paiement électronique à travers l'application mobile gratuite, téléchargeable sur Google Play Imtiazat-e. Cette application permet aux agriculteurs de gérer leurs activités à tout moment et en toute autonomie. Cette application permet, entre autres, de consulter son (es) compte(s), de renouveler les crédits à court terme, de faire le suivi des subventions de l'état dans le cadre du Fonds de Développement Agricole (FDA) et de souscrire à l'Assurance Multirisque Climatique.

Enfin, l'application Imtiazat-e permet également d'initier une demande de financement des intrants (semence et engrais...) avec déblocage du financement auprès du fournisseur directement, de régler automatiquement ses achats auprès de la Société nationale de commercialisation des Semences (SONACOS), et de suivre ses engagements chez le GCAM ainsi que ses règlements fournisseurs.

Credit Agricole du Maroc

Un engagement durable

PARADIS FISCAUX

QU'EST-CE QUE LE MAROC A GAGNÉ EN SORTANT DE LA LISTE GRISE DE L'U.E ?

Alors que le Maroc figurait sur la liste européenne des « juridictions fiscales non coopératives », l'Union européenne a finalement décidé de le retirer définitivement de la liste dite « grise » des paradis fiscaux.
Qu'en est-il exactement ? Explications.

Le transport maritime international a poursuivi sa tendance positive à long terme en matière de sécurité au cours Qu'est-qu'une juridiction fiscale non coopérative ? Trois critères ont été retenus pour pouvoir l'identifier à savoir, le manque de transparence, la concurrence fiscale déloyale et la mise en œuvre des mesures BEPS. Par le manque de transparence, l'on entend que le territoire ne respecte pas certaines normes (internationales, OCDE ou accords bilatéraux avec les Etats membres) en matière d'échange d'informations, automatique ou sur demande. Par exemple, il refuse de transmettre des renseignements bancaires jugés pertinents à l'administration d'un autre pays. Concernant la concurrence fiscale déloyale, le territoire dispose de régimes fiscaux dommageables, à l'encontre des

12 territoires figurent sur la liste europeéenne des "juridictions fiscales non coopeératives" anciennement "liste noire" :
- Anguilla (Caraïbes, territoire du Royaume-Uni)
- Dominique (Caraïbes)
- Fidji (Océanie)
- Guam (Océanie, territoire des Etats-Unis)
- Îles Vierges américaines (Caraïbes, territoire des Etats-Unis) Palaos (Océanie)
- Panama (Amérique centrale)
- Samoa (Océanie)
- Samoa américaines (Océanie, territoire des Etats-Unis) Seychelles (océan indien)
- Trinité-et-Tobago (Caraïbes)
- Vanuatu (Océanie)

→ Le Maroc, la Namibie et Sainte-Lucie, qui "ont rempli tous leurs engagements" selon le Conseil, en ont été retirés. La Jamaïque y a été ajoutée. La liste est mise à jour deux fois par an, la prochaine révision étant prévue pour octobre 2021.

principes du code de conduite de l'UE ou du Forum de l'OCDE sur les pratiques fiscales dommageables. Il peut s'agir notamment de facilités fiscales réservées aux non-résidents ou d'incitations fiscales en faveur d'activités qui n'ont pas trait à l'économie locale. Et enfin, pour ce qui est de la mise en œuvre des mesures BEPS, le pays ne s'est pas engagé à appliquer les normes minimales de l'OCDE pour lutter contre l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices (BEPS). Par exemple, le taux d'imposition sur les sociétés y est si bas qu'il conduit des multinationales à y transférer artificiellement leurs bénéfices, sans que ces entreprises y réalisent des activités économiques suffisantes. Or, le Maroc a définitivement quitté la liste grise de l'U.E – anciennement dire liste noire – et se conforma désormais à toutes les normes fiscales internationales qui lui permettent de figurer dans le club restreint des pays qui ont fait preuve d'une évolution positive de leurs législations et pratiques fiscales et ce, depuis plusieurs années. En effet, la MAP a d'ailleurs rapporté que le Maroc s'est engagé dans des actions visant à garantir la conformité de son système fiscal avec les principes mondiaux de transparence et d'imposition équitable, tels qu'inscrits dans les critères de la liste de l'UE. Le Maroc a en effet corrigé deux régimes fiscaux préférentiels, à savoir ceux des zones franches d'exportation et des entreprises exportatrices à travers la loi de finances 2020. En outre, les autorités marocaines ont introduit récemment des réformes qui modifient le régime fiscal de Casablanca Finance City pour le rendre conforme aux principes de concurrence fiscale loyale. Verdict ? Suite à une évaluation positive de l'OCDE, les Etats membres ont décidé de retirer le Maroc de la liste grise pour l'intégrer désormais, dans la « Green List ».

Un point sur les réformes

Le Maroc entreprend depuis plusieurs décennies des réformes structurelles profondes pour réussir la mise à niveau de son économie, sa libéralisation financière mais aussi pour donner des gages d'équité dans la taxation et de mise en place progressive de mesures anti-BEPS pour éviter l'érosion de la base d'imposition et le transfert de bénéfices. Le fait que le royaume soit passé de la 115e à la 53e place dans le Doing Buisness, entre 2010 et 2020, n'est pas anodin. Si le Maroc figurait dans la liste grise des paradis fiscaux, il était accompagné de 46 autres pays dont la Turquie, dixième puissance économique mondiale, laquelle a toujours utilisé les incitations ou les zones grises en matière financière et de change pour pouvoir donner une impulsion à ses exportations. A l'inverse, le Maroc respecte constamment ses engagements vis-à-vis des organisations internationales et de ses partenaires, en particulier l'UE.

Une nouvelle ère pour le Maroc

Avec cette décision, le Maroc va être en concurrence avec des partenaires étrangers, mais également des pays européens comme le Luxembourg et d'autres, qui sont indexés comme des paradis fiscaux. Pour Azirar, le Maroc doit clarifier ce point avec l'Europe. Il faut savoir quel traitement sera réservé aux paradis fiscaux situés dans le vieux continent, afin qu'il n'y ait pas «deux poids-deux mesures». Il faudrait aussi faire valoir nos avantages auprès des investisseurs européens, du Moyen-Orient et américains. Nous devons aussi bien présenter nos projets d'investissement, qui sont nouveaux, surtout que les chaînes de valeur mondiales et européennes sont en train de changer, explique l'économiste.

Encourager les partenariats étrangers

La décision de l'Union européenne

aura pour implications de rassurer les personnes morales et physiques étrangères qui peuvent être investisseurs, financiers, industriels ou les trois à la fois. «Cela permettra aux entreprises marocaines de construire des partenariats avec des entreprises européennes sans que ces dernières pâtissent d'un traitement discriminatoire sur le plan fiscal. Puis, sachant qu'il n'y a plus de différence de traitement entre le marché local et étranger, le Maroc intègre désormais le cadre inclusif qui ne considère plus son régime fiscal comme dommageable pour des tiers étrangers. Quant aux enjeux, ils sont majeurs et feront du Maroc un des rares pays de la région MENA et le deuxième en Afrique à réserver le même traitement fiscal aux revenus, bénéfices ou dividendes générés par des clients locaux ou étrangers, et à ne pas exercer d'entraves sur les transferts des excédents nets d'exploitation (ENE)», fait valoir Abdelghani Youmni, économiste et professeur de gestion publique, consultant en évaluation des politiques publiques et intelligence économique.

Comment garder le cap de ces changements ?

Le Maroc doit veiller sur certains leviers comme ceux du régime de propriété, du fonctionnement des tribunaux de commerce et des délais de traitement des litiges afférents à des questions de discrimination ou d'interprétation d'ordre fiscal, mais aussi à poursuivre sa coopération en matière de gouvernance fiscale. Il doit aussi flexibiliser les opérations de transfert de bénéfices et de capitaux sans jamais entamer la périlleuse phase de convertibilité totale du dirham, qui fait partie des souverainetés du Maroc. Les challenges et les défis sont certes majeurs, mais le royaume a toujours été à la hauteur et au rendez-vous. Certains experts se sont posés la question de savoir si le Maroc pouvait rester sur la liste grise et sortir du schéma de développement suivi par les pays européens et ceux de l'OCDE pour se mettre en position d'altermondialiste... La réponse est oui, mais avec la certitude de ruiner toute chance de progrès et de prospérité et d'accès au partage des chaînes de valeur globale et de la richesse créée par les mécanismes du commerce et de l'échange international, malgré ses imperfections.

ENERGIE RENOUVELABLE, OÙ EN SOMMES-NOUS EXACTEMENT ?

En se classant au quatrième rang mondial du prestigieux classement de l'indice de performance du changement climatique le Maroc continue sur sa lancée en matière d'améliorations. Qu'il s'agisse du bilan carbone, de l'émission de GES ou de la consommation d'énergie. On fait le point.

Depuis le début du 20e siècle, une croissance continue de la demande en énergie a été constatée au Maroc. Cette croissance est notamment due au processus d'industrialisation en développement, à l'essor de l'économie nationale et à l'augmentation du niveau de vie de la population. Rien qu'en 2018, l'électricité couvrait 17,2 % de la consommation finale, dont la production est dominée à environ 80% par les énergies fossiles (charbon, gaz, pétrole), et les énergies renouvelables assurent à près de 19% de la production (hydraulique, éolien, solaire).

Un développement acquis grâce au soutien de l'Etat

Il faut dire que le domaine de l'énergie renouvelable s'est développé rapidement en grande partie grâce au soutien de l'État, si l'on ne cite que les projets d'éolien qui sont passés de 2,8 % en 2010 à 11,6 % en 2019.Bien que la part des énergies renouvelables au Maroc ne représente que 34% de la puissance marocaine installée actuelle, elle est appelée à croître drastiquement. Après tout, la stratégie énergétique adoptée en 2009 a été déclinée en feuilles de route avec des objectifs à court, moyen et longs termes, accompagnée d'une vision claire de réformes législatives, règlementaires et institutionnelles. Ainsi entre autres, l'objectif fixé à l'horizon 2020 était de porter la part des énergies renouvelables à 42% de la puissance électrique installée. Pour atteindre cet objectif, des programmes intégrés visant l'installation de 6000 mégawatts de sources renouvelables ont été lancés : 2000 mégawatts pour l'énergie éolienne, 2000 pour l'énergie solaire et 2000 mégawatts pour l'énergie hydroélectrique.

Une croissance programmée

Et ces dernières années, le Royaume a récemment revu à la hausse ses ambitions en matière de déploiement des énergies propres. Ainsi en 2020 à l'initiative du Roi Mohammed VI, le gouvernement a décidé d'accélérer le déploiement de l'énergie renouvelable Maroc. Pour y parvenir, le Maroc s'activerait davantage sur la recherche scientifique dans le secteur de l'énergie, développerait des partenariats internationaux stratégiques et accompagnerait l'industrialisation de sa production renouvelable. Afin de contribuer à la mise en place de différentes capacités de production additionnelles, le Maroc a envisagé de lancer plusieurs projets solaires dans le courant de l'année. L'Agence Marocaine des Énergies Renouvelables (MASEN) avait annoncé que le déploiement de 1000 mégawatts de projets solaires était en cours de planification, notamment

6000

MW issue de sources renouvelables

2000 Éolienne + 2000 Solaire + 2000 Hydroélectrique

dans le cadre du programme solaire Noor.

Des initiatives remarquables

À l'heure actuelle et après la pandémie de la Covid-19, le Maroc a lancé une série d'initiatives pour poursuivre le développement de l'énergie renouvelable sur tout le Royaume. Ainsi lors des travaux de la 11e Assemblée de l'Agence internationale pour les énergies renouvelables (IRENA) qui s'est tenue au premier trimestre de 2021, il a été rapporté qu'il n'y a pas eu de véritables effets significatifs de la pandémie sur le secteur des énergies renouvelables au Maroc, et que chaque projet d'énergie renouvelable programmé s'est poursuivi, notamment des projets éoliens, solaires ou hydroélectriques. Ainsi jusqu'à aujourd'hui, près d'une cinquantaine de projets en énergies renouvelables ont été réalisés avec un investissement global d'environ 52,2 milliards de dirhams. Entre autres, le pays dispose d'une usine de pales éoliennes à Tanger, qui a nécessité un investissement de 100 millions d'euros, avec à la clef 750 emplois et trois sociétés d'assemblage de photovoltaïque à Tanger, Skhirate et Casablanca. Les

projets existants, en cours d'exploitation, ont contribué à répondre de manière concrète à la demande en énergie électrique. La capacité totale des énergies renouvelables totalise actuellement 3700 mégawatts, soit une part de 35% dans le mix électrique national, tandis que sa contribution à la satisfaction de la demande en énergie électrique s'est élevée à environ 20%, ce qui a favorisé une baisse du ratio de dépendance énergétique de 97,5% en 2009 à 90,5% en 2021.

Des projets prometteurs

Pour ce qui est des nouveaux projets, ils comprennent la programmation d'une capacité supplémentaire de 3880 mégawatts issue de sources renouvelables pour la période de 2021 à2024, ainsi qu'une autre capacité supplémentaire de 5400 mégawatts pour la période 2025-2030, en plus d'un programme intégré visant à soutenir l'ensemble des stations de dessalement comprenant des unités de production d'énergies renouvelables. En vue de favoriser un tissu industriel national sans carbone et d'assurer sa compétitivité et le flux de sa production destinée l'exportation, ces nouveaux projets dans le domaine des énergies renouvelables vont aussi tenir compte de l'approvisionnement des zones industrielles nationales en énergie renouvelable. Sans oublier qu'en début de l'année, il a été également procédé au lancement d'un appel d'offres par le ministère et l'Agence marocaine de l'énergie durable qui cible les petites et moyennes entreprises (PME) pour mettre en œuvre un programme d'énergie solaire photovoltaïque, d'une capacité totale d'environ 400 mégawatts.

3880

mégawatts issue de sources renouvelables pour la période de 2021 à 2024

Le transport maritime international à l'heure des nouveaux défis

Les sinistres maritimes restent à des niveaux historiquement bas, mais la Covid, les méga-navires, la chaîne d'approvisionnement et le climat apportent de nombreux défis. Voici lesquels.

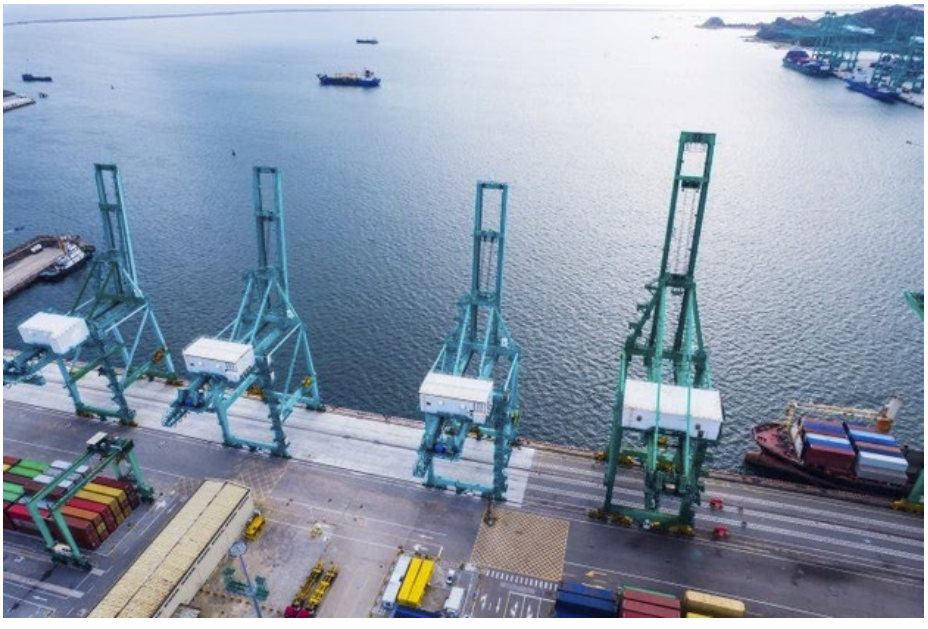
Le transport maritime international a poursuivi sa tendance positive à long terme en matière de sécurité au cours de l'année écoulée. Le secteur doit pourtant relever les défis liés à la Covid. Il doit aussi tirer les enseignements de l'incident du porte-conteneurs Ever Given dans le canal de Suez et se préparer aux risques cyber et climatiques. Selon le Rapport annuel sur la sécurité maritime 2021de l'assureur maritime Allianz Global Corporate & Specialty SE (AGCS), le nombre de grands navires perdus est resté à un niveau historiquement bas en 2020. Les incidents déclarés ont également diminué en année glissante. Comme le souligne d'ailleurs le Responsable Mondial du Conseil en risques maritimes chez AGCS, le Capitaine Rahul Khanna, le transport maritime a bien résisté à la pandémie de Covid-19. Les volumes de commerce sont importants et différents segments de l'activité connaissent actuellement une reprise. Pour preuve également, les sinistres totaux sont à des niveaux historiquement bas pour la troisième année consécutive. Mais, rappelle encore Rahul Khanna : « Des nuages s'accumulent à l'horizon. La crise des équipages, les problèmes causés par les grands navires, les préoccupations liées aux retards et aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement, ainsi que le respect des objectifs environnementaux posent d'importantes difficultés de gestion des risques aux armateurs et à leurs équipages. »

Facteurs liés à la Covid-19

Malgré l'impact économique catastrophique de la Covid-19 les conséquences sur le commerce maritime ont été moins importantes qu'initialement prévu. En 2020, les volumes de commerce maritime à l'échelle mondiale sont sur le point de dépasser ceux de 2019. La reprise reste cependant fragile. Les retards dans les ports, liés à la Covid-19, et les problèmes de gestion de la capacité de transport ont entraîné une congestion aux heures de pointe et une pénurie de conteneurs vides. En juin 2021, le nombre de cargos attendant d'entrer dans des ports surchargés a atteint un record de 300. Par ailleurs, la durée nécessaire pour qu'un porte-conteneurs obtienne un poste d'amarrage a plus que doublé depuis 2019. La relève des équipages a aussi provoqué une véritable crise humanitaire qui touche la santé et le bien-être des gens de mer. En mars 2021, pas moins de 200 000 marins seraient encore à bord de navires dans l'impossibilité d'être rapatriés en raison des restrictions imposées par la Covid-19. Des périodes prolongées en mer peuvent engendrer une fatigue mentale et affecter la capacité de prendre des décisions, ce qui finit par impacter la sécurité maritime. Des incidents de navigation se sont

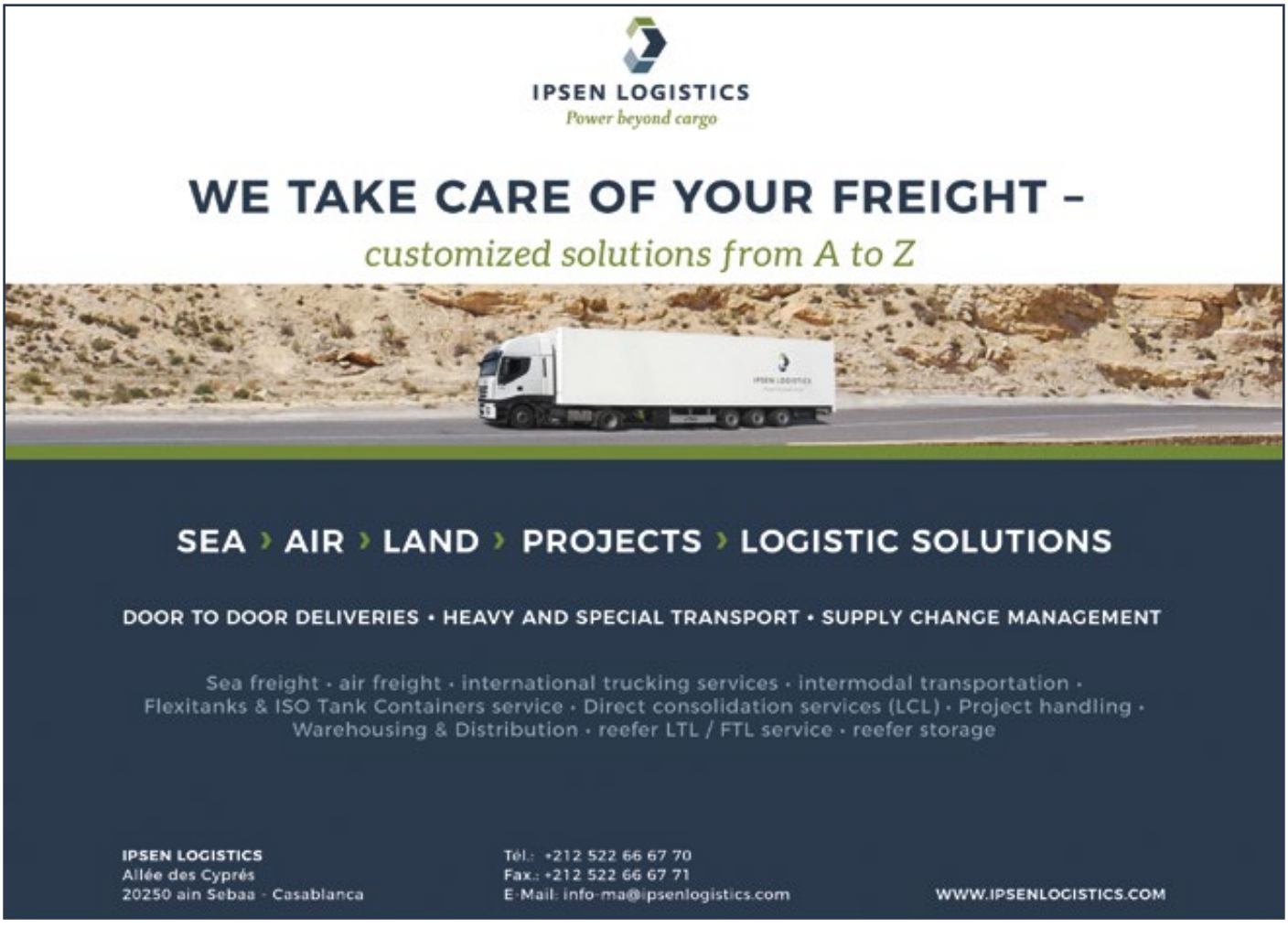
- 49 grands navires perdus dans le monde l'année dernière. Les sinistres totaux chutent de 50% en 10 ans et les incidents de navigation (2 703) baissent en année glissante.
- Le secteur maritime résiste à la pandémie, mais la crise des relèves d'équipages a des conséquences à long terme. Les retards dus à la Covid et la hausse de la demande de transport maritime augmentent le coût des sinistres. Une mauvaise maintenance des navires pourrait également causer de futurs sinistres.
- L'incident du canal de Suez montre que l'augmentation de la taille des navires continue de créer des risques disproportionnés, qui s'accompagnent d'échouements et de sauvetages onéreux. Les incendies et les pertes de conteneurs en mer sont fréquents.
- La région maritime de la Chine méridionale, de l'Asie du Sud-Est, de l'Indonésie et des Philippines enregistre le plus grand nombre de sinistres dans le monde.

déjà produits avec des équipages qui avaient dû rester trop longtemps à bord. La formation du personnel s'en ressent et les conditions de travail compliquent le recrutement. De futures pénuries de main-d'œuvre pourraient avoir un impact sur la demande de transport maritime, alors que le commerce international amorce sa reprise. Si la Covid-19 a causé jusqu'à présent un nombre limité de sinistres maritimes directs, le secteur a continué d'afficher une sinistralité élevée. À l'avenir, les assureurs pourraient assister à une multiplication des sinistres dus à des pannes de machines, si la Covid-19 affecte la capacité des équipages à suivre les calendriers de maintenance ou les protocoles des constructeurs.



A navires plus grands, dangers plus importants

Le blocage du canal de Suez par le porte-conteneurs Ever Given en mars 2021 est le plus récent événement sur la longue liste des incidents impliquant de grands navires, également appelés méga-navires. Les compagnies maritimes augmentent la taille de leurs navires afin de réaliser des économies d'échelle et réduire leur consommation de carburant. Aujourd'hui, les plus grands porte-conteneurs franchissent



la barre des 20 000 EVP et des navires aux dimensions encore plus importantes sont en cours de construction. La capacité des seuls porte-conteneurs a bondi de 1 500 % en cinquante ans et a plus que doublé au cours des quinze dernières années. Dans le cas des grands navires, les risques sont uniques en leur genre et la gestion des incidents est plus complexe et onéreuse. Même si les chenaux d'accès aux ports existants ont pu être dragués plus profondément et les quais et postes d'amarrage étendus pour accueillir de grands navires, la taille globale des ports est restée identique. En conséquence, une erreur de navigation peut être plus souvent synonyme de collision pour les porte-conteneurs géants. En effet, si le navire Ever Given n'avait pas pu se dégager, son sauvetage aurait nécessité de longues opérations pour décharger ses quelque 18 000 conteneurs, à l'aide de grues spécialisées. Autre exemple, en 2019, l'enlèvement de l'épave du grand roulier Golden Ray, qui avait chaviré dans les eaux américaines avec plus de 4 000 véhicules à son bord, avait pris plus d'un an et demi et coûté plusieurs centaines de millions de dollars. Par ailleurs, les incendies de grands navires se sont multipliés ces dernières années. Un nombre inédit de 40 incendies de cargaison a été enregistré sur la seule année 2019 Sur tous types de navires confondus, les incendies et explosions entraînant des sinistres totaux ont encore augmenté en 2020. Ils ont atteint le chiffre record de 10 sur quatre ans. Les incendies se déclenchent souvent dans les conteneurs. Ils peuvent avoir pour origine l'absence ou l'irrégularité de déclaration de marchandises dangereuses, notamment de produits chimiques ou de batteries. Dans le cas d'une déclaration irrégulière, les marchandises peuvent être mal emballées ou stockées. Cela peut provoquer un départ de feu ou compliquer la détection et la lutte contre l'incendie. Des incidents majeurs ont montré que les incendies de conteneurs pouvaient rapidement devenir incontrôlables. Dans ces situations, l'équipage quitte le navire pour des raisons de sécurité, ce qui augmente la gravité du sinistre.

Les retards et perturbations sur les chaînes d'approvisionnement

À la suite de plusieurs événements récents, la résilience de la chaîne d'approvisionnement maritime a fait l'objet de préoccupations croissantes. L'incident du porte-conteneurs Ever Given a provoqué une onde de choc dans les chaînes d'approvisionnement mondiales qui dépendent du transport maritime. Il a aggravé les retards et les perturbations déjà causés par les différends commerciaux, les phénomènes météorologiques extrêmes, la pandémie et la hausse

les Rencontres africa 2021

L'évènement *business* pour réussir en Afrique

Lomé, Togo

À l'Hôtel du 2 Février

Le 5 octobre

Journée de conférences et networking

Le 6 et 7 octobre

Journées de rendez-vous BtoB

OCTOBRE 2021

Avec le soutien de :

Partenaires :

INFOS ET INSCRIPTIONS

www.rencontresafrica.org

ORGANISÉ PAR

de la demande de marchandises et de produits conteneurisés. À l'avenir, le secteur maritime doit notamment mieux anticiper et atténuer les impacts des événements météorologiques extrêmes, remarque le capitaine Andrew Kinsey consultant senior en risques maritimes chez AGCS. Une prévision météorologique plus précise et la technologie aideront les compagnies maritimes à planifier et à prendre des mesures pour éviter les sinistres. Elles pourraient ainsi, par exemple, reporter un départ, prévoir un abri ou dérouter le navire vers un autre port.

Contexte environnemental

L'année dernière, la teneur en soufre autorisée dans les carburants marins a été abaissée. Connue sous le nom d'OMI 2020, cette réglementation devrait réduire de 77% les émissions toxiques d'oxydes de soufre (SOx) du transport maritime. Jusqu'à présent, la transition s'est déroulée plus facilement que beaucoup ne le craignaient. Cependant, les assureurs ont enregistré plusieurs sinistres pour bris de machine sur des épurateurs qui éliminent les SOx des gaz d'échappement émis par les navires utilisant du fuel-oil lourd. Dans certains cas, des carburants à faible teneur en soufre ont causé de graves dommages et des sinistres importants en raison du coût des réparations et des pertes d'exploitation dues à l'indisponibilité de pièces détachées indispensables.

Principales zones exposées aux sinistres et aux incidents

Selon le rapport, la région de la Chine méridionale, de l'Asie du Sud-Est, de l'Indonésie et des Philippines a enregistré le plus grand nombre de sinistres (224 navires) sur la dernière décennie. La forte activité commerciale locale et internationale, la saturation des ports et des routes maritimes, l'âge des flottes et l'exposition aux événements météorologiques extrêmes en sont les principales causes. Sur les 876 sinistres maritimes survenus sur les dix dernières années, la moitié, soit 437, s'est produite au sein de l'ensemble des régions maritimes de la Chine méridionale, de l'Asie du Sud-Est, de l'Indonésie et des Philippines, de l'est de la Méditerranée et de la mer Noire, du Japon, de la Corée et de la Chine septentrionale. La région des îles Britanniques, de la mer du Nord, de la Manche et du golfe de Gascogne a enregistré le plus grand nombre d'incidents déclarés (579). Ce chiffre est toutefois en baisse par rapport à l'année précédente. Enfin, les navires le plus souvent accidentés en 2020 ont été un ferry des îles Grecques et un roulier naviguant dans les eaux canadiennes, tous deux impliqués dans six incidents différents.

ON THE GROWTH TRACK

Ethiopia **agrofood**

- agro
- food + bev tec
- food ingredients
- food + hospitality

AGRO TECH ETHIOPIA

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

www.fairtrade-messe.de

fairtrade 30

À quand la reprise du secteur ?

Même si les recettes touristiques en constante détérioration depuis les sept premiers mois de 2021 ont été malgré tout compensées par l'explosion des transferts des MRE, tous les opérateurs du secteur attendent la reprise impatiemment. Bilan.

C'est une réalité : depuis le début de la crise en mars 2021, les recettes touristiques ont opéré une baisse progressive jusqu'à s'effondrer véritablement. Selon quelques spécialistes du secteur, le recul de 42,8% lors des sept premiers mois de 2021, par rapport à la même période de 2020, aurait entraîné une baisse de 30 à 40% des recettes totales de voyages au terme de l'année. Celles-ci plafonneront entre 21 et 25 MMDH contre 36,4 MMDH l'an passé et près de 80 milliards de DH en 2019. Or, les chiffres des recettes de voyage en devises récoltées (Entre Janvier et juillet 2021) ont mis en évidence la poursuite de la détérioration de ce poste qui est passé à 13,046 milliards de DH à fin juillet (MMDH) contre 22,807 MMDH pour la même période une année auparavant. S'il y a lieu de s'inquiéter de la poursuite de la baisse des recettes du tourisme, il faut quand même se féliciter de l'importante hausse des transferts des MRE qui ont fait un bond de 45,6%.

Un été plus que mitigé

Peu ou pas de touristes étrangers qui représentent l'essentiel des recettes de voyage et ... aucune visibilité quant à leur prochaine arrivée au Maroc. Deux faits majeurs qui ne font que confirmer l'effondrement des recettes touristiques malgré en-deçà de ce que les opérateurs imaginaient. Cela s'explique par le fait que la crise n'a vraiment commencé qu'après le 1er trimestre 2020 qui avait réalisé un bon chiffre de 19,2 MMDH contre 19, 61 MMDH pour les trois premiers mois de l'année 2019 avant l'arrivée de la crise.

La reprise, oui mais quand ?

Après avoir vacciné plus de 50% de la population, le ministère de la Santé a annoncé récemment que le « pass » vaccinal pourrait être exigé pour accéder aux hôtels et restaurants touristiques. Si aucune date d'entrée en vigueur de cette décision n'a été précisée, deux sources autorisées du gouvernement et de la CGEM, ainsi qu'un représentant de la Confédération nationale du tourisme, confirment que cette mesure devra être la priorité du gouvernement sortant ou du prochain pour booster un secteur

sinistré. Le Ministère de la Santé aurait d'ailleurs déjà prévenu que le Maroc s'apprête à suivre l'exemple de la France à savoir l'obligation de présenter un pass vaccinal pour toute entrée dans un lieu public : hôtels, restaurants, cafés, hammams et autres lieux de divertissements en seront bientôt plus accessibles qu'à cette seule condition. L'idée serait de pouvoir sécuriser les lieux touristiques et accélérer le processus de vaccination. Une mesure où rigueur et sécurité sont incontournables pour revenir à la normale. En effet, expliquent les spécialistes, l'adoption du « pass » vaccinal devrait pouvoir limiter les risques de contamination dans les espaces publics fermés et rassurer les touristes étrangers désireux de venir séjourner au Maroc. Là-dessus, le gouvernement, la CGEM et l'ensemble des opérateurs du tourisme sont unanimes et solidaires quant à la prochaine proclamation de cette mesure. A ce jour, nul besoin d'une majorité parlementaire pour l'application d'un décret d'application mais de l'aval de l'actuel gouvernement sortant qui pourrait l'imposer dans le cadre de l'état d'urgence sanitaire valable jusqu'au 31 octobre 2021.

Le patronat sous pression

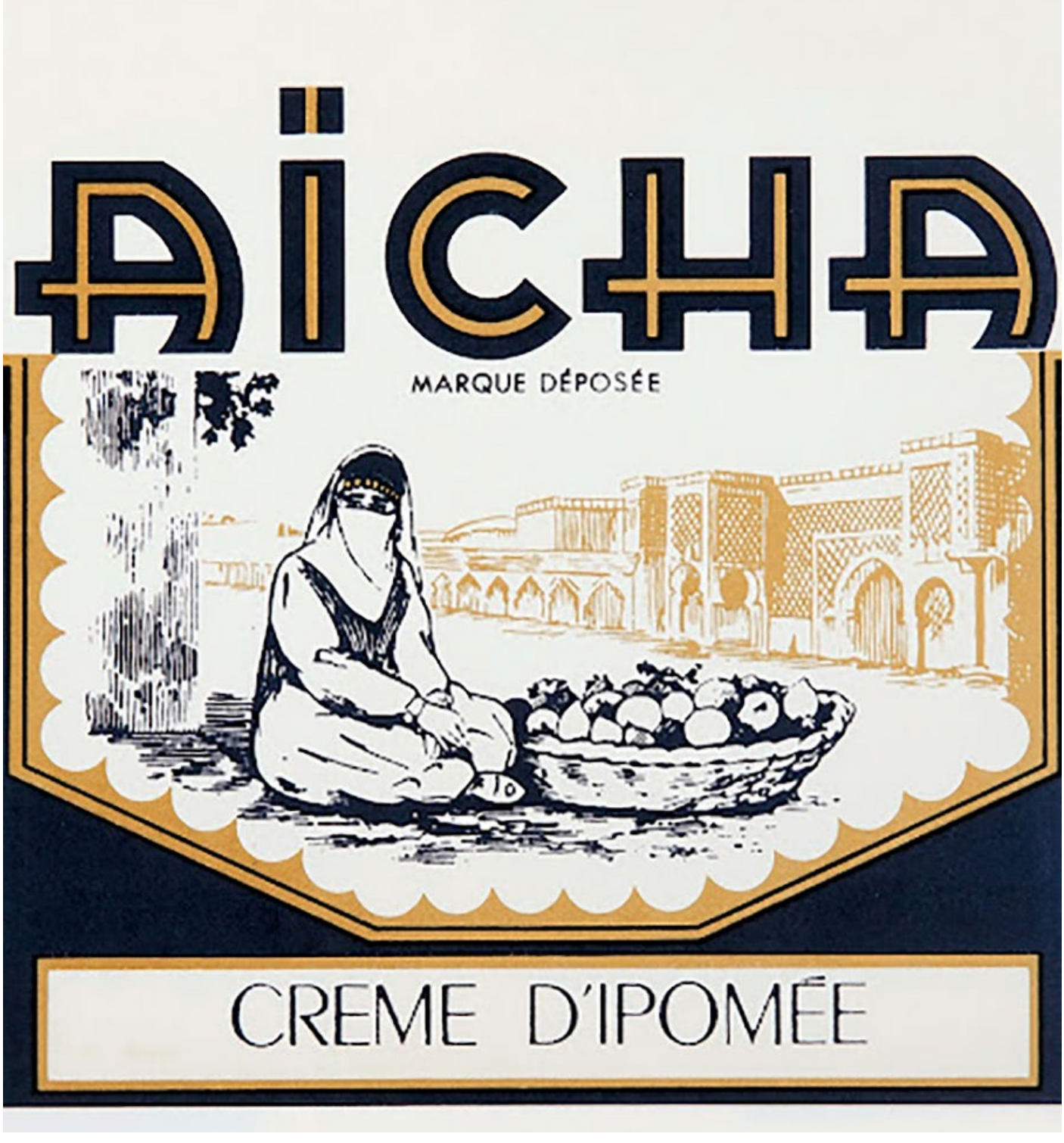
Nombre d'influents patrons craignent avec cette crise sans précédent, la perte de gros marchés d'affaires. La CGEM s'est d'ailleurs souvent réunie depuis la rentrée afin de convaincre les autorités d'adopter le plus rapidement possible, le « pass » vaccinal », aujourd'hui, sésame si l'on en croit d'un retour à la normale. Pour les opérateurs touristiques affiliés à la CGEM, le Maroc n'a d'autres choix que de suivre le modèle français, car non seulement nous risquons de perdre plusieurs marchés étrangers, mais de plus, la poursuite de l'inaction ne fera qu'aggraver l'agonie en cours des entreprises du secteur. Verdict ? Plus le temps passe, moins le secteur sera à même de retrouver ses niveaux d'avant-crise. Autre scénario catastrophe envisagé ? Que les touristes étrangers adoptent d'autres réflexes de consommation, et, que ceux qui venaient habituellement au Maroc préfèrent désormais séjourner dans d'autres pays où leur pass sanitaire sera valable.

Les opérateurs privés en détresse

Aucune campagne destinée à promouvoir le tourisme domestique n'aura été suffisamment convaincant pour espérer la relance prévue à l'entrée de la saison estivale 2021. Tel est le constat de très nombreux opérateurs hôteliers qui déclarent par ailleurs que l'urgence réside notamment dans la nécessité de faire venir les touristes étrangers alors que les réservations pour cette fin d'année 2021 avoisinent déjà le zéro. Outre le « pass » vaccinale, gouvernement, patronat et opérateurs souhaitent au plus vite trouver LA mesure qui leur permettra de retrouver une capacité d'accueil normale et de repousser les horaires de fermeture. Le couvre-feu étant à lui seul, un frein qui impacte considérablement le chiffre d'affaires.

LA MARQUE AÏCHA

QUAND UN PRÉNOM SE FAIT UN NOM !



Voici la mascotte dessinée dans les années 70 par Uderzo et Goscinny.

L'histoire de la célèbre marque Aïcha commence en 1929 à Meknès, surnommée à l'époque « le petit Paris » ou encore la « Versailles du Maroc » où beaucoup d'européens à l'époque avaient décid » de s'y installer. Dont Paul Sibut, le fondateur de la marque.

Les années fondatrices sont d'abord celles qui correspondent à la petite usine de conserves – 400m2 – que possédait Paul Sitbut et dans laquelle il fabriquait une multitude de produits dont la fameuse confiture de patates douces « Crème d'ipomée », des fruits en sirop, etc. Paul Sitbut s'était pour autant associé à Monsieur Neyron et c'est ensemble qu'ils développèrent un grand nombre de produits en conserves. Et même si la poupée Aïcha n'existait pas encore, les deux fondateurs de la marque pensaient déjà à un personnage pour incarner deux produits phares : la confiture de patates douces et la gelée de coings. A quoi ressemblait-il ? A une femme marocaine vétue d'une longue dejellaba noire de la tête aux pieds. Elle était systématiquement représentée assise à même le sol devant la célèbre Bab el Mansour, l'une des plus belles portes de Meknès. Cette femme existe encore mais uniquement sur les pots de crème d'ipomée et son look a été modernisé. Alors, d'où vient le prénom Aïcha qui est le nom de la marque ? A l'origine, il semblerait que se soit le prénom d'une des employées de l'usine... c'était en 1929, la marque était née !

Une première esquisse et le personage est né.

La famille Devico ou la grande aventure de Aïcha

L'histoire de cette marque prend son véritable essor en 1962, quand la famille Devico rachète l'usine de Sibut et Neyron. Entre 1929 et 1962, la totalité de la production était destinée à l'export, pour les marchés américains et européens, avec des produits phares comme la truffe blanche, les fruits au sirop et les légumes en conserve. Avec le rachat de la petite usine, Mardochée Devico décide de bâtir une industrie. Révolue l'époque du simple approvisionnement de produits compliqués à trouver comme les chapignons ou la truffe blanche. Devico rachète la société des Conserves Nora et là, c'est un démarrage historique. Aïcha est vraiment née cette fois. Et le marché local est une priorité.L'usine est agrandie et la production diversifiée, pour mieux répondre aux besoins locaux. Les conserves de Meknès (LCM) étendent alors leur savoir-faire au concentré de tomates, à l'huile d'olive et aux huiles raffinées. Ipso facto, Aicha a su au fil du

En 1976 on produisait 200 000 boîtes par saison. Des confitures de figues, de pêches, de prunes mais surtout d'abricot.

Voici la mascotte dessinée dans les années 70 par Uderzo et Goscinny.

temps conquérir les cœurs et le marché grâce à une exigence constante de qualité et d'authenticité qui lui a permis de devenir une référence du secteur agroalimentaire, à l'échelle nationale et internationale.

Une véritable expertise agro-industrielle

Parallèlement à son effort dans les domaines de l'industrie et du marketing, LCM dirigé par Mardochée Devico, s'est toujours attaché à développer ses activités agro-industrielles afin d'assurer la maîtrise de ses approvisionnements en matières premières. Ce qui a permis à la société d'acquérir une expérience remarquable dans la culture de la fraise, de la tomate et de l'olive, et un savoir-faire qu'elle étend à tous les fruits qu'elle transforme. En 1976, en partenariat avec l'ENA (École Nationale d'Agriculture), LCM contribue activement à la réintroduction et au développement de la culture de la fraise, en mettant en place de parcelles démonstratives ouvertes aux agriculteurs du périmètre du Dradder et de la région Gharb Loukkos. En 1999, LCM met en place un partenariat avec les sociétés SODEA et SOGETA concernant la culture de la tomate pour l'industrie. LCM met à disposition des deux entités les moyens financiers nécessaires, en contrepartie d'un engagement à produire de la tomate sous contrat. Les cultures sont conduites en goutte à goutte et avec des variétés hybrides. En 2002, la marque implante un programme similaire à celui de la culture de la fraise, pour introduire la production de la tomate industrielle dans la région de Fès-Meknès, et ce en partenariat avec des organismes de recherche et développement marocains (IAV, INRA, Université Hassan II et ENA de Meknès). En 2004, l'entreprise introduit les cultures de framboises, groseilles, cassis et myrtilles en partenariat avec l'USAID (agence américaine de développement agricole). Dans le cadre du libre-échange avec les USA, Les Conserves de Meknès développent des parcelles expérimentales de variétés californiennes de fruits rouges, assurant une alternative à la fraise, en offrant de nouveaux axes de développement pour la région du Gharb.

Les premières confitures Aïcha

Dans l'usine des Conserves de Meknès

achetée en 1962, les confitures étaient concoctées artisanalement, dans des bassins en cuivre. Deux sertiseuses à pied fermaient les boites en métal et deux ou trois autoclaves permettaient la pasteurisation. Dans les confitures, il n'y avait pas de stérilisation : le sucre était déjà un autoconservateur donc, la pasteurisation suffisait. Les boîtes d'un kilo etaient ensuite étiquetées par les femmes. En 1976 on produisait 200 000 boîtes par saison. Des confitures de figues, de pêches, de prunes mais surtout d'abricot, le produit phare de LCM. En 1976, l'objectif phare fut aussi de ne plus exporter sa matière première mais de l'utiliser pour fabriquer de la confiture. Ainsi, en même temps qu'il part à la conquête du marché local, Mardochée Devico lance véritablement la marque Aïcha. Coup de chance, la TVM s'ouvre aux marques et à la publicité... C'est l'aubaine !

La légende Aïcha

Au milieu des années 70, la marque a non seulement un visage mais un projet d'émission qui porte le nom de la marque. C'est Devico en personne qui peaufine le scénario avec les Studios Idéfix et qui arrive par sa pugnacité légendaire à convaincre la TVM seule chaîne télévisée de l'époque de programmer la toute première apparition de la marque, soutenue par un petit film d'animation destiné aux enfants qui connut dès sa première apparition, un vrai succès. C'est donc en 1977 que le programme « Bonsoir les enfants » est diffusée sur la télévision marocaine. 20 ans plus tard, la marque connaît un franc succès en réadaptant la chanson Aïcha de Khaled pour les besoins d'une publicité. La petite poupée à tresses est devenue une star qui attire les stars, fait écho à des millions de souvenirs pour les petits comme les grands et donne lieu encore à de nombreuses aventures...

Un succès national

Au cœur du succès de la marque ? La transparence, la sécurité alimentaire ou encore l'innovation constante portée par une politique commerciale qui défie constamment la monotonie. Diversifier et offrir une large gamme de produits et, optimiser la distribution et l'ouverture vers de nouveaux marchés nationaux et internationaux, tels sont les objectifs clés de la marque. Les consommateurs étant de plus en plus exigeants, les produits se sont ancrés dans l'esprit et le cœur des gens de façon naturelle et maintenant depuis plus de 90 ans. Peut-être verrons-nous un jour sur nos linéaires, d'autres produits étiquetés Aïcha : café ? Couscous, biscuits, etc... C'est dire la fierté et la confiance que l'on peut accorder à cette icône de notre patrimoine national.

La marque se diversifie tout en gardant son identité.

Ferrero sur le podium

Alors que Ferrero vient d'annoncer le lancement de ses tablettes Rocher pour le mois prochain, le groupe est une nouvelle fois sacré par Nielsen dans le classement des meilleurs lancements 2021 en HM SM. L'Italien place deux gammes aux deux premières places sur un périmètre purement alimentaire. Ses glaces Ferrero Rocher et Raffaello ont généré 6 M€ de chiffre d'affaires au bout de trois périodes, tandis que les biscuits Kinder Happy Hippo ont apporté 2,4 M€. Pour mémoire, le groupe avait été numéro un en 2020 (Kinder Cards), en 2019 (Nutella Biscuits), en 2018 (glaces Kinder) et en 2016 (Nutella B-ready).

Une rentrée qui pétille pour les Eaux Minérales d'Oulmès !

Le Conseil d'Administration des Eaux Minérales d'Oulmès s'est réuni le 10 septembre afin d'examiner l'évolution de l'activité et arrêter les comptes au 30 juin dernier. Au titre du premier semestre, Les Eaux Minérales d'Oulmès a réalisé un chiffre d'affaires (CA) consolidé de 742,8 MDH, en hausse de 18%. La marque a profité de la reprise de la consommation et de l'allégement des restrictions liées à la crise sanitaire. Durant ce semestre, la plateforme e-commerce dédiée à la vente en ligne des produits du groupe a accéléré son développement, couvrant davantage de villes avec son service de livraison à domicile. Par ailleurs, le Groupe a dévoilé la nouvelle identité de son produit emblématique Oulmès, qui été élu produit de l'année 2021 selon une étude menée par l'Institut Nielsen Maroc.

Barilla sublime les légumineuses

Barilla, l'un des leaders mondiaux des pâtes vient de lancer trois produits 100% légumes secs pour découvrir des nouvelles saveurs. Avec sa gamme Légumineuses la marque italienne s'invite dans nos assiettes avec les Penne de lentilles de corail, les Fusilli de lentilles de corail et les Casarecce de pois chiches. Ces pâtes de légumineuses apportent de nouvelles couleurs, l'orange pour les Penne et les Fusilli grâce à un seul ingrédient, les lentilles corail et le beige pour les Casarecce grâce aux pois chiches. Avec cette nouvelle gamme, Barilla répond aux attentes des consommateurs en leur offrant des produits sans gluten, riches en protéines et en fibres : les Penne et les Fusilli de lentilles de corail contiennent 25 % de protéines et 12 % de fibres de plus que les pâtes traditionnelles. Les Casarecce de pois chiches, 21 % de protéines et 14 % de fibres supplémentaires. Ces pâtes de légumineuses se cuisinent et se savourent comme des pâtes sèches : en belles salades ou accommodées à l'italienne avec du parmesan. Au rayon pâtes dans les GMS. A partir de 55 DH.

Nouveau logo chez Pringles

La marque fétiche de chips Pringles s'offre un coup de jeune avec un logo plus minimaliste et clairement inspiré du graphisme des émoticônes. C'est une première pour la marque qui n'avait pas vu changer son logo depuis 20 ans. Le principe pour la nouvelle « bouille » de Monsieur P, mascotte légendaire de Pringles ? Une identité plus aisément identifiable et surtout déclinable à l'envi : heureux, triste amoureux ou hilare, Monsieur P s'anime sous différentes émotions alors que son nœud papillon gagne en volume pour intégrer le nom de la marque et offrir à l'ensemble un rendu encore plus percutant. Tout est là désormais pour continuer d'amuser la cible des 18-35 ans. En vente dans les épiceries et GMS agréées. Prix variable.

Le Mardi Pasta du Royal Mansour Marrakech

Fidèle à son perpétuel désir de surprendre et se réinventer, Royal Mansour Marrakech esquisse pour ses convives la trame de fond d'un délicieux voyage au cœur de l'Italie du goût et de ses incontournables gastronomiques avec « Pasta Mardi ». Une belle découverte.

7ème ciel gastronomique

Rendez-vous hebdomadaire des férus de la cucina italiana, «Pasta Mardi» propose une expérience inédite à la découverte des saveurs de l'Italie. Ce menu dégustation complet, soigneusement élaboré par les équipes du chef triplement étoilé Massimiliano Alajmo, est une escale au cœur de la gastronomie italienne, mêlant goût, générosité et passion entre terre et mer.

Ainsi, en complément du divin menu du Sesamo, le restaurant invite à découvrir ces menus éphémères et fait la promesse d'une nouvelle sélection « Pasta Mardi » à chaque visite.

Proposé tous les mardis au restaurant Sesamo, aux services du déjeuner et dîner, le rendez-vous « Pasta Mardi » propose une sélection de 7 mets plus surprenants les uns que les autres. Au menu, au gré des produits de saison, seront proposés les créations des chefs : Paccheri aux crevettes royales, Fiocchi de calamars frits dans leur sauce aux coquillages sans oublier la fameuse bolognaise réalisée dans le respect de la tradition italienne profonde... À chaque semaine une dégustation différente, pour le plus grand plaisir des fins gourmets.

Menu de 7 plats proposé au tarif de 700 MAD par personne.
Réservations : Tel. +212 529 80 80 80 ou restauration@royalmansour.ma

Recette

Recette de chef ISSAM RHACHI

Chef exécutif du Fouquet's Marrakech

«Le design de mes assiettes tourne autour d'éléments simples, attirants et savoureux. Les 3 étapes que je suis dans chacune de mes créations, sont les suivantes : Le choix de l'assiette adéquate, des couleurs harmonieuses ou sous une même thématique, une texture envieuse et une belle présentation qui regroupe tous ses éléments pour le plaisir des gourmets.»

Méchoui de souris d'agneau en pastilla, asperges, champignons et jus corsé aux saveurs du pays

Ingrédients

Souris d'agneau

- 8 pièces de souris d'agneaux
- 2 pièces de citron confit
- 2 gousses d'ail
- 15 g de cumin
- 3 g de pistil de safran
- 2 cas d'huile d'olive
- 2 litres de fond blanc d'agneau

Pastilla

- 8 feuilles de pastilla

Légumes

- 1 botte d'asperges
- 2 pommes de terre
- 2 kg oignons
- 20 g champignons de Paris
- 250 ml jus brun d'agneau

Recette

Marinez les souris d'agneau avec tous les ingrédients.

Dans une cocotte, mettez les souris d'agneau, ajoutez le fond blanc d'agneau, laisser cuire pendant 2h30 à frémissement.

Décantez la viande et effilochez-la, ensuite laissez-la sauce réduire.

A la fin, montez la sauce au jus brun d'agneau.

Torréfiez les amandes et faites tomber les oignons en mouillant avec le jus de cuisson, laissez compoter.

A l'aide d'un emporte-pièce, dressez les feuilles de la pastilla et montez-la dans cet ordre : effiloché de viande, tombée d'oignons et amandes torréfiées.

Dressez soigneusement avec les légumes

Servez avec le jus d'agneau.

Lacasem

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

SAKAN QARAOUI

La solution du Crédit Agricole du Maroc pour financer votre résidence en milieu rural

N'attendez plus, répondez à l'appel de l'air pur !

Le Crédit Agricole du Maroc innove et lance le produit « **SAKAN QARAOUI** » pour faire de la campagne votre lieu de résidence principale ou secondaire.

« **SAKAN QARAOUI** » est destiné au financement de l'achat de terrains en milieu rural, à la construction du logement et à l'aménagement de l'exploitation.

Pour être éligible, les projets devront être respectueux de la nature, les investissements écologiques seront particulièrement encouragés : installation d'énergie solaire, cultures bio, goutte à goutte, etc...

CREDIT AGRICOLE DU MAROC

UN ENGAGEMENT DURABLE

www.creditagricole.ma