50MAD / 6€ / 7$

Décembre 2021 - N°122

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

DOSSIER
LE CACAO
Matière première mondiale menacée

BUSINESS
FENAGRI Un acteur majeur
Aux côtés des entreprises

INSIGHT
Boulangerie-Pâtisserie & chocolat
UN MONDE QUI CHANGE

AGRUMICULTURE
FORCE VIVE DU PAYS

ECONOMIE
Investissements étrangers
DES REFORMES VALORISANTES

NIGERIA NO. 1 IN AFRICA

Nigeria
agrofood

Nigeria
plastprintpack

7th International Trade Show

22 – 24
March 2022

Landmark Centre
Lagos
www.agrofood-nigeria.com
www.ppp-nigeria.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

RESAGRO
Le mensuel des décideurs

DIRECTEUR DE PUBLICATION
Alexandre Delalonde

RÉDACTRICE EN CHEF
Sofia Benadi

DIRECTEUR ARTISTIQUE CHEF DE PROJETS WEB
Mohamed El Allali

CONSULTANT EN PUBLICITÉ
Yves Hazette
yves.resagro@gmail.com

SERVICE COMMERCIAL
contact@resagro.com
(+212) 522 249 239
(+212) 672 22 76 10
(+212) 672 22 76 58

CORRESPONDANTE FRANCOPHONE
Dominique Pereda
dpereda@resagro.com
pereda.resagro@gmail.com

CORRESPONDANTE ANGLOPHONE
Fanny Poun
fanny@resagro.com

CORRESPONDANTE HISPANOPHONE
Laetitia Saint-Maur
laetitia@resagro.com

RESPONSABLE DISTRIBUTION
Morad Qerqouri

IMPRIMEUR
ALPHA PRINT 47 rue Omar Slaoui - Mers Sultan, Casablanca.

ÉDITO

2022, l'année des nouveaux chantiers.

A nouvelle année, nouveaux chantiers. Et des chiffres pour le moins encourageants qui ne sont pas sans rappeler les paroles de notre Souverain qui avait lors d'un discours devant le Parlement, annoncé un taux de croissance supérieur à 5, 5% cette année. La reprise largement souhaitée et annoncée est pourtant soutenue par la campagne de vaccination massive qui s'est tenue sans faille et sans relâche : "La reprise devrait se poursuivre, soutenue par les progrès notables de la campagne de vaccination" déclarait il n'y a pas si longtemps, Bank Al-Maghrib dans un communiqué. Plus précisément, le dernier bilan fait état de plus de Plus de 20,5 millions de Marocains qui ont reçu deux doses de vaccin contre la Covid-19 (sur une population de 36 millions), selon le dernier bilan du ministère de la Santé. Des mesures sanitaires qui permettraient, toujours selon nos institutions de garantir sur un rebond de la croissance. Mais pas seulement ! Ce dernier doit impérativement s'appuyer sur la "la très bonne campagne agricole, le stimulus budgétaire ainsi que l'orientation accommodante de la politique monétaire", ajoute la Banque centrale.

On ne le rappelle jamais assez mais c'est encore plus vrai que d'ordinaire : l'agriculture est le premier secteur de l'économie marocaine. D'ailleurs, la Campagne Agricole se poursuit sous les meilleurs auspices même si l'inflation devrait s'établir à 1,6% en 2022 contre 0,7% en 2020. Gageons que le Nouveau Modèle de Développement qui trace toutes les priorités socio-économiques pour ne pas dire les « urgences » nous fera d'ores et déjà franchir le pas de l'année 2022 avec la réduction des profondes disparités sociales et territoriales qui affectent notre pays tout entier. Nous ne pouvons qu'adhérer à toutes ces volontés qui marquent de plain pied, une forme de renouveau.

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.

Reproduction interdite sauf accord de l'éditeur.

SOMMAIRE

16

24

ÉDITO
03

PÉRISCOPE
06

BUSINESS
12
Hamid Felloun FENAGRI

DOSSIER DU MOIS
16
Spécial Cacao : origines, cultures, une richesse

ECONOMIE
24
Comment se portent les investissements ? Le bilan

AGRICULTURE
28
Lancement de la nouvelle campagne agricole

DEVELOPPEMENT DURABLE
32
Bilan du Symposium sur l'irrigation au Maroc

AU COEUR DE LA SAISON...
34
Les agrumes : depuis la culture jusqu'à nos corbeilles

INSIGHTS
38
Les alternatives au beurre chez les professionnels

TOURISME
42
La diversification de l'offre hôtelière actuelle

CONSO
46
Les nouveautés dans les rayons

A TABLE !
48
Ces gâteaux de fêtes qui font rêver

Une connectivité en phase avec les enjeux de croissance de mon entreprise

Business Internet

Bénéficiez d'une solution Internet fiable, managée de bout en bout et offrant des niveaux de performance et de sécurité élevées.

Pour plus d'informations, consultez notre site web entreprise.orange.ma

Cette offre est valable pour les entreprises. Plus d'informations sur entreprise.orange.ma

Ensemble, réinventons l'entreprise !

Vous rapprocher de l'essentiel

orange™

PÉRISCOPE

AGRICULTURE

LA NOUVELLE COMMUNICATION DE ARRIGONI

“Green healthcare” : telle est la philosophie du groupe. Arrigoni aborde les questions environnementales en combinant durabilité et entrepreneuriat dans l'ADN de l'entreprise. C'est sur ces deux thèmes qu'Arrigoni a concentré la nouvelle campagne de communication, à commencer par une vidéo d'entreprise originale qui raconte comment sa haute technologie durable appliquée à l'agriculture peut être la clé pour répondre aux défis environnementaux de la planète : nourrir 9 milliards de personnes, préserver les sols de la dégradation et de la pollution et l'eau de l'exploitation intensive, cultivant des produits sains en abondance en minimisant l'utilisation de pesticides, tout en protégeant les cultures des événements climatiques les plus extrêmes. La vidéo présente au public les concepts qui inspirent la mission d'Arrigoni et utilise le langage des documentaires sur les questions environnementales. L'enjeu est de contribuer avec des solutions agro textiles au développement d'une agriculture innovante, répondant aux problématiques du présent et du futur : lutter contre le changement climatique, la croissance démographique, la réduction et le recyclage des déchets.

SPONSORING

VIVO SPONSOR EXCLUSIF DE LA COUPE ARABE...

Vivo a annoncé qu'il s'était associé à l'un des plus grands événements sportifs du monde cette année - la Coupe arabe de la FIFA Qatar 2021™, du 30 novembre au 18 décembre, pour faire vivre une expérience inoubliable aux fans de football du monde entier. Dans le cadre d'un accord de sponsoring de six ans entre vivo et la FIFA, vivo est le sponsor officiel des smartphones des compétitions de la FIFA depuis mai 2017. Cette collaboration offre à vivo une plateforme mondiale pour entrer en contact avec les fans de football internationaux et présenter sa marque à une clientèle plus large. En tant qu'entreprise qui célèbre la "joie de l'humanité", c'est une excellente occasion de montrer comment la technologie innovante des smartphones peut capturer les moments les plus excitants, les plus émouvants et les plus incroyables.

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

BOULANGERIE

UN NOUVEAU PARI POUR LE SIRHA EUROPAIN

Après avoir présenté les grands chiffres du marché, notamment de la boulangerie industrielle (8,2 milliards d'euros, dont 2 milliards à l'export en 2020*), Luc Dubanchet, nouveau commissaire général de Sirha Europain, a présenté les grands temps forts du salon référent de la boulangerie-pâtisserie. Car c'est bien sur le dynamisme de tout le secteur que capitalise Sirha Europainpour sa 24ème édition, du 22 au 25 janvier prochains, à Paris Porte de Versailles. Portée par son ambition de promouvoir la French Bakery, cette édition de Sirha Europain sera marquée par une forte présence des meuniers parmi les exposants : Grands Moulins de Paris, Moulins Bourgeois, Dumée, Viron, Fouché, Moulins Familiaux, Foricher ou Alma Pro, tous répondent présents pour janvier 2022. Parce que 43 % des Français souhaitent trouver une offre snacking élargie, Sirha Europain crée un vrai pôle snacking autour de nouveaux acteurs du café, de la food, du petit équipement et de l'emballage, comme par exemple Franke, Comatec, Panasonic, Bridor ou Loste A noter également, la consolidation d'un pôle sucré qui regroupera les grands acteurs de la filière pâtisserie, dont font partie Valrhona, Cap Fruit, Enodis, Bravo, Flexipan

ASSOCIATIF

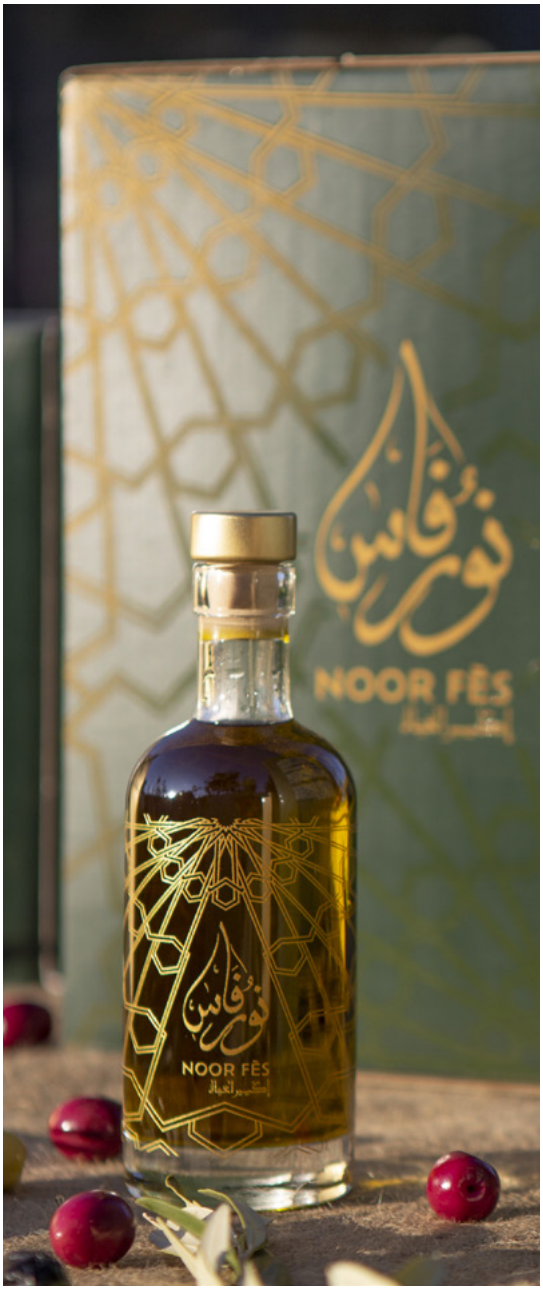
LE CLUB MADE IN MOROCCO EST NÉ

Créée en 2018 dans le but de fédérer les efforts d'un large secteur regroupant plusieurs professions, notamment celles de la communication, des médias, du marketing et du digital, l'Association « Les Impériales » présidée par Mr Anouar Sabri, annonce la création du « Club Made in Morocco ». Par cette démarche, elle vient consacrer une dynamique citoyenne de ses membres envers le secteur de la publicité, la communication et des médias mais aussi envers les annonceurs en cette période « post » crise sanitaire. Cette initiative souligne la mission de l'association d'être un espace d'échange et de communication entre l'écosystème et les acteurs publics, entant que fédérateur de partenariat public-privé. La création du Club Made in Morocco entérine la vision de l'Association, dont la mission principale est la mise en valeur et le développement d'un secteur clé de notre économie nationale, secteur constitué de pas moins de 8 500 PME et pesant un chiffre d'affaires de près 12 milliards de DH/an. Le Club Made In Morocco, rassemble déjà, professionnels du secteurs, experts et responsables politiques, lors des Mornings organisés mensuellement par l'Association Les Impériales. Les membres de l'association Les Impériales seront invités, dans un premier temps, à y adhérer, afin d'élire les membres du bureau du Club Made In Morocco, qui fixeront ses modalités de fonctionnement, les thématiques et les formats sous lesquels celles-ci seront débattues.

AGROALIMENTAIRE

LANCEMENT DE COALITION FOOD2FOOD 2.0

Le lancement de la "Coalition Food2Food 2.0" est officiel ! Cette coalition comprend plus de 30 partenaires de la chaîne d'approvisionnement engagés dans l'utilisation circulaire du plastique. L'accent est mis sur un test industriel de CurvCode, une innovation néerlandaise pour séparer les plastiques des flux de déchets. Un tri efficace est important pour la transition vers une chaîne plastique circulaire. Les effets opérationnels et financiers de la transition vers une chaîne plastique circulaire sont également étudiés. Des détails concrets seront élaborés sur la façon dont cette nouvelle technique peut évoluer vers l'acceptation du marché et des applications commerciales. La coalition veut apporter une contribution tangible à la résolution du problème du plastique. D'autant que… Le recyclage des emballages alimentaires à usage unique est urgent. Ces matériaux d'emballage représentent environ 40 % du volume de plastique aux Pays-Bas et sont presque entièrement produits à partir de matières premières fossiles (pétrole). La réutilisation permet de réduire les émissions de CO2.



PREMIUM

NOOR FÈS SACRÉE PARMI LES MEILLEURES AU MONDE

L'année 2021 a de nouveau fait briller, sur la scène internationale, les reflets dorés de l'huile d'olive vierge extra 100% marocaine, Noor Fès. La marque, désormais incontournable pour les amateurs d'huile d'olive raffinée, a obtenu 8 médailles de la plus haute distinction, en concourant à travers le monde, auprès des huiles les plus réputées. Ces prestigieuses médailles d'Or et de Platinium viennent récompenser les efforts de la marque marocaine pour en faire une huile aux saveurs et aux vertus uniques. Ainsi, tout d'abord sélectionnée lors du concours Evooleum Top 100 2021 organisé en Espagne, l'huile d'olive Noor Fès a gagné sa place d'exception parmi les 100 meilleures huiles d'olive au monde. Ce concours, qui est aussi l'un des guides de références à l'échelle internationale, récompense les meilleures huiles d'olive vierge extra produite à travers le monde. En Italie, terre méditerranéenne de l'olive, c'est au cours du prestigieux International Olive Oil Contest EVO que Noor Fès s'est distinguée en obtenant une médaille d'or. Le jury de ce concours est trié sur le volet des meilleurs spécialistes de l'huile d'olive. Traçabilité et origine, authenticité, pureté et saveurs sont autant de critères qui entrent en compte lors de la sélection des meilleures huiles d'olive. Dans la capitale britannique, Noor Fès a raflé la médaille de Platinium lors de l'édition 2021 du célèbre London International Olive Oil Competition (IOOC). De la qualité premium des huiles d'olives vierge extra à la pertinence du design de leur packaging en passant par les apports pour la santé ou l'innovation dans la production de produits dérivés, ce sont autant de catégories au sein desquelles les huiles du monde concourent et essayent de se distinguer. La qualité unique de Noor Fès, la richesse exceptionnelle de ses saveurs et son apport inestimable pour la santé lui ont aussi permis de recevoir la médaille de Platinium lors du très compétitif Canada International Olive Oil Competiton. Toujours en Amérique du Nord, et plus précisément lors de la New York Olive Oil Competition, l'huile d'olive vierge extra issue des plaines du Saïss marocain, s'est vue décerner la médaille d'or. La NYOOC se veut être l'un des concours les plus inclusifs, les plus prestigieux du monde de l'oléiculture. Parée d'or au cours de cet événement, Noor Fes assoit sa place parmi les huiles d'olive les plus prestigieuses. De l'autre côté du globe, au pays du soleil levant, les notes fruitées et la pureté de Noor Fès ont charmé le jury du Japan International Extra Virgin Olive Oil Competition. L'huile d'olive vierge extra y a reçu une nouvelle médaille d'or. Symbole de raffinement extrême au sein duquel la qualité prend tout son sens, la consécration lors ce concours a une valeur toute particulière.

BANQUE

LANCEMENT DU SERVICE ATTIJARI EBICS

Le Pôle Corporate and Investment Banking d'Attijariwafa bank annonce le lancement d'Attijari Ebics. Attijari Ebics est une solution basée sur une connexion intégrée et hautement sécurisée entre les systèmes d'information des entreprises, et celui de la banque pour recevoir des fichiers de reporting et transmettre des opérations de paiement ou d'encaissement. Pour répondre aux besoins de ses clients souhaitant s'inscrire dans une digitalisation complète de leurs échanges, Attijariwafa bank leur offre la possibilité à travers ce service, de transmettre leurs opérations via le protocole EBICS, et la validation en ligne sur leurs portails e-banking : attijarientreprises.com et attijariCIB.com, en respectant la matrice des signataires paramétrée à cet effet. Concrètement, Attijari Ebics permet, à travers ses deux modules « Reporting » et « Transactions », une intégration automatique des relevés bancaires dans les logiciels de gestion de trésorerie de ses clients, et une transmission intégrée depuis ces derniers, des fichiers de paiement des salaires et des fournisseurs ou encore des prélèvements automatiques.

#HamidFelloun
#FENAGRI

HAMID FELLOUN DIRECTEUR DE LA FENAGRI

Plus que jamais, le secteur de l'agro-alimentaire est une priorité pour l'économie marocaine. A l'heure où la pandémie continue d'impacter sur la reconfiguration notable des chaînes de production industrielle à l'échelle planétaire, nous nous sommes penchés sur l'apport considérable de la FENAGRI auprès des entreprises. Tour d'horizon avec Monsieur Hamid Felloun, Directeur de la Fédération Nationale de l'Agro-alimentaire.

Merci de faire une présentation de la FENAGRI (associations liées, entreprises adhérents, relation avec le Ministère de tutelle, etc.), ainsi que ses missions et challenges.

La Fédération Nationale de l'Agroalimentaire «FENAGRI» est le premier réseau d'entrepreneurs agroalimentaire du Maroc et a été créée avec pour objectif de réunir les professionnels et les entreprises de l'industrie agroalimentaire nationale, de fédérer l'écosystème de cette industrie et être un interlocuteur crédible auprès des partenaires institutionnels, financiers, et institutions publiques.

La FENAGRI représente donc l'industrie toute entière ?

Absolument. La FENAGRI représente l'industrie agroalimentaire marocaine, de ce fait elle travaille sur les thématiques transverses au travers de 6 commissions permanentes réunissant des professionnels et travaillant sur les problématiques identifiées comme prioritaires pour l'amélioration de l'environnement du secteur, dont celui de la formation, de la promotion à l'export, de la dimension de développement durable, de la dimension de la saine alimentation, etc. Enfin, de par son rôle fédérateur, la FENAGRI assure, grâce à l'appui du Ministère de l'Industrie et du Commerce, la relance

du Centre Technique de l'Agroalimentaire (CETIA) en tant que centre de Recherche & développement et innovation, et ce en coordination avec la profession concernée du secteur.

Comment la FENAGRI contribue au développement du "Made in Morocco" et à la souveraineté alimentaire du Maroc ?

Il convient de rappeler que l'industrie agroalimentaire marocaine occupe une place importante dans le secteur industriel, par sa participation à l'amélioration de la balance commerciale et à la création d'emplois. L'industrie agroalimentaire génère une valeur ajoutée d'environ 39 milliards de DHS, soit 26% du PIB industriel, regroupe 2.100 entreprises, soit 22% de toutes les unités industrielles et emploie plus de 161.000 personnes.

La pandémie de la Covid 19 a démontré à quel point le développement de cette industrie représente un enjeu majeur et un potentiel de croissance économique indéniable pour notre pays. D'ailleurs, le nouveau modèle de développement de notre pays (NMD) a mis en avant la nécessité d'assurer la souveraineté alimentaire nationale portée par une agriculture et une industrie agroalimentaire modernes, à forte valeur ajoutée, inclusives et responsables. Parmi les paris identifiés dans le cadre du NMD est de faire du « Made in Maroc » un marqueur de qualité, de compétitivité et de durabilité ce qui constitue un levier substantiel d'approfondissement de nos partenariats nationaux et internationaux, de positionnement stratégique du Maroc à l'échelle régionale et internationale et de consolidation de la place et du rôle joué par le Maroc à l'échelle internationale.

> « La mise en place d'un mécanisme de stocks de sécurité de matières première importées et le développement d'une flotte marchande maritime marocaines s'avèrent opportuns. »

Comment mesurez-vous les dommages collatéraux de la crise sanitaire ?

Les répercussions de la crise sanitaire Covid-19 ont enclenché, à l'échelle mondiale, une reconfiguration notable des chaînes de production industrielle. Ainsi, plusieurs acteurs industriels et responsables politiques ont commencé à mener des réflexions ayant pour objectif la reconversion des importations des produits manufacturés en fabrication locale et de réorienter le sourcing vers des opérateurs locaux à même de mettre en place des écosystèmes agroindustriels plus intégrés et compétitifs.

Quelle est votre stratégie par rapport à ce grand changement ?

Les opérateurs du secteur de l'industrie agroalimentaire marocaine importent énormément de matières premières, intrants, emballages, auxiliaires de fabrication, et machines qui pourraient faire l'objet de fabrication locale.

Ainsi, la FENAGRI a lancé une étude qui constitue une étape clé pour développer davantage le sourcing local des opérateurs de cette industrie. L'objectif étant de développer l'intégration locale et créer des synergies et des partenariats gagnant-gagnant avec les autres écosystèmes industriels (industrie chimique, industrie des emballages, industrie mécanique et métallurgiques, etc).

L'aboutissement d'une telle étude permettrait de (1) consolider la compétitivité de l'industrie nationale, (2) contribuer à l'amélioration de la balance commerciale (3) optimiser les réserves en devises (4) développer des

opportunités d'investissement et de création d'emplois dans les activités industrielles ciblées.

Enfin, il est à souligner que pour que l'industrie agro-alimentaire marocaine sorte renforcée de la crise COVID-19, les secteurs public et privé doivent aligner les actions de développement en cohérence avec les défis et opportunités existants dans le développement agro-industriel et agir dans le cadre de dispositions qui vont permettre :

- La reconquête des marchés locaux et internationaux
- L'amélioration de la compétitivité systémique des chaînes de valeur amont-aval
- L'amélioration de la compétitivité du secteur

Avec la conjoncture actuelle liée aux contraintes sanitaires anti-Covid, la problématique de l'augmentation des coûts du fret se pose. Comment le secteur s'organise-t-il ?

Effectivement, la reprise plus ou moins brutale de l'industrie mondiale aurait provoquée des tensions sur les prix des matières premières, le fret maritime, les approvisionnements et les délais. Ceux des oléagineux, soja, blé, maïs, plastiques, …, ont connu ces derniers mois des hausses qui atteignent parfois les 100%. Une flambée des prix que vient compléter celle connue sur le marché du fret. Une situation qui affecte des pans entiers de l'industrie marocaine en général et de celle de l'agroalimentaire en particulier et qui fait craindre une répercussion sur les consommateurs. Le plus gros problème pour les entreprises n'est pas la production, mais le prix des matières premières en augmentation constante, entraînant des coûts de production, élevés.

Face à cette situation de dérèglement du commerce international, il serait judicieux que les parties prenantes au niveau de notre pays mettent en place les leviers requis à même d'atténuer les impacts de la fluctuation des cours mondiaux et du fret. A titre d'exemple, la mise en place d'un mécanisme de stocks de sécurité de matières première importées et le développement d'une flotte marchande maritime marocaines s'avèrent opportuns.

LA FENAGRI ACTIVEMENT MOBILISÉE POUR LA GESTION DE LA CRISE SANITAIRE

Engagée contre le Covid-19, la FENAGRI s'est activement mobilisée pour accompagner l'ensemble des entreprises de l'industrie agroalimentaire (IAA) afin de mieux gérer la crise. Elle assure, notamment :

- La dynamisation du Comité de Veille mis en place entre le Ministère et la FENAGRI pour gérer la pandémie. En effet, elle pilote l'ensemble des actions menées conjointement avec le Ministère de l'Industrie auprès des autres associations des IAA (le suivi des impacts sur l'emploi, le suivi et la gestion de l'opération de distribution des outils de protection, dont les bavettes, ainsi que les modalités de circulation des transporteurs des produits alimentaires, notamment lors de la tranche nocturne pendant le mois de Ramadan ;
- La veille à la diffusion régulière auprès des entreprises de toutes les informations utiles sociales, économiques, financières, fiscales… liées à cette pandémie et à même de leur permettre d'agir dans les délais requis ;
- La création d'une adresse mail dédiée (veille@fenagri.org) pour recueillir, être à l'écoute et contribuer à la résolution des difficultés rencontrées par les entreprises adhérentes, concernant notamment le déploiement sur le terrain des mesures sociales, financières et fiscales prises par le comité de veille économique (CNSS, banques, etc.), les crédits TVA et les démarchés des importations et des exportations ;
- L'élaboration et la diffusion d'un guide sur les mesures à prendre par l'entreprise pour une gestion adéquate de la pandémie ;
- La sollicitation des départements ministériels et établissements publics concernés au sujet de :
    - La fermeture des points de vente alimentaire et son impact sur la continuité des activités des entreprises ;
    - La proposition de réouverture des souks ruraux tout en respectant les mesures de sécurité et de santé requises et recours aux grossistes mobiles ;
- la sensibilisation sur le maintien de la plage horaire d'ouverture des points de vente alimentaire ;
- la facilitation et la simplification des démarches portuaires et douanières ;
- l'appui des sous-secteurs impactés par le Covid-19 et la demande de mettre en place un groupe de travail Ministère – industrie – FENAGRI afin de se pencher sur le plan d'action de reprise du secteur.
- La réalisation d'une enquête préliminaire d'appréciation des impacts du Covid 19 auprès d'un échantillon d'entreprises représentant différents sous-secteurs des IAA en se basant sur 2 indicateurs(chiffre d'affaires et emploi) ;
- L'examen, avec les partenaires concernés, des modalités de lancement de l'étude d'évaluation des impacts du Covid-19 sur les secteurs des IAA et les mesures de sa sauvegarde et de sa reprise.

En outre, en cas de déclaration positive de coronavirus dans un site industriel, la FENAGRI appuie ses entreprises et sollicite les parties concernées à la formalisation officielle de la procédure de reprise d'activités, et ce afin de donner aux industriels la visibilité requise quant aux démarches à respecter afin qu'ils soient éligibles à reprendre leurs activités dans les conditions requises.

#Chocolat
#Cacao

LE CACAO CONVOITÉ, AIMÉ ET MENACÉ

> “ Le chocolat est voué à disparaître d’ici 2050. ”

Importé en Europe seulement à partir du XVIe siècle, le cacao a pourtant traversé l’Histoire et les continents pour se rendre accessible à tous et sur tous les continents du globe. Ingrédient convoité, fantasmé et... menacé de disparition, Résagro vous en révèle tout ou presque.

C'est l'ingrédient de base du chocolat et le moteur de toute une industrie mondiale. Le cacao, c'est aussi un des ingrédients les plus populaires au monde. Mais au fait : d'où vient-il ? Comment est-il fabriqué ? Et surtout comment bien le choisir ? Gros plan sur cet or brun qui nous fait tant saliver. A ce jour, l'Afrique assure à elle seule près de 55 % de cette production mondiale. Pour preuve, les grands pays producteurs sont aujourd'hui la Côte d'Ivoire, le Brésil, le Ghana, la Malaisie, le Cameroun et le Nigeria. Un commerce dont toute la planète profite pour que nous puissions consommer ce nouvel or noir en gâteaux, tablettes mais pas que !Sous forme de boissons, de poudres, de pâtes à tartiner ou encore de confiseries… Le cacao, et notamment le chocolat, font partie intégrante de notre alimentation plaisir. Le saviez-vous ? On consomme d'ailleurs plus de 7kg de chocolat par an et par personne. Un chiffre qui permet aux Français de se hisser au sixième rang des plus gros consommateurs au monde. Ça fait rêver non ?

LE CACAO, TOUTE UNE HISTOIRE

On retrouve notamment des traces de son utilisation datant de l'époque des Mayas en Amérique du Sud. Le cacao était alors employé à des fins médicinales ou spirituelles (préparation de breuvages destinés aux dieux). Abondantes dans la région, les fèves deviennent plus tard une monnaie d'échange avant d'être intégrées à l'alimentation des Aztèques sous forme de boisson mousseuse et épicée. Ces derniers pensaient alors que ce mélange les rapprochait des Dieux. Il faut attendre 1528 pour voir cette spécialité culinaire adoptée par les occidentaux, et notamment les espagnols. Tout juste revenu d'Amérique Latine, le conquistador Hernán Cortés fait découvrir les fameuses fèves de cacao à la Cour du roi d'Espagne Charles V. Associé cette fois à du lait et à du sucre afin de contrer l'amertume, le cacao conquit rapidement toute l'Europe.

UNE MATIÈRE PREMIÈRE MONDIALE

Le cacao est issu du cacaoyer, un arbre dont le fruit appelé la « cabosse» contient en moyenne 30 à 40 fèves. À l'intérieur de ces dernières se trouvent les amandes qui, une fois transformées, vont servir à réaliser nos recettes et nos produits préférés. Quelques explications : ces amandes de cacao vont d'abord être triées et fermentées. Elles sont ensuite torréfiées, concassées puis broyées afin d'obtenir une pâte particulièrement riche en beurre de cacao. À partir de ce résultat, deux options s'offrent alors aux chocolatiers et aux industriels : retirer le beurre de cacao afin d'obtenir « un tourteau » qui sera une dernière fois broyé pour obtenir la fameuse poudre de cacao ou transformer cette pâte en chocolat. On distingue trois différentes variétés de fève à savoir :

La fève de cacao Forastero

Elle représente environ 80% de la production mondiale (ce type de cacaoyer est robuste et facile à cultiver). Originaire de l'Amérique du sud, elle est aussi cultivée dans les régions de l'Équateur et en Afrique.

La fève de cacao Criollo

Elle correspond à 5% de la production mondiale. Les Criollo produisent des cacaos fins, très aromatiques et sont par conséquent réservés aux chocolats d'exception. On trouve principalement des cacaoyers criollo au Venezuela, mais aussi, aux Antilles, Mexique et Colombie.

La fève de cacao Trinitario

Elle représente environ 15% de la production mondiale et est issue d'un croisement entre les variétés Criollo et Forastero. Elle est originaire de Trinidad, une île au large du Venezuela, mais est aussi cultivée au Brésil, au Venezuela, au Mexique ou encore au Cameroun.

QUEL CACAO CHOISIR ?

Aujourd'hui, les notions de « mieux manger » et de « mieux acheter »

sont à la portée de tous. Souvent pointés du doigt dans l'aggravation de la déforestation et l'exploitation des populations locales, de nombreux acteurs de l'industrie du cacao s'engagent aujourd'hui à proposer des produits plus respectueux des producteurs et de l'environnement. C'est le cas notamment des produits issus du commerce équitable. Facilement identifiables grâce à leurs labels apposés sur les différents emballages, ils garantissent une plus juste rémunération des producteurs des pays en voie de développement. Ils contribuent également à la protection de l'environnement et à la promotion de pratiques agricoles durables. Conscientes de l'importance de préserver les écosystèmes essentiels, notamment dans les pays tropicaux, de plus en plus de grandes marques et de labels entreprennent aujourd'hui d'assainir leur chaîne d'approvisionnement. Un engagement qui prend plusieurs formes comme participer à un plan de progrès pour un cacao traçable et responsable, garanti sans déforestation et respectueux des

droits sociaux et économiques des producteurs.

TOUS LES VISAGES DU CACAO

Depuis bien longtemps, le cacao fait l'objet de politiques, d'accords internationaux ou encore de contrats physiques ou financiers. D'ailleurs, pour la grande histoire, les Aztèques et les Mayas avaient vu juste en utilisant, dès les années 600, la fève comme pièce de monnaie. Une pièce de référence qui place cet ingrédient aujourd'hui encore pourtant menacé comme l'une des grandes matières premières mondiales, cotées en bourses à l'instar de produits stratégiques comme l'or, le pétrole, le dollar ou encore les Bons du Trésor américain. Une fève dont le prix évolue, certes, selon ses propres fondamentaux de marché -l'offre et la demande- mais aussi au gré des humeurs, rumeurs et intuitions des investisseurs, spéculatifs ou non. Le prix du Cacao est d'ailleurs coté sur les marchés financiers de Londres et de New York, permettant aux intervenants sur les marchés de jongler entre les deux, d'arbitrer, en fonction des seuls taux de change. Mais qu'en penser finalement en 2021 ? A l'heure de la durabilité, de la préoccupation croissante du consommateur, des ONG, des groupes de lobbying à l'égard de l'impact des cultures sur l'environnement, sur le travail des enfants, sur l'utilisation d'intrants chimiques, sur le respect sociétal, etc.

QUID DU RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE ?

La culture du cacao n'est possible que dans les régions où la température, la pluviométrie et le taux d'humidité restent constants au cours de l'année. Sur la planète, seules les forêts tropicales réunissent ces conditions climatiques. Les plantations de cacaotier (ou cacaoyer) ne peuvent exister qu'à 20°C en-dessous et au-dessus de l'équateur, c'est pourquoi la Côte d'Ivoire en est le premier producteur avec 42% de la production mondiale entre 2016/2017, suivi par le Ghana avec 18,5 %. Les autres cultures de cacao se répartissent entre l'Indonésie, l'Équateur, le Nigéria, le Brésil et le Cameroun. Justement, parmi les victimes du réchauffement climatique, l'on cite en priorité le Ghana et la Côte d'Ivoire. Deux pays qui sont les principaux producteurs de fèves de cacao. Effectivement, ils produisent plus de 60% du cacao mondial. Cette année, ces deux pays ont souffert de la sécheresse qui a atteint des records. Cela a impacté la culture des plants de cacao et la situation ne devrait pas s'améliorer. Les producteurs sont face à un

LE SAVIEZ-VOUS ?

La demande en chocolat est supérieure aux ressources ce qui ne fait que compliquer encore plus la situation. Par exemple, un individu occidental consomme 286 barres de chocolat par an soit dix plants de cacao pour répondre à ses besoins. Et cette consommation qui ne cesse de s'accroître risque de se transformer en cercle vicieux puisque, plus nous consommons de chocolat, plus les producteurs étendent les cultures de cacao et causent une déforestation importante qui accélère davantage le réchauffement climatique.

dilemme : laisser mourir leurs cultures ou déplacer les plants de cacao dans des zones moins touchées par le réchauffement de la planète dans des régions montagneuses. Mais cela risque de fragiliser encore plus l'écosystème. Pour les plants qui poussent uniquement près de l'Équateur, ils ont à leur tour besoin d'humidité et de pluies abondantes pour pouvoir se développer. Le changement climatique implique une perte d'humidité puisqu'il diminuera la quantité d'eau présente dans le sol. Des conséquences graves pour la culture du cacao et par voie de conséquence, l'industrie du chocolat.

QUEL AVENIR POUR LE CACAO ?

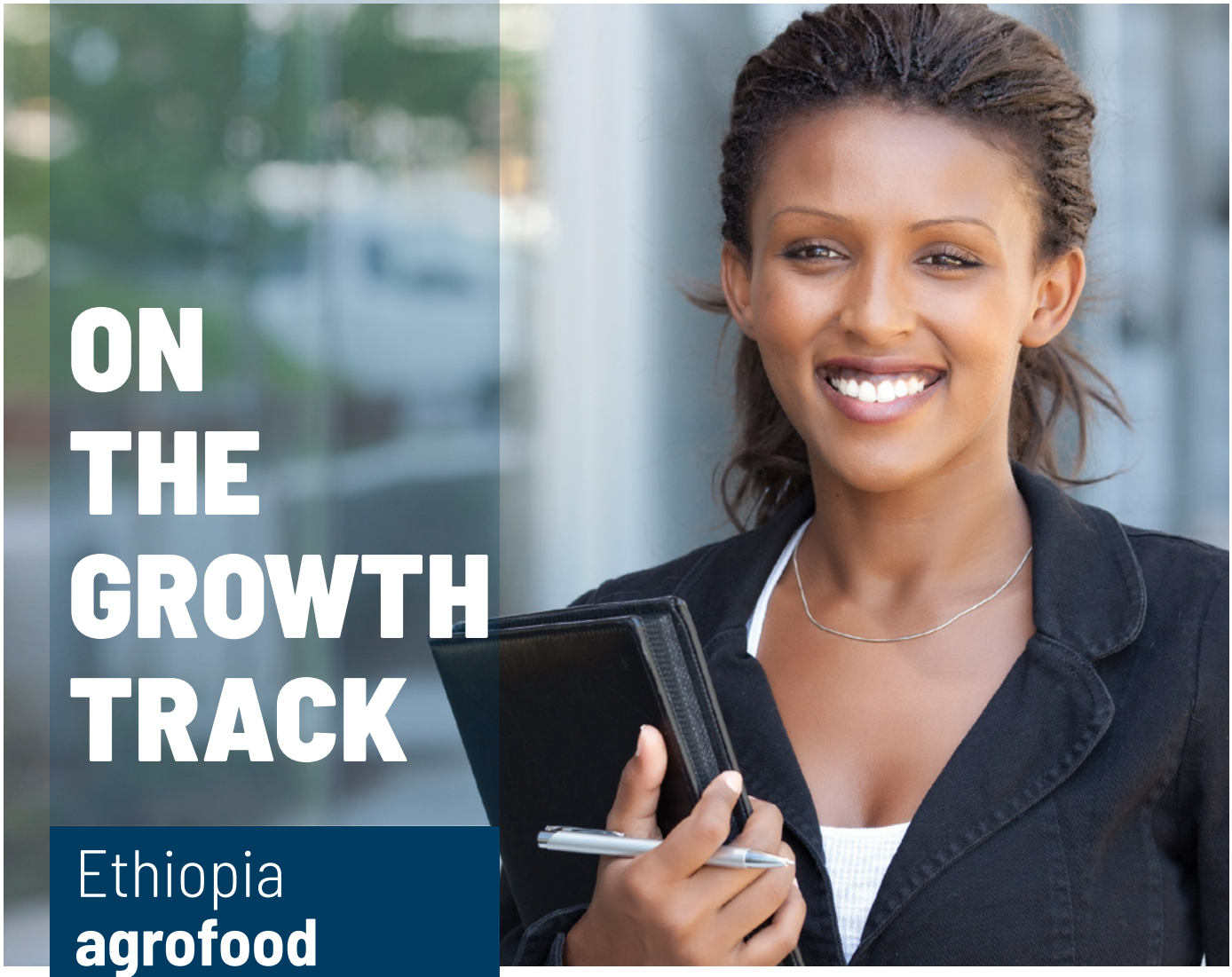
Tragédie pour les producteurs, les industriels et les amoureux du chocolat sous toutes ses formes, le chocolat est voué à disparaître d'ici 2050. Une information pour le moins édifiante qui résulte d'une étude menée par la National Oceanic and Atmospheric Administration qui démontre que la plante de cacao ne pourra plus être cultivée d'ici les trois prochaines décennies et ce, à cause du réchauffement climatique comme révélé plus haut. Plus précisément, les experts ont démontré qu'une hausse de température de 2,1 degrés pourrait signer l'arrêt de mort du chocolat puisque la dite hausse de température rendra impossible la culture du plant de cacao, nécessaire donc pour la production de cacao dans le monde. Les industriels soucieux de cette conséquence dramatique pour le commerce du chocolat ont donc pris les devants pour certains en sauver la production de cacao. La compagnie américaine MARS s'est d'ores et déjà alliée à l'Université de Californie à travers des recherches scientifiques dont la technique de modification génétique CRISPR. L'objectif de cette technique ? Modifier génétiquement les graines de cacaotier et ainsi rendre possible leur culture en 2050, quand les conditions climatiques seront désavantageuses. En septembre 2016, Mars faisait déjà part de son plan « Sustainability in a Generation » Un programme dans lequel pas moins d'un milliard de dollars a été investi. Le géant des barres chocolatées s'est aussi engagé depuis plusieurs années à réduire l'empreinte carbonique de sa chaîne logistique de 67% toujours d'ici 2050. De même, pour éviter les délocalisations des cultures de cacao extrêmement contraignantes pour les producteurs, les scientifiques du programme CRISP ont déclaré qu'ils seront en mesure de développer des plants de cacao résistants au flétrissement et à la pourriture à leurs altitudes actuelles.

ET LA PANDÉMIE DU CORONAVIRUS DANS TOUT ÇA ?

Ironie du sort ? Avec la pandémie de coronavirus, les perspectives de croissance de la demande mondiale de cacao ont pris un coup. Si la demande reprend progressivement des couleurs en 2020/2021, l'offre mondiale reste encore abondante avec pour conséquence un trop-plein sur le marché. En 2020/2021, le surplus sur le marché mondial du cacao sera plus important que prévu. Dans sa dernière note publiée le 31 août 2021, l'Organisation internationale du cacao (Icco) anticipe désormais un excédent de 230 000 tonnes de fèves contre 165 000 tonnes précédemment. Cette révision à la hausse du cartel s'explique essentiellement par l'amélioration des perspectives du côté de l'offre. D'après l'Icco, la récolte mondiale d'or brun devrait en effet atteindre 5,14 millions de tonnes d'ici la fin de la campagne, un niveau record en hausse de 8 % par rapport à la saison dernière (4,76 millions de tonnes). Pendant ce temps, les broyages sont prévus pour s'élever à 4,86 millions de tonnes, une amélioration de 3,3 % d'une année sur l'autre qui traduit la reprise progressive des activités de transformation à la faveur d'une demande stimulée par la réouverture des économies.

« Même si la pandémie de coronavirus a entraîné une réduction des activités avec une baisse de la demande de cacao et une perturbation des approvisionnements, les vagues de vaccination ont conduit les pays à redémarrer leurs économies, ce qui est de bon augure pour les matières premières », souligne l'Icco. Au total, l'organisation estime que le gap entre l'offre et la transformation du cacao contribuera à grossir les stocks en fin de campagne 2020/2021. Ceux-ci devraient se chiffrer à 1,96 million de tonnes, soit 13,3 % de plus qu'en 2019/2020. Pour rappel, l'Icco rassemble 51 pays, dont 22 exportateurs et 29 importateurs de cacao. Ces nations comptent pour 92 % des expéditions globales et 80 % des achats de la matière première sur le marché mondial .

(Source : ICCO).



ON THE GROWTH TRACK

Ethiopia **agrofood**

Ethiopia **plastprintpack**

5th International Trade Show

09 – 11
June 2022

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

#Investissement
#Financement
#Digitalisation

INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS LES RÉFORMES ATTRACTIVES QUI FAVORISENT LE MAROC

Depuis 2020, le Maroc encourage et facilite les investissements étrangers. Il a été classé au huitième rang des détenteurs d'investissements directs étrangers en Afrique en 2020. Un climat largement favorisé par de nombreux atouts comme sa situation géographique stratégique ainsi qu'un secteur industriel florissant. Mais si l'accroissement des des investissements étrangers au Maroc est aussi avéré, c'est aussi grâce aux nombreuses réformes adoptées afin de moderniser le droit des affaires marocain.

Depuis le début de l'année, le Maroc a ratifié 72 traités d'investissement et 62 accords économiques avec divers partenaires internationaux, dans le but primordial de renforcer le profil du pays d'Afrique du Nord en tant que destination d'investissement incontournable. C'est que le Maroc jouit de très nombreux plans d'infrastructure très ambitieux contribuant tous à l'émergence du pays en tant que plaque tournante régionale de fabrication et d'exportation. Au cours de la dernière décennie, les Investissements directs étrangers (IDE) à destination du Maroc n'ont cessé de croître et ont visé des secteurs très variés tels que l'industrie automobile et aéronautique, l'immobilier, le tourisme, l'éducation, les infrastructures, ou encore l'énergie.

LE MAROC À L'ÈRE DU DYNAMISME

Par dynamisme, il faut entendre toutes les différentes réformes entreprises par le Maroc dans le but d'améliorer le climat des affaires et d'attirer des investisseurs étrangers. Depuis la simplification des procédures nécessaires à la constitution de sociétés à… la représentation équilibrée des hommes et des femmes au sein des organes de gouvernance des sociétés anonymes. Un examen exhaustif qui a d'ailleurs été dressé par le cabinet de conseils juridiques, Gide Loyrette Nouel, implanté au Maroc depuis 2002 et dont voici les principaux points.

Dans le cadre de l'Exposition universelle Dubaï 2020, le Royaume du Maroc a présenté le dimanche 10 octobre sa nouvelle marque d'investissement et d'export « Morocco Now ». L'objectif de cette initiative lancée par l'Agence marocaine de développement des Investissements et des exportations (AMDIE) est de positionner le pays comme une plate-forme économique de premier rang et de renforcer davantage encore son attractivité pour devenir un véritable hub africain et mondial en matière d'investissements étrangers.

SIMPLIFICATION DES PROCÉDURES NÉCESSAIRES À LA CONSTITUTION DE SOCIÉTÉS

La constitution d'une société est la première étape du déploiement par un investisseur étranger de ses activités au Maroc. Jadis, cette étape pouvait s'avérer complexe et chronophage. La création des Centres Régionaux d'Investissement qui agissent comme « guichets uniques » en lieu et place des multiples interlocuteurs précédemment compétents, ainsi que la récente digitalisation des procédures avec certaines autorités locales ont permis de simplifier cette étape et de réduire significativement le temps nécessaire à la constitution d'une société.

> Par ailleurs, la tant attendue loi n°19-20 - publiée au Bulletin officiel en date du 22 juillet 2021 - a consacré une nouvelle forme sociale, la « Société par actions simplifiée » (SAS) plus adaptée aux besoins des investisseurs étrangers désireux de constituer leur véhicule d'investissement au Maroc. La SAS ainsi créée supprime en effet l'ensemble des contraintes juridiques de l'ancienne « société anonyme simplifiée » (forme sociale désormais abrogée) : cette société peut désormais être constituée par un seul actionnaire, personne physique ou morale, aucun capital social minimum n'est imposé s'agissant des actionnaires de la SAS, instauration d'une véritable liberté contractuelle pour l'organisation de la gestion et de la gouvernance de la société, etc.

ASSOUPLISSEMENTS SUCCESSIFS DE LA RÈGLEMENTATION DES CHANGES

Les divers assouplissements apportés à la règlementation des changes marocaine au cours des dernières années ont permis d'apporter aux investisseurs étrangers tout le confort nécessaire pour la réalisation de leur projet au Maroc. Ainsi, la règlementation des changes actuellement en vigueur permet à tout investisseur étranger, dès lors qu'il a investi en devises au Maroc et qu'il a déclaré son investissement à l'Office des Changes marocain dans les délais impartis, de bénéficier de la « garantie de libre rapatriement » lui permettant de rapatrier dans son pays d'origine l'intégralité des fruits et produits de son investissement en capital et en compte courant d'actionnaire. Par ailleurs, les assouplissements successifs du contrôle des changes marocain permettent également à l'investisseur étranger de combiner, pour le financement de son projet au Maroc, le recours à la dette externe locale et internationale. L'Office des changes marocain, très au fait des problématiques juridiques soulevées par les contrats de financement et de sûretés y afférents, consent les autorisations nécessaires - conformément à la règlementation en vigueur - pour permettre de leur donner plein effet.

UN MEILLEUR ACCÈS AUX FINANCEMENTS BANCAIRES LOCAUX

L'un des enjeux rencontrés par les investisseurs étrangers au moment de leur investissement au Maroc est l'accès à des sources de financement locales et notamment des financements bancaires fournis par les grandes banques commerciales de la place. Sur ce point, les prêteurs marocains ont aligné leurs pratiques avec les standards internationaux, notamment en matière de financements structurés. De plus, l'ouverture du Maroc aux bailleurs de fonds étrangers a permis aux banques locales d'aligner leurs pratiques contractuelles avec celles des bailleurs de fonds internationaux avec lesquels elles interviennent dans le cadre de consortium pour financer des opérations d'envergure.

LA GARANTIE D'OPÉRER SES ACTIVITÉS DANS UN ENVIRONNEMENT DE PLEINE CONCURRENCE

Un investisseur étranger souhaitant déployer ses activités au Maroc a besoin d'être rassuré sur le fait qu'il pourra opérer dans un environnement de concurrence loyale. A cet égard, l'adoption de la loi n°103-12 relative à la liberté des prix et de la concurrence en décembre 2014 ainsi que la mise en place d'un Conseil de la Concurrence, organe pivot du nouveau régime, doté de véritables pouvoirs de décision et de sanction, a permis de rassurer les opérateurs économiques et d'assainir le marché.

SIMPLIFICATION ET DIGITALISATION DES PROCÉDURES ET FORMALITÉS ADMINISTRATIVES

Au cours des dernières années, et davantage encore depuis la survenance de la pandémie de Covid-19, des progrès significatifs ont été faits au Maroc pour faciliter les procédures administratives et les digitaliser. Désormais, de nombreuses démarches peuvent être effectuées en ligne sans avoir à se déplacer : administrations fiscales et douanières, prise de rendez-vous aux greffes du Tribunal de commerce, demandes d'autorisation administrative, etc.

> De même, l'adoption de la loi n°55-19 a permis de supprimer l'exigence de la légalisation et certification de signature pour certains documents à soumettre aux administrations.

REPRÉSENTATION ÉQUILIBRÉE DES HOMMES ET DES FEMMES AU SEIN DES ORGANES DE GOUVERNANCE DES SOCIÉTÉS ANONYMES

De plus en plus d'investisseurs étrangers sont contraints, de par leur politique d'investissement interne, de favoriser les « cibles » satisfaisant certains critères, dont celui d'une représentation des femmes dans leurs organes de gouvernance.

> La loi n°19-20 a sur ce point opéré une véritable modernisation du droit des affaires marocain en imposant notamment, via la mise en place de quotas, une représentation équilibrée des hommes et des femmes au sein des organes de gouvernance des sociétés faisant appel public à l'épargne. Il s'agit d'un texte novateur, s'inspirant des meilleures pratiques mondiales de bonne gouvernance et notamment de la loi française Copé-Zimmerman de 2011.

#CampagneAgricole

CAMPAGNE AGRICOLE 2021/2022 ENJEUX, MESURES ET DÉROULEMENT

A l'image de la précédente campagne agricole réussie, le gouvernement n'a pas démérité pour s'assurrer d'un démarrage dans les meilleures conditions possibles. Qu'il s'agisse de mesures spécifiques ou d'en assurer le déroulement dans l'équilibre pour toutes les régions concernées.

Conscient de l'importance du secteur agricole, un des piliers de l'économie marocaine qui contribue à hauteur de 14% du Produit intérieur brut (PIB) et emploie une partie importante de la population active, le gouvernement a pris une batterie de mesures en vue de garantir la réussite de la campagne agricole 2021/2022.Parce qu'il est en effet conscient de la nécessité de couvrir TOUS les besoins des agriculteurs. Lesquels ? Les semences sélectionnées subventionnées, engrais, pesticides, etc. Ce, en plus de l'élargissement des superficies de l'assurance agricole et du renforcement du financement agricole ou encore de l'accompagnement des agriculteurs et investisseurs.

UN APPROVISIONNEMENT RÉGULIER ET CONTINU

Le gouvernement a veillé à assurer un approvisionnement régulier et continu du marché national en denrées alimentaires à des prix raisonnables à la portée des citoyens, et ce via la mise en place d'un programme pour répartir les cultures

d'automne à travers les régions, compte tenu de l'état des ressources hydriques et les changements climatiques durant l'automne.
A cet égard, le ministère de l'Agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts a fait savoir que les marchés nationaux dans toutes les régions du Royaume connaissent une disponibilité suffisante en produits

alimentaires permettant de répondre aux besoins de consommation. Autant d'effort pour que la campagne agricole actuelle récemment lancé puisse faire écho voire dépasser les chiffres de la précédente, ce qui s'est notamment traduit par une bonne production céréalière et de bonnes performances pour la plupart des filières de production. Des performances qui rappelons le, été dues non seulement à une bonne pluviométrie ainsi que des stratégies à long terme pour le secteur agricole puisse demeurer un levier prioritaire de notre secteur socioéconomique.

MESURES ET DISPOSITIONS

Afin que la campagne agricole 2021/2022 puisse afficher semblables indicateurs qu'en 2021 ou les dépasser, le ministère de l'Agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts a mis en place un certain nombre de mesures et dispositions spécifiques dont voici le détail :

En matière de semences agricoles

On relève une mise à disposition d'environ 1,6 million de quintaux de semences certifiées de céréales qui seront commercialisées à des prix subventionnés.

Pour les engrais

L'approvisionnement effectué du marché s'élève à hauteur de 490.000 tonnes d'engrais de fonds, en assurant la stabilité des prix des engrais phosphatés et la rationalisation de leur utilisation sur la base des cartes de fertilité des terres agricoles établies sur 7,8 millions d'Hectares (Ha).

En termes d'irrigation

On note la poursuite du Programme national d'Économie d'Eau d'irrigation (PNEEI) à travers l'équipement de 45.000 ha d'exploitations agricoles en système d'irrigation localisée et l'achèvement de la modernisation des réseaux d'irrigation collectifs sur une superficie de 107.000 Ha et sa poursuite sur une superficie de 48.000 Ha.

Pour les assurances agricoles

On note une extension de l'assurance agricole multirisque climatique pour les céréales, les légumineuses et les cultures oléagineuses sur une superficie de 1,2 million Ha contre 1 million Ha lors de la campagne précédente, et la poursuite du programme d'assurance multirisques

pour les arbres fruitiers pour assurer près de 50.000 Ha.

Poursuite de l'encouragement de l'investissement

A travers l'octroi des incitations dans le cadre du Fonds de Développement Agricole (FDA). Le montant de subventions prévisionnel pour 2022 est de près de 4,49 milliards de dirhams (MMDH) pour un investissement global de 9,2 MMDH.

Les financements

Le Groupe Crédit Agricole du Maroc (GCAM) a pris les dispositions financières et réglementaires nécessaires, à l'image des campagnes précédentes, pour répondre aux besoins de financement de la campagne agricole. Une enveloppe financière de 8 MMDH est ainsi dédiée au financement de l'actuelle campagne contre 4 MMDH lors des campagnes précédentes, avec le lancement de nouveaux produits « Tasbiq FDA » et « Tasbiq Tasdir ».

Le programme prévisionnel des grandes cultures d'automne

Ce dernier a été établi et sera mis en place en tenant compte des disponibilités hydriques dans les zones pluviales, sur une superficie de 5,5 millions Ha dont 4,6 millions Ha de céréales, près de 510.000 Ha de cultures fourragères, près de 200 000 Ha de légumineuses alimentaires.

La Mise en place d'un programme d'assolement rigoureux d'établissement des cultures

Ce programme s'étend sur une superficie de 114.000 Ha de maraîchage d'automne et plus de 47.000 Ha de betterave à sucre, dans les périmètres irrigués. Ce programme est réparti dans les régions selon les réserves hydriques disponibles.

LES INTRANTS DISPONIBLES AU NIVEAU DES CENTRES SONACOS

Pour ce qui est des disponibilités des intrants, la quantité disponible des semences au niveau des centres Sonacos de la région est de l'ordre de 372.120 quintaux. L'objectif de vente au niveau de la région est de 206.700 quintaux. Le surplus sera cédé aux autres régions du Royaume précise la Direction régionale de l'agriculture. Pour ce qui est des engrais, on note une disponibilité de 53.140 quintaux et un objectif de vente de 100.570 quintaux. Se référant à la Direction régionale de l'agriculture de Rabat-Salé-Kénitra, le manque sera comblé par l'approvisionnement desdits centres auprès des usines au fur et à mesure du déroulement de la campagne agricole. Notons que le nombre des points de vente au niveau de la région est de 45 avec une augmentation du nombre des dépositaires privés. Ce dernier est passé de 19 durant la campagne précédente à 24 au titre de la campagne 2021-2022.

LES PREMIERS INDICATEURS DÉVOILÉS PAR LA DRA

La Direction Régionale de l'Agriculture (DRA) a récemment dévoilé les tous premiers indicateurs de la campagne agricole pour la région de Rabat-Salé-Kénitra. Un déroulement déjà très prometteur selon le dernier bilan arrêté au 9 novembre 2021.
L'assolement maraîcher

Ce dernier fait état d'une superficie en maraîchage d'automne de l'ordre de 17.073 hectares, ce qui représente 57% du programme fixé dans le cadre de l'actuelle campagne. Comme l'a d'ailleurs souligné la DRA de Rabat-Salé-Kénitra, cette seule région totalise un assolement maraîcher très important permettant un panier diversifié des ménages et par conséquent un approvisionnement ininterrompu du marché en fruits et légumes et ce, compte tenu de la diversité des zones agro-écologiques et les potentialités agricoles de la région. La DRA précise par ailleurs qu'un programme de 30.000 hectares de cultures maraîchères est élaboré en tenant compte des conditions climatiques, notamment pluviométriques, qui enregistrent relativement un retard.

La production d'agrumes

Pour ce qui est des agrumes, la région prévoit de réaliser, en cette saison, une production de 709.100 tonnes sur une superficie de 27.075 hectares, soit une augmentation de 21%.

Les oliviers

S'agissant de l'olivier, une production de 113.850 tonnes est attendue dans la région couvrant ainsi une superficie de 75.710 hectares. La production de cette campagne a, à cet effet, enregistré une hausse de 17% par rapport à la campagne précédente».

Le potentiel extraordinaire des fruits tropicaux

Il est à préciser que Rabat-Salé-Kénitra connaît un développement remarquable des cultures tropicales. La région regorge en effet de potentialités importantes favorisant le développement de cette filière, lui conférant ainsi une position privilégiée pour la production de fruits tropicaux au niveau national. Le bilan de la campagne fait ressortir une production de 173.460 tonnes de bananes et 84.1450 tonnes d'avocat. Sachant que la période de récolte de bananier est comprise entre février et mars ainsi que septembre et octobre. Celle de l'avocatier est d'octobre à janvier pour les variétés lisses et de novembre à mai pour la variété «Hass». Pour ce qui est du kaki, la production porte sur 2.130 tonnes contre 100 tonnes pour le manguier, 60 tonnes pour l'anonier, 330 tonnes pour le papayer et 20 tonnes pour le jujubier.

Les cutures fourragères

Quant aux cultures fourragères, le programme d'automne, actuellement en cours de réalisation, est de 100.000 hectares contre 106.565 hectares comparé à la campagne précédente. Les principales espèces fourragères prévues sont le bersim, l'orge fourragère, la féverole, l'avoine et autres (4%).Notons qu'il y aura un programme de printemps représenté essentiellement par le maïs fourrager (17.300 hectares).

LE SYSTÈME DES SEMIS-DIRECT, UN NOUVEL OBJECTIF !

Nouvel objectif de la région de Rabat-Salé-Kénitra ? L'élargissement de la superficie concernée par le système des semis directs. Le propos étant de mettre 200 000 hectares sous cette technologie à l'horizon 2030. Une stratégie qui fait suite aux résultats probants déjà obtenus dans la région qui ont permis d'améliorer les rendements des céréales entre 25% et 48%. Cette technologie a également contribué à la réduction des coûts de travail du sol de 70% (entre 800 et 1.000 dirhams par hectare) ainsi que la diminution des coûts des semences (dose de semis) de 30% à 35%, soit entre 100 et 130 dirhams par hectare. Le semis direct a également permis de stabiliser les rendements malgré les changements climatiques. Pour atteindre les 200 000 hectares escomptés, le département s'est fixé plusieurs axes. D'une part, le développement durable et agro-écologique des superficies et des productions. D'autre part la formation des conseillers agricoles, agriculteurs et prestataires. Et enfin, la recherche & développement. Vaste programme !

#Drainage
#Irrigation

5ÈME CONFÉRENCE RÉGIONALE AFRICAINE SUR L'IRRIGATION ET LE DRAINAGE BILAN DU SYMPOSIUM

La gestion de l'eau dans l'agriculture et sur ce point, l'expérience du Maroc cité en exemple pour sa capacité à trouver des solutions durables n'est plus à démontrer. Preuve en est, le bilan du récent Symposium sous le thème "Gestion durable de l'irrigation pour une meilleure résilience de l'agriculture en Afrique". Bilan.

La 5ème Conférence régionale africaine sur l'irrigation et le drainage s'est tenu du 24 au 28 novembre 2021 sous le thème : "Gestion durable de l'irrigation pour une meilleure résilience de l'agriculture en Afrique". Cet événement a été présidé par le Ministre de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts, Mohammed Sadiki. Placé sous le Haut patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI Que Dieu l'assiste, cet évènement scientifique a été organisé par l'Association nationale des améliorations foncières, de l'irrigation, du drainage et de l'environnement (ANAFIDE), en partenariat avec la Commission Internationale de l'Irrigation et du Drainage (CIID) et le Ministère de l'agriculture, de la pêche maritime, du développement rural et des eaux et forêts. Ce Symposium est un bel et bien espace d'échange et de partage des connaissances et des expériences entre les professionnels, les chercheurs et les décideurs de plus de 50 pays, notamment africains et ce, dans le but de trouver des solutions durables pour gérer l'utilisation de l'eau dans l'agriculture au Maroc. C'est une réalité majeure: l'irrigation offre un potentiel énorme

LES PAYS INTERVENANTS

Organisé en mode hybride (présentiel et à distance), cet évènement rassemble des décideurs, des chercheurs, des bailleurs de fonds et des professionnels de plus de 50 pays, dont une trentaine de pays représentés en présentiel (Afrique du Sud, Burkina Faso, Djibouti, Sénégal, Niger, Mali, Tchad, Nigéria, Zambie, Mauritanie, Ghana, Ethiopie, Egypte, Kenya, Tunisie, Arabie Saoudite, Australie, Etats-Unis, Royaume-Uni, France, Inde, Indonésie, Japon, Corée du Sud, Russie, Lituanie, Portugal, Nepal…).

pour accroître la résilience de l'agriculture en Afrique et contribuer à son développement.

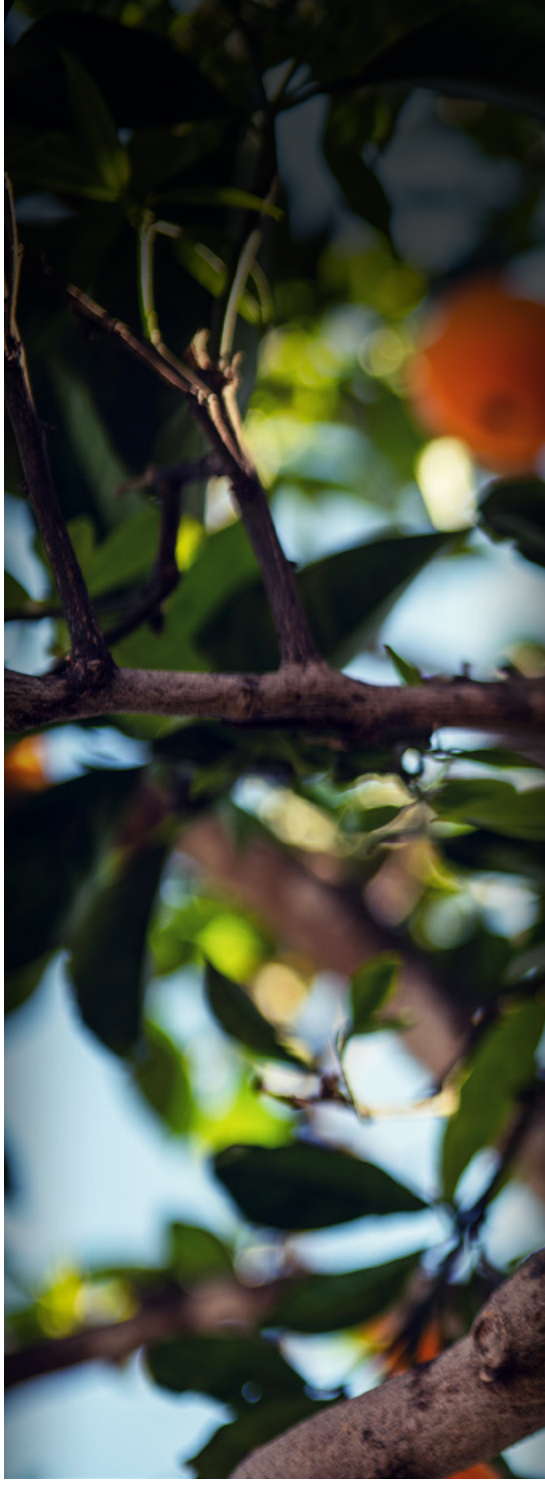
LA GESTION RATIONNELLE DE L'EAU AU MAROC

Le Ministre est intervenu dans le cadre de cette conférence, sur l'importance de la gestion rationnelle de l'eau et son économie en matière d'adaptation aux changements climatiques et d'atténuation de leurs effets. Ce dernier a notamment rappelé que le Maroc avait proposé lors de la COP22 tenue à Marrakech, une série d'initiatives dans le cadre de la mise en œuvre de l'Accord de Paris, notamment l'initiative d'adaptation de l'agriculture en Afrique (Triple A) qui s'inscrit dans le cadre de la vision africaine de Sa Majesté le roi Mohammed VI. Cette initiative vise à concevoir des solutions adaptées aux problèmes du continent, notamment en matière de renforcement de l'adaptation de l'agriculture africaine aux changements climatiques tel que cela a été exprimé par le Ministre lors de la conférence : « Au Maroc, la maitrise de l'irrigation a tôt été une nécessité pour intensifier la mise en valeur agricole, garantir la sécurité alimentaire, contourner la forte contrainte de l'aridité et faire face aux aléas climatiques, notamment les sécheresses récurrentes qui deviennent désormais structurelles du climat de notre région ».

L'AGRICULTURE IRRIGUÉE VÉRITABLE LEVIER DE CROISSANCE

Dans le cadre de la nouvelle stratégie agricole Génération Green 2020-2030 et du programme national d'approvisionnement en eau potable et d'irrigation 2020-2027, la dynamique initiée dans le cadre du Plan Maroc Vert en matière d'économie et de valorisation de l'eau d'irrigation sera poursuivie. L'objectif est d'atteindre un million d'hectares couverts par les techniques d'irrigation efficientes et économes en eau, avec l'ambition de doubler l'efficacité hydrique à l'horizon 2030 et de faire de l'agriculture irriguée un levier de développement humain et durable.Compte tenu de l'expérience marocaine réussie en matière de maitrise de l'irrigation et d'économie d'eau, le Ministre a affirmé que le Maroc, promoteur de la coopération Sud-Sud, est ouvert pour mettre son expérience à la disposition des pays africains frères et amis.

#Agrumiculture



L'AGRUMICULTURE FORCE VIVE DE LA PRODUCTION VÉGÉTALE MAROCAINE

Cette année, la production d'agrumes au Maroc a pu bénéficier de nombreux facteurs d'améliorations, de bonnes conditions météorologiques et du développement de toutes nouvelles variétés imaginées pour soutenir une saison de production prolongée. On fait le point.

La production d'agrumes au Maroc a bénéficié, lors de la campagne 2020/2021, d'une amélioration des conditions météorologiques et de pluies constantes. C'est ce qu'a récemment indiqué un rapport du département américain de l'Agriculture en référence aux données du ministère de l'Agriculture. Selon les estimations du ministère de l'Agriculture, la production d'agrumes (oranges, mandarines, clémentines, citrons…) devrait enregistrer, lors de cette campagne, une hausse de

> « En 2021/2022, le Maroc pourrait expédier 630 000 tonnes d'agrumes, soit une hausse d'environ 10 % par rapport à la saison précédente. C'est ce qu'indique le Département américain de l'agriculture (USDA) dans sa dernière note concernant le Royaume chérifien. »

28% par rapport à celle précédente. Et jusqu'à présent, l'industrie ne signale aucun événement majeur qui justifierait une révision des estimations. En effet, les conditions météorologiques au Maroc sont restées favorables (fraîches et humides) dans l'ensemble, ce qui contraste avec la sécheresse et le stress thermique des deux dernières saisons de production, en particulier pendant la période de floraison, indique le rapport.

LE CONTEXTE DE LA FILIÈRE

Grâce aux efforts conjugués des professionnels et de l'État, induits par la Plan Maroc Vert, la filière agrumicole a connu, ces dernières années, un développement important. Ces efforts ont porté essentiellement sur l'encouragement à l'équipement des exploitations, au renouvellement des vieilles plantations et à l'extension des superficies, à l'utilisation de plants certifiés, à la modernisation de l'outil de valorisation de la production, à la rationalisation de l'utilisation des eaux d'irrigation et à la promotion des exportations. Selon les résultats du recensement

général des agrumes menés par le Ministère de l'agriculture en 2019, le Maroc a produit environ 2,62 millions de tonnes d'agrumes dont 715.000 tonnes ont été réservées à l'export, ce qui représente une valeur de plus de 4 milliards de dirhams, selon le ministère de l'Agriculture.

Le secteur crée près de 16 millions de journées de travail annuellement. Il génère une valeur ajoutée de 4.792 MDH et une productivité de l'emploi de près de 318 DH/JT.

95 % de la superficie agrumicole est localisé au niveau de 5 principales régions à savoir :

- Souss-Massa : 32 % (40.350 Ha)
- Rabat-Salé-Kenitra : 20 % (25.300 Ha)
- Oriental : 16 % (20.660 Ha)
- Marrakech-Safi : 14 % (17.750 Ha)
- Beni-Mellal-Khénifra : 14 % (17.430 Ha)

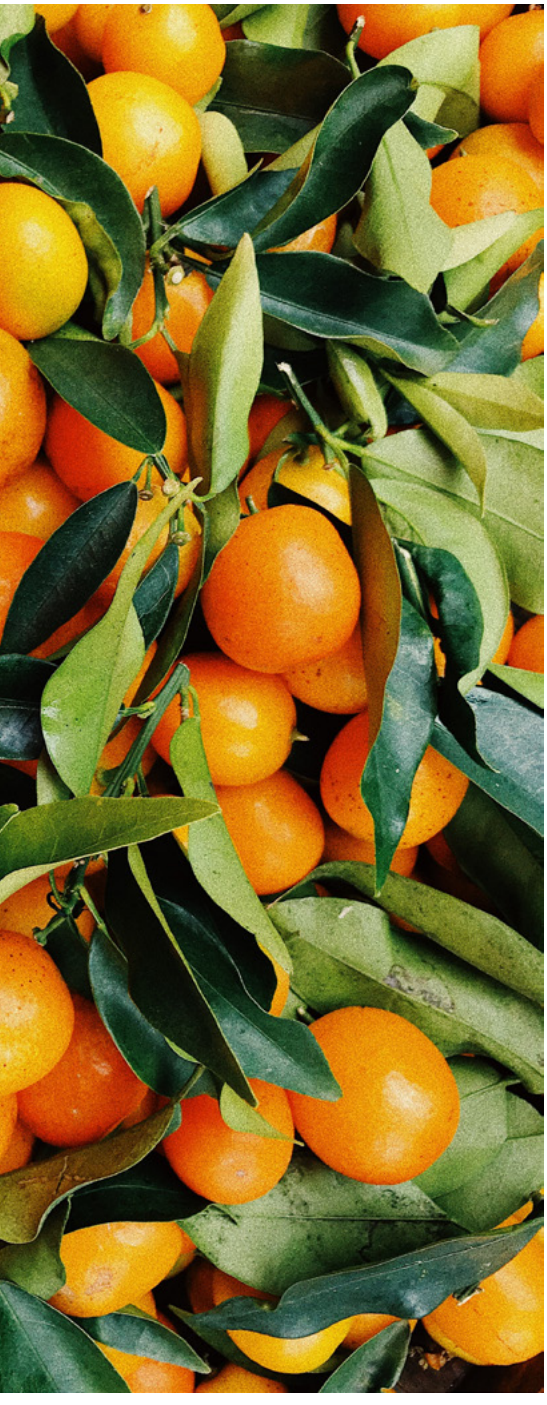
QUID DE LA PRODUCTION ?

La filière couvre une superficie de 128.000 Ha et affiche des indicateurs en nette progression comme l'extension du verger agrumicole sur plus de 44.000 Ha entre 2008 et 2019 pour atteindre 128.000 Ha, dépassant l'objectif de 2018 (105.000 Ha) de 22%. En outre, 70 % des nouvelles plantations ont concerné les petits fruits. Enfin, 53 % de la production agrumicole est constituée des petits fruits. C'est une réalité intéressante : le Maroc est l'un des principaux poids lourds de l'industrie des agrumes. Après une campagne 2020/2021 en demi-teinte, la filière pourrait renouer avec la performance en 2021/2022. Précisément, en 2021/2022, le Maroc pourrait expédier 630 000 tonnes d'agrumes, soit une hausse d'environ 10 % par rapport à la saison précédente. C'est ce qu'indique le Département américain de l'agriculture (USDA) dans sa dernière note concernant le Royaume chérifien. Dans les détails, l'organisme indique que les exportations d'oranges devraient croître de 20 % à 120 000 tonnes tandis que celles des mandarines grimperont de 7,4 % à 500 000 tonnes. Par ailleurs, l'heure sera à la stagnation dans la catégorie des citrons avec un volume identique à celui de l'année dernière, soit 10 000 tonnes. Selon l'USDA, la performance attendue à l'export pour la filière agrumes s'appuiera sur une bonne production. La récolte globale d'agrumes devrait ainsi augmenter de 12 % en glissement annuel pour atteindre 2,55 millions de tonnes en 2021/2022 à la faveur de bonnes conditions météorologiques. Une superficie de 129 350 hectares devrait être plantée durant ladite saison. Pour rappel, la production d'agrumes au Maroc se concentre principalement dans les régions de Souss Massa, de Gharb et de Moulouya. Le Royaume chérifien exporte principalement ses agrumes vers la Russie, l'UE et le Canada.

LE RÔLE MAJEUR DE L'INRA

Dans l'objectif d'améliorer le développement de filière agrumicole au Maroc, l'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) continue à développer des technologies pour cette importante filière au niveau du Centre Régional de la Recherche Agronomique de Kénitra (CRRA Kenitra). En effet, pour faire connaitre davantage ses nouvelles variétés d'agrumes et les mettre au service de la filière agrumicole dans le cadre de la nouvelle stratégie agricole « Génération Green », l'INRA a d'ailleurs organisé en collaboration avec la Fédération Interprofessionnelle Marocaine des Agrumes (Maroc Citrus) et la Direction

Régionale de l'Agriculture de la Région Rabat salé Kenitra, une journée d'information sur ses nouvelles obtentions agrumicoles, le jeudi 16 décembre 2021 à Kénitra. L'occasion a été donnée pour les agrumiculteurs, les techniciens, les développeurs et les professionnels de s'informer sur le terrain sur les avantages des nouvelles variétés et portes greffes mis au point par les chercheurs de l'INRA, et de débattre avec les acteurs de la filière agrumicole des enjeux et les défis auxquels est confronté ce secteur. Cette rencontre constituera également, une opportunité pour l'identification des éléments de la stratégie future pour promouvoir la filière agrumicole nationale.



DE NOUVELLES VARIÉTÉS D'AGRUMES

Al Mahdia, Al Gharbaouia, Al Maamora, Hana, Aya, Mabrouka, sont autant de noms évocateurs attribués aux nouvelles variétés de mandarine, ainsi que Chamsia pour une nouvelle variété d'orange, que ne tarderont pas à expérimenter les agrumiculteurs. A travers ces nouvelles variétés, il s'agit d'introduire des espèces plus résistantes tant au froid qu'aux maladies et ravageurs d'agrumes. Les programmes d'amélioration variétale menés ont permis également l'élargissement de la période de maturation, la production de fruits sans pépins et faciles à éplucher. Ceci sans oublier la maîtrise de la composition chimique du fruit et celle du comportement post-récolte de l'espèce. Intérêt pour la filière : une meilleure compétitivité sur les marchés internationaux. A ce titre, la compétitivité de ces variétés sur les marchés extérieurs repose sur deux critères dans le programme d'amélioration génétique du groupe de mandariniers. Il s'agit d'une part de la qualité du produit, à savoir l'aspermie, la facilité d'épluchage, la régularité de l'écorce et la qualité organoleptique; mais aussi, d'autre part, de l'étalement de la production par la sélection et la création des variétés très précoces et/ou très tardives. Ces deux critères constituent, pour l'INRA, un objectif très important dans le programme de sélection et de création par hybridation sexuée de nouvelles variétés de mandariniers et de clémentiniers. En ce qui concerne le groupe des orangers, le programme d'amélioration génétique vise une diversification variétale dans ce groupe par la création et la sélection des variétés très précoces ou tardives.

A RETENIR...

Des collections du matériel génétique des agrumes ont été installées depuis les années 1960 dans les principales régions agrumicoles du Royaume, notamment dans les domaines expérimentaux de l'INRA à El Menzeh et Allal Tazi au Gharb, au domaine Afourer au Tadla et au domaine Melk Zhar dans le Souss, est-il indiqué dans une note de présentation du programme en la matière. Ces collections qui abritent plus de 500 espèces d'agrumes sont utilisées comme ressource pour les programmes de création et de sélection de nouvelles variétés et porte-greffes d'agrumes. Elles permettent aussi de préserver à long terme la diversité des agrumes du genre citrus et d'autres genres et espèces au sein des rutacées.

INSIGHT

#Chocolat
#Boulangerie
#Pâtisserie

BOULANGERIE-PÂTISSERIE ET… CHOCOLAT TENDANCES ET OPPORTUNITÉS

A la fois le cœur et le moteur de l'industrie du chocolat, le géant Callebaut Barry a récemment publié une très belle étude sur toutes les nouvelles tendances de la boulangerie pâtisserie, l'évolution des habitudes de consommation ou encore les perspectives à venir de l'industrie pour une consommation globale équitable, propre et engagée. Un « foodboard » au cœur de laquelle, le chocolat règne en maître à tous les étages. Voici ce qu'il faut en retenir.

Le groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich en Suisse, est le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, maîtrisant chaque étape de la chaîne de valeur, depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'à la production des chocolats les plus fins. Conscient de toutes les opportunités à saisir dans le monde de la boulangerie et pâtisserie, le groupe Callebaut Barry révèle à travers une importante étude que les produits de boulangerie et de pâtisserie dans la région EMEA (Europe, Middle East & Africa) valent un montant étonnant -91 milliards d'euros,- et comme ils sont susceptibles de croître à un TCAC de 1,3% d'ici 2025, il y a beaucoup d'opportunités à saisir.- Dans les différentes catégories, les Gâteaux/Pâtisseries et Biscuits sucrés représentent les segments les plus importants, avec 80 % des parts, le marché Boulangerie-Pâtisserie. Les snack-bars sont le segment à la croissance la plus rapide avec un TCAC de 20-25 à 3,4%. Qu'est-ce qui est à l'origine de cette croissance et de ce dynamisme ? Le consommateur bien sûr... et ses besoins qui évoluent rapidement.

DES EXPÉRIENCES EXTRAORDINAIRES

Plus que jamais, les consommateurs sont à la recherche d'expériences gourmandes multi-sensorielles et surprenantes. Qu'il s'agisse d'échapper à l'ordinaire ou de rechercher le confort, ou tout simplement de vivre un moment de fête, les produits de boulangerie font définitivement partie de cette tendance en tant qu'expérience culinaire. Une expérience vécue quelque soient les saveurs à partager.

LE SWEET & SNACKS

Les friandises d'aujourd'hui ? Il n'est pas question de les donner à consommer sans y mettre les formes : les Millennials et les Centennials cherchent à échapper à l'ordinaire barre chocolatée en souhaitant vivre un véritable voyage des sens tout comme une évasion visuelle. Qu'il s'agisse de découvrir de nouvelles saveurs exotiques ou inattendues, les marques ont bien compris l'intérêt que portent les jeunes à la tendance du Sweet & Snacks, le tout premier choix dans l'échelle des dépenses des plus jeunes avant les vêtements, les sorties et même les produits de beauté.

LE CHOCOLAT RUBY UN SUCCÈS MONDIAL !

Ce lancement surfe sur la tendance du chocolat rose, cette nouvelle variété de chocolat naturellement rose développée par Barry Callebaut (plus de 13 années de R&D). Le chocolat Ruby est réalisé sans aucun ajout de colorants ni d'arômes de fruits, mais uniquement à partir de fèves de cacao naturellement roses, récoltées en Côte d'Ivoire, en Équateur et au Brésil. En bouche, le chocolat Ruby dévoile des notes fruitées de baies, intenses et surprenantes, sublimées par une pointe finale acidulée et légèrement amère.

LA TENDANCE COMFORT FOOD

Revenir à l'époque des classiques est aussi un enjeu stratégique dans l'univers Boulangerie-pâtisserie et chocolat. C'est une autre façon de revenir à des temps meilleurs dont nous sommes irrémédiablement nostalgiques ! De sorte que certaines saveurs sont naturellement présentes dans les devantures : chocolat, caramel, noix, etc. Cela donne lieu à des produits d'ores et déjà considérés comme des best-sellers tels que les Bruffins, Cronuts, Brookies, Scruffins, etc.

L'EXPÉRIENCE DU LUXE

Le biscuit d'antan se pare d'ajouts gourmands et multiplie l'expérience en bouche, de textures surprenantes ou faire d'un simple biscuit, une expérience culinaire Premium et en jouant également de saveurs différentes. Une tendance qui s'inscrit dans l'envie de vivre et de « célébrer » la vie à chaque instant. En des temps aussi incertains que les nôtres, quoi de plus légitime ?

> "46% des consommateurs de la région Europe, Middle East & Africa déclarent choisir les saveurs chocolatées lorsqu'ils veulent se faire plaisir."

UN PHÉNOMÈNE NOUVEAU, LA BAKE FICTION

Largement inspiré des médias sociaux, la Bake Fiction, c'est à la fois l'art de cuire en proposant des compositions visuellement attractives et dont l'attrait photogénique est essentiel. Mieux encore, l'attrait instagénique fait toute la différence : c'est le facteur principal dans l'acte d'achat pour les consommateurs d'aujourd'hui qui se rendent dans une boulangerie ! Voilà pourquoi les grands chefs pâtissiers rivalisent d'ingéniosité pour proposer des compositions colorées, décorées. Une tactique devenue incontournable pour donner le ton… et la saveur de la dite préparation.

LES ÉDITIONS LIMITÉES

Impulser l'acte d'achat en faisant d'un banal chocolat, un collector ? Voilà tout l'esprit des éditions limitées qui proposent autour d'un même produit ou d'une même saveur, un look différent pour recréer de l'attractivité et de la surprise autour d'un seul et même produit dont l'exclusivité est en outre limitée dans le temps. Là encore, il s'agit bien de recruter des consommateurs exigeants, curieux et en mal d'originalité.

LE HEALTHY LIVING

Autre préoccupation du marché de la Boulangerie, les consommateurs soucieux de leur bien-être qui consomment des produits sains et bons pour leur santé. Des produits qui doivent obligatoirement s'accompagner d'allégations pour le moins compliquées à tenir : sans gluten, paléo, sans lactose, à teneur réduite en sucre, céto et… sans OGM/E-numéros. La liste des ingrédients interdits est assez longue pour en décourager plus d'un et pourtant ! La Healthy boulangerie fait des émules. Cerise sur le gâteau ? Même les portions sont réduites à des mini-bouchées pour s'adapter au modèle du Healthy Living.

DE LA DOUCEUR POUR NOTRE PLANÈTE

Respect de l'environnement, commerce équitable, durabilité, traçabilité et… Labels BIO. Tels sont les nouvelles revendications des consommateurs qui souhaitent consommer bon et « propre ». On en déduit des exemples tels que du Cacao d'origine équitable, des arômes naturels à base de plantes biologiques et moult certifications pour les ingrédients de bases de la Boulangerie-pâtisserie.

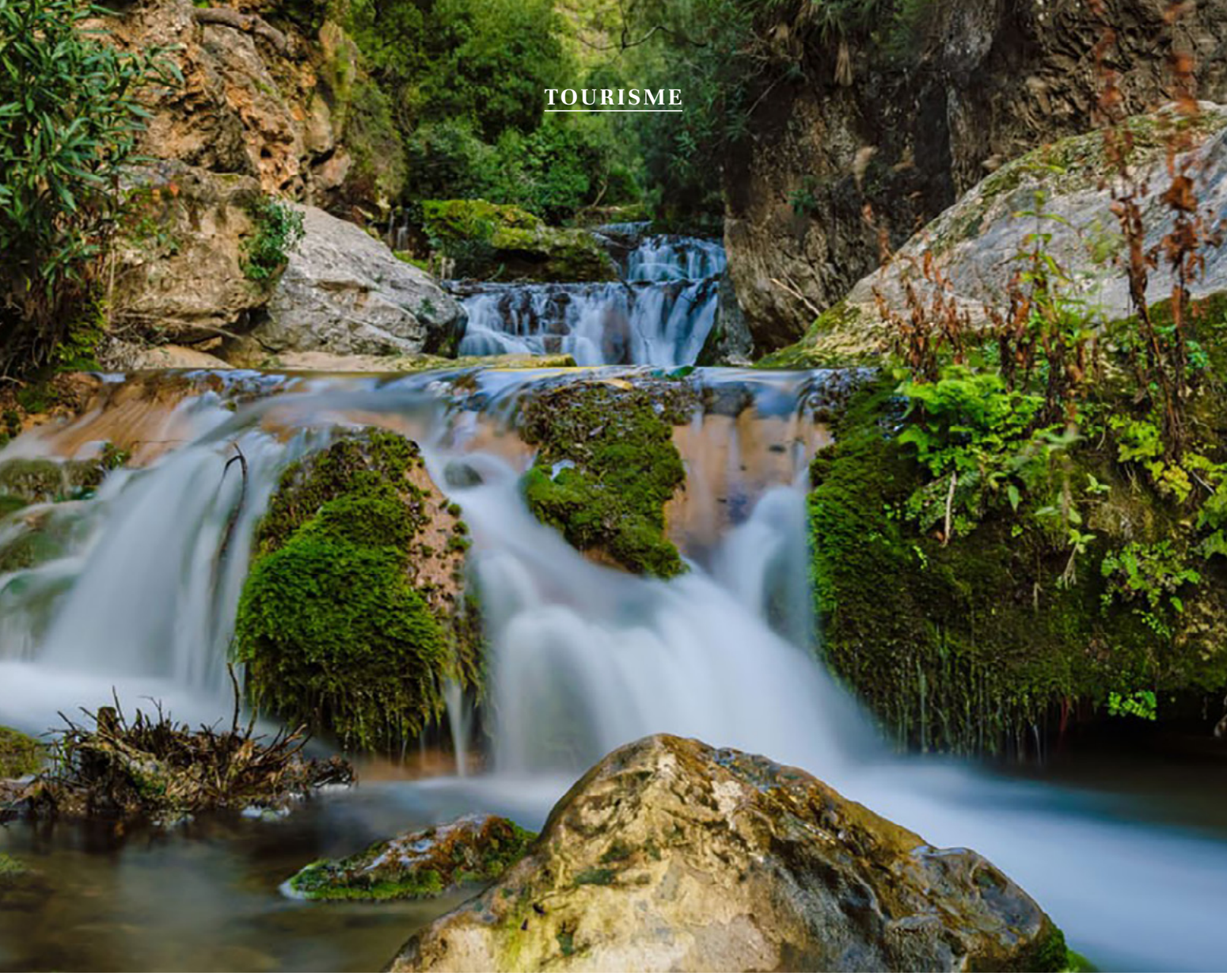
#Tourisme
#ONMT

UN CHANGEMENT DE PARADIGME

Pour faire face à tous les « Stop and Go » relatifs à la crise sanitaire c'est vers l'offre de proximité que l'ONMT a désormais décider de miser. Une nouvelle vision destinée à contrer les effets dévastateurs de la crise sanitaire.

Opérateurs touristiques, tant le réceptif que les hôteliers sont dans la plus totale désolation au regard des décisions gouvernementales concernant la crise sanitaire. Le Maroc n'étant pourtant pas à la traîne concernant la campagne vaccinale et le premier pays d'Afrique à afficher un taux de vaccination supérieur à 60%. Mais les chiffres des Tour Operator ayant déjà mis la clé sous la porte sont presque aussi importants. D'autant que le noyau dur du tourisme classique se concentre essentiellement sur les plus grandes régions du Maroc : Marrakech, agadir, etc. Pour contrer cette dynamique d'échac et sauver la fin de l'année, L'ONMT vient tout juste de lancer une campagne dont l'objectif est de consolider le marché domestique comme premier pourvoyeur de touristes pour la destination Maroc.

RAPPEL DU CONTEXTE DE L'OFFRE TOURISTIQUE MAROC



Si l'on s'en réfère au dernier Contrat-Programme 2011-2020, ce dernier ne faisait que conforter l'importance du Tourisme comme puissante locomotive de croissance économique à travers ses effets d'entraînement sur tous les autres secteurs de l'économie. Oui, jusqu'ici, il était comme véritablement assimilé que le Tourisme participe à la prospérité collective de manière significative. Il est en particulier un irremplaçable instrument d'aménagement et de développement régional, qui valorise durablement les territoires, les populations, les patrimoines, et qui diffuse ses effets bénéfiques (création d'emplois, stimulation des petites et moyennes entreprises, génération de revenus) dans les endroits les plus reculés du Royaume. Pour ce contrat-programme, le tourisme est un formidable instrument de promotion internationale : il participe à cet égard pleinement aux efforts déployés par le Royaume pour s'arrimer à l'Europe, offrant l'image d'un Royaume doté d'une longue histoire et d'un riche patrimoine civilisationnel, celle d'un peuple accueillant, tolérant, ouvert sur le Monde, celle d'un pays qui se projette vers l'avenir et la modernité avec confiance et détermination, celle enfin d'une Nation responsable qui s'engage à adopter les valeurs et les principes du développement durable.

RAPPEL DES CHANTIERS DE LA DIVERSITÉ DES PRODUITS TOURISTIQUES

Sur la base du contrat-programme 2011-2020, des chantiers stratégiques devraient être ouverts selon six programmes structurants qui ont été définis en fonction du potentiel marocain en termes du culturel, du balnéaire et de la nature. Ces six programmes ayant comme

tige commune le développement durable sont complétés par d'autres programmes centrés sur des niches à forte valeur ajoutée et sur des segments pour augmenter l'attractivité des destinations.

1. Programme Azur 2020 pour construire une véritable offre balnéaire Maroc compétitive au niveau international.
2. Programme Eco/ Développement Durable pour valoriser les ressources naturelles et rurales tout en les préservant, et veiller au respect de l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil en leur offrant des avantages économiques.
3. Programme Patrimoine et Héritage pour valoriser l'identité culturelle du Maroc à travers la structuration et la valorisation du patrimoine matériel et immatériel du Royaume et la construction des produits touristiques cohéents et attractifs.
4. Programme Animation, Sport & Loisirs pour créer une offre d'animation riche, variée et complémentaire aux infrastructures touristiques de base afin de consolider l'offre touristique marocaine et la rendre plus attractive et plus compétitive.
5. Programme Niches à forte valeur ajoutée (Affaires et Bien-être) pour faire du Maroc une nouvelle destination internationale du Tourisme d'Affaires en créant des infrastructures permettant d'accueillir de grands événements internationaux et en organisant des synergies avec les segments sport et bien-être, animation et culture. Et faire aussi du Maroc une nouvelle destination internationale du bien-être et de la santé.
6. Programme Tourisme Interne pour répondre aux attentes des marocains en leur offrant un produit adapté tenant compte de leurs habitudes et de leur manière de voyager.

LA CRISE SANITAIRE CRÉATRICE DE NOUVEAUX HORIZONS ?

Frontières fermées, taux d'occupation au plus bas, etc. Les critères désignant l'impasse dans laquelle se trouve l'offre touristique Maroc n'en est plus à sa première chute vertigineuse. Et dans ce contexte précisément que L'ONMT trouve l'énergie nécessaire de démultiplier son offre touristique quant au tourisme domestique. A l'heure où le Réceptif est en proie à une crise sans précédent et que l'hôtellerie souffre plus que de

raison, l'Office Nationale Marocain du Tourisme vient tout juste de lancer une campagne multi-supports visant à inciter les marocains à découvrir ou… redécouvrir les richesses de leur pays.

CONSOLIDER LE MARCHÉ DOMESTIQUE

Cette campagne s'inscrit en continuité des deux premières campagnes «Ntla9awFbladna» ayant connu une forte mobilisation des acteurs majeurs du tourisme national. «Notre objectif est de consolider le marché domestique comme premier pourvoyeur de touristes pour la destination Maroc en donnant envie aux Marocains d'explorer davantage l'ensemble des richesses de leur pays. Ils sont aujourd'hui plus que jamais le cœur battant de notre tourisme», apprend-on d'Adel El Fakir, directeur général de l'ONMT. Et d'ajouter : «Ntla9awFbladna, c'est notre ambition de développer un tourisme de proximité encore plus attractif». Pour préparer ce nouveau dispositif, qui s'étalera sur plus d'un mois afin de booster la demande pour les fêtes de fin d'année et lors du premier trimestre 2022, l'ONMT s'est appuyé sur sa stratégie de segmentation des profils des voyageurs marocains pour identifier leurs besoins et motivations et ensuite créer et présenter des contenus frais avec comme principal objectif de provoquer le déclic du voyage et de la découverte chez les Marocains.

UN DISPOSITIF QUI MISE SUR L'INATTENDU ET L'INÉDIT

Cette campagne compte dévoiler un contenu nouveau qui présente la profondeur de l'offre touristique du pays via la mise en avant des régions, de lieux inédits et d'activités à vivre entre amis ou en famille selon l'ONMT. Il faut noter que les contenus qui seront dévoilés misent sur la composante «grands espaces, nature et écologie» comme levier pour présenter une nouvelle dimension de l'offre Maroc. De même, le contenu digital sera soutenu par un plan d'animation dédié, qui sera déployé sur les plateformes sociales de la marque «Ntla9awFbldana» et amplifié à travers des opérations de marketing d'influences, pour donner ainsi plus de volume à la campagne et faire adhérer les internautes à la marque.

#MANGERMIEUX MAINTENANT

Le Groupe Marjane, premier distributeur marocain résolument engagé pour la sécurité alimentaire des marocains, lance sa marque « Filière Exclusive M» fédérant l'ensemble des produits des filières fruits et légumes, poisson et viande afin de faciliter leur reconnaissance par les consommateurs. L'objectif du groupe Marjane est d'offrir des produits de qualité, frais, sains et strictement contrôlés sur toute la chaine de valeur tout en privilégiant le sourcing local et les circuits courts. Dans un contexte où les consommateurs sont de plus en plus exigeants et plus soucieux de ce qu'ils mettent dans leurs assiettes, et en manque d'information sur l'origine des produits qu'ils consomment, Marjane, Groupe historique de la grande distribution au Maroc, est plus que jamais déterminé à s'engager pour la santé des consommateurs en leur permettant de faire leurs courses de produits locaux avec plus de transparence et de plaisir. Dans cet esprit, le Groupe Marjane, premier distributeur marocain résolument engagé pour la sécurité alimentaire, lance officiellement sa marque Filière Exclusive M fédérant l'ensemble des produits des filières fruits et légumes, poisson, viande et bientôt poulet afin de faciliter leur reconnaissance par les consommateurs. Avec la marque Filière Exclusive M, l'objectif du groupe Marjane est d'offrir des produits de qualité respectant un cahier des charges très strict, contrôlés, sains, sans résidus chimiques après récolte, sans antibiotiques à l'origine contrôlée et traçables sur toute la chaine de production, de la ferme au rayon. Un seul mot : Bravo !

Saveurs spéciales

Pour les fêtes de cette année craquez pour LINDOR Assorti Edition de Noël 337g. Un assortiment de 4 délicieuses recettes passionnément fondantes : LINDOR Lait, un cœur fondant enrobé d'une délicate coquille de chocolat au lait. LINDOR Noir, un cœur fondant enrobé d'une délicate coquille de chocolat noir. LINDOR Cœur Blanc, un cœur fondant au chocolat blanc enrobé d'une délicate coquille de chocolat au lait. LINDOR Amandes, un cœur fondant aux douces notes d'amandes enrobé d'une délicate coquille de chocolat au lait. Quel que soit l'endroit, quel que soit le moment, il y a quelque chose de magique dans un instant LINDOR. Croquez sa délicate coquille, et son cœur passionnément fondant vous emporte comme dans un rêve, pour un petit moment de bonheur rien qu'à vous. Fondez de bonheur avec LINDOR, créé par les Maîtres Chocolatiers Lindt. La Passion et l'Amour pour le chocolat depuis 1845.

Cornet LINDOR Édition de Noël 337g chez les GMS et supérettes agréées. À partir de 179 DH.

Magie des fêtes

Aucune table ne saurait se passer de cette délicieuse gourmandise des fêtes que les italiens dégustent après la messe de Noël. C'est aussi un cake que les brésiliens affectionnent tout particulièrement : Le PANETTONE ! Majestueux, généreux et toujours volumineux, il est très présent aussi dans certains de nos rayons de grandes surfaces ou les épiceries fines. Présent sous différents formats dont le plus courant – 750 gr – Le Panettone Bauducco est disponible chez nous ! Fourré aux raisins secs et fruits confits, il se conserve parfaitement et fera le bonheur de tous en famille ou entre amis pour un goûter de Noël pas comme les autres.

Panettone BAUDUCCO en GMS à partir de 232 DH.

Glaçage miroir

Harmony effet Miroir

Sofadex-Puratos vous propose sa gamme de glaçage qui apporte un véritable effet miroir et du goût à vos bûches et entremets. Une large gamme qui s'adapte à tous vos besoins : technicité, praticité, aromatisation, coloration ... et d'autres

Sofadex Puratos
Reliable partners in innovation

تقاطع زنقة جول زانيي وبئر حكيم، شارع الوازيس - الداراليبيضاء
الهاتف 35 11 25 / 71 40 25 (0522) - الفاكس 85 46 99 (0522)
البريد الإلكتروني : sdgsofadex@sofapur.com الموقع الإلكتروني : www.sofadex-puratos.com

LA MAGIE DES FÊTES AU ROYAL MANSOUR MARRAKECH

Comme chaque année, c'est avec créativité, luxe et magnificence que le sublime Palace a décidé de nous faire passer les fêtes de fin d'année. Un nouveau chapitre s'ouvre où le règne le végétal : un chapitre où l'on reprend conscience de la splendeur de la nature dans toute sa beauté. Ainsi, le Royal Mansour Marrakech esquisse la trame de fond de la plus parfaite des forêts vierges, dévoilant ses couleurs, son tourbillon de parfums et sa richesse. Une invitation à une saison festive délicieusement libératrice.

Des mets d'une infinie délicatesse composent la délicieuse symphonie de la saison festive, témoin du génie créatif des chefs triplement étoilés (Yannick Alléno et Massimiliano Alajmo. De surprenants mariages de saveurs dévoilent la quintessence du raffinement sublimée par le meilleur de la nature, à la redécouverte nostalgique des grandes brasseries françaises, dans le nouveau décor du restaurant LA TABLE… ou encore du meilleur de la gastronomie proposée dans les grandes tables du Palace.

LA FÉÉRIE DU DÎNER DE NOËL

LES BÛCHES CRÉATION

Le Royal Mansour Marrakech réinvente la Bûche de Noël et apporte fraicheur et élégance à l'emblème naturel des fêtes. Épurée et colorée, la collection de huit bûches du Royal Mansour célèbre cette année, le savoir-faire de l'artisanat marocain : zelliges et autres boiseries parent les douceurs sucrées des fêtes.

LES BÛCHES
The Christmas yule logs

BÛCHES CRÉATION
Creation yule logs

COCONUT
CRÈME DE COCO, CROUSTILLANT DE COCO GRILLÉ ET GELÉE DE CITRON VERT
Coconut cream, crispy grilled coconut and lime jelly

MIEL D'ORANGER
SABLÉ, BISCUIT MOELLEUX, CRÈME D'ORANGE, NUANCES DE EARL GREY ET MOUSSE DE MIEL D'ORANGER
Shortbread, soft biscuit, Earl Grey flavored orange cream and orange honey mousse

CHEESECAKE AUX FRUITS ROUGES
SABLÉ FLEUR DE SEL, MOUSSE PHILADELPHIA ET CRÉMEUX DE FRAMBOISES
Lightly salted shortbread, Philadelphia cheese mousse and raspberry cream

MANGO
BISCUIT CITRONNÉ, COMPOTÉE DE MANGUE AUX AGRUMES, MOUSSE À LA FLEUR DE CAMOMILLE
Lemon biscuit, mango compote with citrus, chamomile flower mousse

CHOCOLAT
BISCUIT MOELLEUX CACAO
CRÉMEUX ET GELÉE DE CACAO, MOUSSE LÉGÈRE AU CHOCOLAT NOIR À 70 %
Soft cocoa biscuit, cocoa jelly, 70% black chocolate mousse

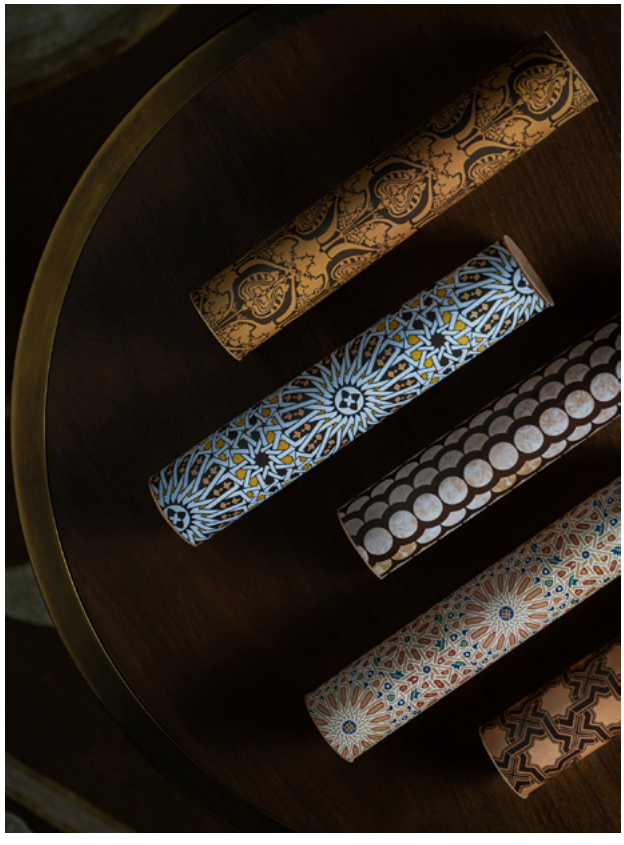
NOISETTE
CROUSTILLANT AU RIZ SOUFFLÉ, CRÉMEUX NOISETTE ET PRALINÉ
Crispy puffed rice, hazelnut cream and praline

BÛCHES TRADITION
Traditional yule logs

MARRON CONFIT
DIPLOMATE CRÈME DE MARRON, BISCUIT MOELLEUX À LA CHÂTAIGNE
Diplomat chestnut cream, chestnut soft biscuit

BÛCHE AU CAFÉ
CRÈME AU BEURRE, CAFÉ PURE ARABICA, BISCUIT MOELLEUX
Butter cream, pure arabica coffee, soft biscuit

350 MAD
(POUR 4 PERSONNES | FOR 4 GUESTS)



واجدة
Wajda

Nos épices **Simples**

Nos épices **Mixtes**

Lot 18, Parc Industriel
C.F.C.I.M Ouled Salah
Bouskoura .

Mob: 06.62.01.41.23
Contact@wajda.ma

SAQUII SOLAIRE

Vous êtes un agriculteur à titre individuel ou en groupement, ou une société souhaitant équiper votre exploitation d'un système de pompage solaire pour une irrigation localisée ?

SAQUII SOLAIRE du PACK DEVELOPPEMENT DURABLE du Crédit Agricole du Maroc a été spécialement conçue pour vous offrir le meilleur accompagnement, au service de la croissance de votre activité.

DES FINANCEMENTS SUR MESURE AU SERVICE DE VOTRE ACTIVITÉ

Pour soutenir le développement de votre activité, le Crédit Agricole du Maroc vous permet de bénéficier de financements à moyen terme pouvant atteindre jusqu'à 85%, remboursables à votre rythme de manière trimestrielle, semestrielle ou annuelle :

Crédits d'Investissement

- ✓ Panneaux Photovoltaïques ;
- ✓ Pompe ;
- ✓ Contrôleur de pompage ;
- ✓ Variateur de vitesse ;
- ✓ Autres équipements de pompage solaire.

VOTRE BANQUE AU QUOTIDIEN ACCESSIBLE À TOUT MOMENT

Pour une gestion optimale de votre activité, le Crédit Agricole du Maroc met à votre disposition des offres packagées sur mesure, adaptées à vos besoins bancaires au quotidien :

- Pack « CAM PME »
- Pack « Itkane »
- Pack « Al Fellah »
- Pack « Al Fellah Agrégation »

DES AVANTAGES MULTIPLES, UN ACCOMPAGNEMENT UNIQUE

Le Crédit Agricole du Maroc vous fait également bénéficier de nombreux services et outils avantageux, pour vous offrir chaque jour le meilleur accompagnement et vous permettre de vous consacrer pleinement à votre activité :

- Un accès gratuit à la plateforme d'information « Fellah Trade », notre site spécialisé dédié à l'actualité du secteur agricole et agro-industriel du Maroc www.fellah-trade.com ;
- Des sercices liés à votre compte courant : carte bancaire gratuite, crédits personnels pour les agriculteurs et employés de votre société ;
- Des produits bancaires adaptés à vos besoins : bancassurance, crédits à la consommation, crédits immobiliers ;
- Une assistance technique et un conseil dédié.

www.creditagricole.ma
CreditAgricoleduMaroc
creditagricolemaroc

CREDIT AGRICOLE DU MAROC