



Offrir à mes clients le meilleur du Wi-Fi

WiFi Pro

Une offre accessible qui s'adapte parfaitement à votre budget et à vos besoins, assure une meilleure couverture Wi-Fi de vos locaux et vous permet de bénéficier d'une assistance proactive.

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



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



ÉDITO

Hôtellerie, restauration, métiers de bouche, etc.

A l'aube d'une ère nouvelle?

Ce n'est pas sans une certaine satisfaction que nous avons souhaité dédier cette première édition printanière au secteur majeur de l'HORECA. Il y a tout juste deux ans, presque jour pour jour, l'une des plus grandes éditions du salon justement spécialisée dans le secteur de l'Hôtellerie, de la Restauration, des Métiers de Bouches, du

Bien-Être et des Loisirs, devait se tenir à Casablanca. La pandémie en a malheureusement décidé autrement de sorte que c'est, 2 ans plus tard, avec beaucoup d'émotions que nous sommes évidemment heureux d'assister à l'édition « de la relance et du renouveau » à Casablanca : le Marocotel 2022. Pour preuve, nous avons d'ailleurs consacré notre principal dossier à ce secteur si fragilisé et pour autant ô combien stratégique. Parce qu'il accompagne l'Industrie Touristique dans toute sa chaîne de valeur et de ses écosystèmes , en fédérant toutes les synergies. Ainsi, des effets généraux de la pandémie à certains chiffres clés ou encore ce que la pandémie a permis de comprendre ou d'ambitionner, RESAGRO s'est tenu au plus près de tous les nouveaux marqueurs du secteur en faisant appel à une équipe d'experts qui se sont livrés à l'exercice passionnant du Livre Blanc pour vous fournir nombre d'éclairages et de tendances clés du secteur précité. Des données d'autant plus cruciales que le Maroc est encore confronté à de nombreux défis mais le plus capital étant de relancer sa croissance en fournissant des services de qualité tout en gérant toutes les formes d'inflation en regard à un pouvoir d'achat idoine et stagnant le plus souvent. Ce qui pourrait on le souhaite, permettre de rétablir la stabilité du secteur tout en maintenant pour n'importe quel acteur touristique ce que l'on nomme communément un avantage concurrentiel. Et qu'il s'agisse de petites structures ou de grandes infrastructures, le « Best-practicing » est désormais de mise pour regagner la confiance du consommateur marocain et... le fidéliser. Que de défis pour les uns et d'objectifs à tenir pour tous les différents acteurs déjà impliqués dans cette dynamique positive finalement! Une dynamique dont le seul levier n'est autre que le « renforcement de la compétitivité de l'offre marocaine » comme l'a récemment déclaré M. Hamid Bentahar, Président de la Confédération Nationale du Tourisme et Président d'Honneur de cette édition du Marocotel qui « invite tout l'écosystème à travailler ensemble pour renforcer la compétitivité du secteur et co-bâtir une industrie plus forte, plus créative et plus résiliente. »

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



ÉDITO 03

DOSSIER DU MOIS

ECONOMIE Dossier special Les aides financières à la sécheresse

PÉRISCOPE

AGROALIMENTAIRE

Les tendances alimentaires 2022

Le Jadali & Spa

EVASION



HORECA

38 Les dernières innovations Du nouveau dans nos linéaires

CONSO



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 GOUTENCEPTIONNEL





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

PÉRISCOPE

SNACKING

SUBWAY ARRIVE AU MAROC!



La franchise SUBWAY® qui est une marque forte et en croissance, connue pour ses sandwichs sains et excellents, qui représentent une alternative à la restauration rapide traditionnellement hypercalorique et présentant des menus variés donnent aux clients un nombre infini d'options, est finalement au Maroc. Les restaurants SUBWAY® proposent une offre alternative avec une gamme de sandwiches à la saveur originale. Différents de la baguette traditionnelle, leurs pains sont savoureux, toujours frais car cuits dans les restaurants. En même temps, ils se différencient du fast-food traditionnellement gras en proposant une offre équilibrée. Par exemple, vous ne trouverez ni frites ni glaces dans les restaurants SUBWAY®, mais une sélection de « SUB » (sandwiches) de moins de 6 grammes de lipides et 384 calories au plus. Cela répond aux tendances structurelles d'évolution des modes de consommation : à la fois une demande pour un service rapide et des produits équilibrés. L'objectif de Subway est donc de fournir un produit de qualité qui est réalisé spécifiquement selon le goût de chaque client et devant lui. Les sandwichs sont confectionnés sur commande, exactement comme le client le veut et sont servis sur des pains blancs, complets, à base d'une variété de pains gourmets ou encore sur un wrap (tortilla). SUBWAY Maroc qui s'est implanté à Casablanca au boulevard de la Corniches se réjouit donc de vous accueillir et vous invite à choisir parmi ses multiples ingrédients pour créer votre repas en fonction de vos propres goûts et vos envies car avec Subway c'est vous le chef!



SALON

L'INTERNATIONAL CHERRY SYMPOSIUM



Du 2 au 6 mai : École de Haute Formation à Bertinoro, colloque et leaders internationaux du secteur à Macfrut, iront à la découverte du cerisier à Cesena et Vignola. Il s'agit d'un évènement d'envergure internationale avec le gotha du secteur qui se compose de plusieurs rendez-vous importants tout au long de la semaine : deux jours de haute formation au Centre Résidentiel de Bertinoro (2 et 3 mai); un Symposium mondial sur les thèmes clés du cerisier (durabilité, innovation variétale, technologies de cultivation et systèmes de couverture) qui aura lieu à Macfrut à Rimini (4 mai) ; un évènement avec les acteurs leaders du secteur sur les tendances du marché global (5 mai) ; des visites guidées aux principales entreprises du secteur présentes à Macfrut (5 mai) ; un tour à la découverte des principaux producteurs de cerisiers pour toucher du doigt les innovations liées à ce produit (6 mai). L'ICS a été présenté lors de la conférence de presse qui a vu la participation de certains des plus grands chercheurs et entreprises du secteur.

Voici les détails des évènements :

- École de Haute Formation. Bertinoro, 2-3 mai
- International Cherry Symposium. Macfrut, Parc des expositions de Rimini, 4 mai
- Cherry Global Players. Macfrut, Parc des

expositions de Rimini, 5 mai

- Visites guidées dans le Salon. Parc des expositions de Rimini, 5 mai
- Tour à la découverte du cerisier.
 Vignola et Cesena, 6 mai
- La parole aux experts

Le Symposium est organisé par l'Université de Bologne, l'Université de Modène et Reggio d'Émilie et l'Université Polytechnique des Marches en collaboration avec Macfrut, et avec

le parrainage de la Région Émilie-Romagne, du « Collegio Nazionale Periti Agrari e Periti Agrari laureati », de l'Académie Nationale d'Agriculture, de la Chambre de Commerce de la Romagne, et de la « Società di Ortoflorofrutticoltura Italiana ».





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

PÉRISCOPE



TOURISME

L'ONMT DIRIGE SON ATTENTION VERS LES MARCHÉS GERMANOPHONES

Adel El Fakir, Directeur Général de l'Office National Marocain du Tourisme a rencontré Ralph Schiller, CEO de FTI Group, hier, 22 février 2022 à Marrakech. Une rencontre au sommet qui s'inscrit dans la démarche réactivation des marchés internationaux entamée par l'ONMT notamment via les Tour-Opérateurs de référence. Acteur de distribution majeur sur les marchés germanophones, FTI est l'un des TO qui offre le plus de potentiel pour le Maroc sur les prochaines années, notamment sur le marché allemand. Le groupe réalisait jusqu'en 2019 plus de 100.000 clients par an sur la destination Maroc en provenance des marchés allemand, français, suisse et autrichien. Pour l'ONMT, il s'agit donc, aujourd'hui, de relancer une dynamique de croissance forte avec un partenaire clé et multimarché de la destination Maroc, dans un contexte de reprise soutenu de l'activité touristique. Cette rencontre stratégique a été l'occasion pour les deux partenaires de discuter d'engagements considérables en termes d'objectifs clients, de sièges

et de campagnes de communication conjointes sur 6 marchés (Allemagne, France, Suisse, Autriche, Pays-Bas et Royaume-Uni); et de travailler sur des plans de développement de la capacité aérienne visant à doubler les objectifs actuels à l'horizon 2023-2024, soit des capacités de plus de 200.000 touristes. Pour Adel El Fakir, DG de l'ONMT : « Nous continuons notre stratégie de rapprochement des plus grands tour-opérateurs mondiaux. FTI est un partenaire de référence que nous accompagnons dans sa stratégie de développement sur le Maroc, d'autant plus que ses réalisations étaient en progression régulière sur la destination, avec des plans de développement extrêmement ambitieux » Rappelons que les marchés germanophones sont considérés comme des marchés à forte valeur ajoutée, avec une durée moyenne de séjour plus longue, un panier client important et des préférences pour des séjours variés, comme les circuits et les road trips.



Société Certifiée ISO 9001 version 2015

CAP_HORECA

RESTAURATION ET HÔTELLERIE **ECLAIRAGES ET ENJEUX**

Danslaperspectivedemieuxappréhender issu du tout premier livre blanc Cap dossier relatif aux nombreuses à l'impact de la Covid-19 sur le secteur. fondatrice : Manal Dahouni Sefiani. Ce dossier accessible à nos lecteurs est

les différents enjeux relatifs au secteur Horeca, réalisé par un groupe d'experts de l'HORECA, Resagro consacre tout dont la fondatrice de la plateforme www.caphoreca.com et Entrepreneur, problématiques inhérentes au secteur de Consultante en stratégie HoReCa/FMCG, l'hôtellerie et de la restauration en regard Coach & Formatrice certifiée, DG et Co-



Manal DAHOUNI SEFIANI

Entrepreneur, Consultante en stratégie HoReCa/FMCG Coach & Formatrice certifiée DG et Co-fondatrice de la Plateforme www.caphoreca.com. La 1ère techno structure au profit de l'écosystème CHR



Ce dossier est un extrait de la première édition intitulé « Impact du COVID sur le secteur HoReCa», dresse un bilan de la situation présente et illustre l'impact de la crise pandémique sur le secteur, ainsi que les professionnels opérant dans son écosystème. A travers ce chantier, qui est l'édition de livres blancs CAP HORECA, nous ambitionnons de faire un tour d'horizon sur l'ensemble des éléments qui permettraient aux professionnels du CHR, de mieux appréhender leur environnement, de permettre aux acteurs clés, qu'ils soient des intervenants économiques, sociaux ou institutionnels, de mieux connaître les filières, des cafés, de la restauration et hôtellerie, de mieux cerner le périmètre de leur activité et d'identifier les opportunités de marché. Cette vue d'ensemble a pour intérêt de partager le savoir-faire de notre équipe d'experts, que je remercie sincèrement, pour leur disponibilité et leur engagement, et ce afin d'accompagner les différents opérateurs de ce domaine dans leur plan de sortie de cette situation de crise, en commençant par leur mise en relation.

LES CONTRIBUTEURS AU PROJET



EL Khalil MOUNTASSIR

Consultant &

Formateur en

E-commerce et

Marketing Digital



Smail OUIDDAD

Professeur universitaire
& Expert consultant
Etudes de Marché



Mohammed SEFIANI

Expert en Business

Development & RTM



Expert en Stratégie de vente et distribution HoReCa

Soufiane AIT SOUSSI



Imane BENHSAIN
Consultante expert
en stratégie &
Organisation



THEPEGNIER

HR Consultant &
Executive Coach at B&B
TR Consulting
Ex-DRH du Groupe
ACCOR

Tijania BIROUK



Alexandre DELALONDE

Directeur de Publication
de RESAGRO & Directeur
Général de COMPAD

EFFETS GENERAUX DE LA PANDEMIE

Dans un contexte de crise marqué par une accélération des faits, une incertitude croissante et un pouvoir d'achat abaissé, nous avons assisté à un chamboulement des modes de vie, de la structure de la demande et des effets périphériques sur le bienêtre et le niveau d'engagement des consommateurs.

L'univers de la consommation hors foyer essentiellement défini au niveau des Hôtels, Restaurants et Cafés s'est trouvé au cœur du débat. En effet, la crise pandémique, les restrictions sanitaires, la limitation de déplacement et ainsi que les distanciations sociales ont impacté la fréquentation habituelle de ces endroits. L'expérience client autour de ces lieux et la dynamique professionnelle s'en sont vu paralysées.

Pour apporter une lecture à cet

environnement et ses enjeux, l'équipe des experts CAP HoReCa, s'est donnée comme première mission de relever la profondeur de l'impact, de dresser un état des lieux sur le secteur et sur les industries connexes mais aussi d'analyser les changements comportementaux des acteurs, surtout au Maroc.

Notre finalité est de pouvoir proposer des recommandations opérationnelles au profit des différents opérateurs du secteur HoReCa/CHR et ce, en vue de préparer un éventuel contexte de sortie de crise.

Ce dossier est donc un extrait de notre réflexion qui se présente sous forme d'un livre blanc et qui expose dans un premier temps, les effets généraux de la crise COVID-19 sur l'économie internationale et marocain; dans un deuxième temps, la segmentation du secteur des Cafés, Hôtels et Restaurants, pour finir avec une synthèse et recommandations dédiées aux différents acteurs opérants dans ce secteur.

Partout dans le monde, le retour des touristes dans les villes ne sera pas seulement bon pour l'emploi et la reprise économique. Il apportera aussi de l'espoir, de la confiance et fera renaître tout ce qui fait la vitalité des villes.

Zurab Pololikashvili, Secrétaire Général de l'OMT



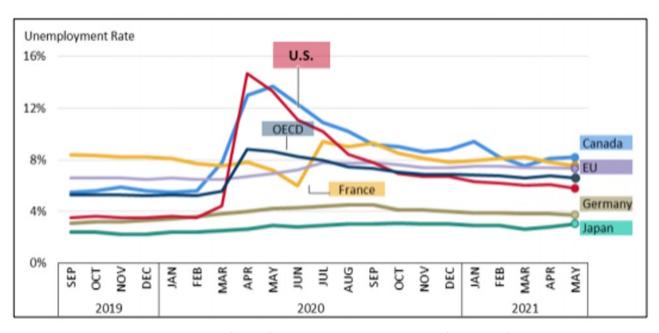
La pandémie de COVID-19 a également provoqué sur un spectre plus large, à titre d'illustration, une chute spectaculaire des investissements directs étrangers en 2020 et 2021. Le flux mondial d'IDE a chuté de 40% à la fin de 2020, passant de 1 540 milliards de dollars à 924 milliards de dollars.

Comme pour d'autres maladies infectieuses qui ont historiquement

affecté les IDE - telles que le VIH/ SIDA ou le SRAS, l'effet sur les infrastructures est probablement paralysant pour de nombreux pays qui tentent maintenant de se remettre après des années de conflit et de difficultés économiques dues en grande partie aux effets du changement climatique.

Après le déclenchement de la crise Covid-19 en 2020, la production économique mondiale a diminué de 4,4 %. Ce chiffre est comparable aux pires années qui ont suivi la Grande dépression des années 1930. Cette situation a causé une baisse très significative du PIB et du commerce dans toutes ses formes dans toutes les régions du monde, ainsi que des pertes d'emplois et de moult autres conséquences.

TAUX DE CHÔMAGE DANS LES PRINCIPAUX PAYS DE L'OCDE EN POURCENTAGE



Source: Ensemble de données de l'OCDE: statistiques sur le marché du travail à court terme.

La pandémie a également soulevé coûts questions sur les et les avantages des chaînes d'approvisionnement mondiales que les entreprises ont mis en place au cours des trois dernières décennies. Des éléments indiquent que la croissance des chaînes d'approvisionnement avait ralenti avant la pandémie, mais l'impact à long terme de la crise ne fait guère consensus. Selon un rapport publié

en décembre 2020 par DHL et la Stern Scholl of Business de l'université de New York, l'interconnexion mondiale comprend quatre types distincts de transactions: le commerce, le capital, l'information et les personnes.

Enfin, en 2020, de nombreux pays ont été confrontés à une hausse significative du taux de chômage. D'après, la CNUCED, la pandémie liée au COVID-19 a engendré des conséquences économiques sur la croissance de plusieurs secteurs du commerce et de l'industrie. Dans le cas du tourisme et de l'hôtellerie, la croissance a été affectée négativement d'au moins 20 points de pourcentage dans le monde entier. Ces faits ont occasionné une hausse à deux chiffres du taux de chômage pour certaines économies, comme celle des Etats-Unis ou du Canada, comme le montre la figure suivante.

LE SECTEUR HORECA AU MAROC

Avant de nous attarder sur la structure de ce secteur au Maroc, nous débutons par les faits marquants :

- Un secteur dominé par les indépendants... mais une montée en puissance des chaînes de restauration et de groupes structurés,
- En 2020, les indépendants ont représenté près des 3/4 des établissements et 2/3 du chiffre d'affaires de la restauration commerciale au Maroc,
- Le secteur se structure rapidement, suivant le même schéma que l'hôtellerie et s'accélère avec le développement

des chaînes hôtelières,

- La montée en puissance des groupes et chaînes repose sur plusieurs facteurs : une politique commerciale efficace, des offres promotionnelles, des campagnes publicitaires, le lancement de nouveaux concepts, ...
- Une politique tarifaire attractive, en raison d'une structure de coûts compétitive et un fort pouvoir de négociation, une optimisation du rendement du travail salarial,
- La présence de marques fortes permettant de rassurer le client de créer un lien consommateur -

marque

 Un maillage territorial dense, notamment via l'élargissement de leur zone de chalandise (gares, aéroports, aires d'autoroute...)

Toutefois, les groupes et chaînes connaissent une croissance plus forte que les indépendants : « Entre 2015 et 2019, le chiffre d'affaires des entreprises leaders a progressé 3,5 fois plus rapidement que celui des petits indépendants ». Ainsi, en 2020, les groupes et les chaînes de restaurants effectuent ¼ du chiffre d'affaires total du marché de la restauration commerciale.

La profession compte 5 733 541 emplois salariés en 2020, soit : 3,5% de l'emploi salarié au Maroc, soit le 3ème secteur le plus pourvoyeur d'emplois salariés au Maroc.



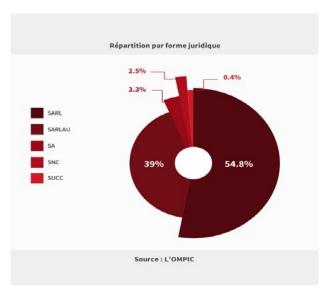
En 2019, la restauration commerciale a représenté 17% des dépenses au Maroc sur le marché des produits de la pêche et de l'aquaculture. Ci-dessous des données sur les dépenses engagées :

- Restauration commerciale indépendante : 945 milliards de Dhs
- Dépenses des chaînes de restauration commerciale : 182 millions de Dhs.
- Dépenses des circuits de distribution (grande distribution, poissonneries et marchés, restauration commerciale et restauration collective): 6,5 milliards de Dhs.

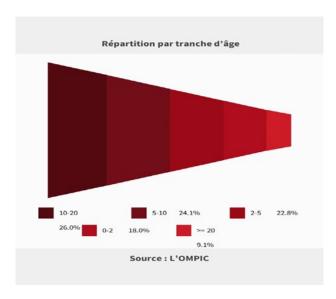
La restauration hors domicile représente environ 10% du chiffre d'affaires de l'industrie agroalimentaire.

LES CHIFFRES CLES DU SECTEUR

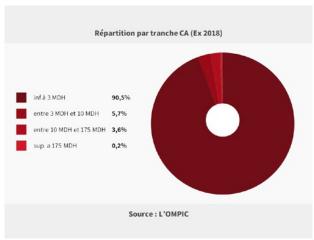
La structuration du secteur HoReCa au Maroc est marquée par une domination des sociétés du type SARL, qui ont de 5 à 20 ans d'existence. Nous présentons ces statistiques dans le détail.



On constate que la majorité des entreprises opérantes dans les Cafés, Hôtels et Restaurants sont de forme SARL, avec plus de la moitié des acteurs du secteur (54,8%). Vient ensuite la forme SARL avec Associé Unique, avec 39% et le reste est partagé entre les SA, SNC, SUCC et d'autres formes moins fréquentes.



Quant à l'âge des entreprises du secteur HoReCa, les acteurs dépassant les 20 ans d'existence ne représentent que 9,1%. Ce qui est la part la plus faible, toutes catégories confondues, contrairement aux 10 à 20 ans qui sont les plus répandus.



Concernant le chiffre d'affaires, on constate que la majorité des entreprises dans le secteur du CHR, a un chiffre d'affaires inférieur à 3 MDHS, soit 90,5% alors que seulement 0,2% des acteurs en général peuvent se targuer d'avoir un CA supérieur à 175 MDHS.



LE CONSOMMATEUR MAROCAIN

L'analyse du contexte sectoriel HoReCa au Maroc ne peut être complète sans s'attarder sur les spécificités du consommateur et de la consommation des produits et services de cet univers.

Nous nous attardons sur le profil du consommateur marocain avant d'analyser le comportement de consommation.

Le Maroc a une population jeune (âge médian de 29,1 ans en 2020) et des ménages nombreux (4,6 personnes en moyenne). 27% de la population a moins de 15 ans et 16,5% ont entre 15 et 24 ans, 40,6% entre 25 et 54 ans, puis 8,6% ont entre 55 et 64 ans et 7,1% ont 65 ans ou plus. Cependant, le taux de croissance de la population n'est que de 0,96%.

Au cours des dernières décennies, la population urbaine a considérablement augmenté, atteignant 63,5% du total en 2020, avec un taux d'urbanisation annuel estimé à 2,14% entre la période de 2015-2020. La répartition territoriale de l'urbanisation est particulièrement inégale, avec un résident sur trois dans les deux régions, celle du Grand Casablanca et la région de Rabat Salé

Zemmour Zaer. L'école est obligatoire chez les enfants de 6 à 14 ans et le nombre d'enfants non scolarisés a fortement diminué ces dernières années. La majorité de la population est active dans le secteur des services (44%), bien que le secteur agricole ait également une part importante de 34%, suivi par le secteur industriel de 22%, selon les statistiques de la Banque mondiale (2020).

Pour ce qui est du PIB, le PPA (PIB par Habitant) du Maroc est passé de 7 826 USD en 2019 à 7 369 USD en 2020 selon la Banque mondiale. Selon les derniers chiffres publiés par la caisse nationale de sécurité (CNSS), le salaire moyen des Marocains en 2018 s'élevait à 5 188 dirhams. Répartis par secteurs, les salaires moyens varient : le salaire mensuel moyen des fonctionnaires s'est assis à 7 549 dirhams. Les travailleurs les mieux payés étaient employés dans les secteurs de la finance et des assurances (14 749 dirhams), suivis par le secteur de l'informatique et des communications (10 953 dirhams). Les travailleurs les moins bien payés étaient employés dans les secteurs de l'agriculture (3 028 dirhams par mois) et de l'hôtellerie (3 963 dirhams). Toutefois, le salaire médian était de 2 723 dirhams.

Pour ses achats, le consommateur marocain privilégie les établissements de proximité où il existe une relation de confiance construite sur le contact avec le vendeur. Selon une étude Ipsos, 55% des femmes sont responsables des achats du ménage, 47% d'entre elles recherchent des informations avant d'acheter et 54% choisissent les marques plutôt que le prix.

seules 55% des femmes interrogées responsables des achats du foyer, se disent fidèles aux marques et 53% d'entre elles, disent être à l'affût des meilleures offres et promotions.

Le commerce électronique est encore peu développé au Maroc : alors que la pénétration d'Internet a considérablement augmenté au cours des dernières années, atteignant désormais environ 70% de la population totale. Cependant, seuls 7% des internautes font actuellement des achats en ligne.

Néanmoins, 4% des femmes responsables des achats du ménage déclarent avoir déjà fait leurs achats en ligne et 20% déclarent chercher des informations sur internet.

Cependant, le taux de participation des communautés marocaines aux pages de fans des marques

est en augmentation. Ainsi, les consommateurs qui ont choisi de suivre une ou plusieurs marques sur les réseaux sociaux s'investissent de plus en plus dans leurs relations avec elles, ce qui tend à influencer leurs décisions d'achat. Les dépenses liées aux enfants sont une priorité absolue pour 90% des parents, contre 76% pour les voyages, 75% pour les vêtements pour adultes et 59% pour les loisirs, selon l'Observatoire Wafasalaf.

D'après le dernier rapport de l'ANSES de février 2021, il semble que 80 % des adultes et 83 % des enfants et adolescents (âgés de 3 à 17 ans) prennent au moins un repas hors domicile par semaine. Parmi ces repas, 5 % correspondraient à de la restauration rapide, entendons par-là fast-food, pizza..., c'est à dire une consommation de produits

riches en graisses et en sucres... Si on regarde, de plus près les chiffres de la restauration rapide, le rapport mentionne que la fréquentation de ce type d'établissements est passée en 8 ans du simple au double (2006 et 2014). En effet, parmi les « actifs » (adultes et étudiants) déclarant fréquenter ce type d'établissements, 55 % d'entre eux déclarent le faire une fois par mois et 20 % plus d'une fois par semaine. Cet état de fait n'est certainement pas sans liens avec l'évolution du mode de vie : recherche constante de la performance, temps de trajets domicile-travail augmentés, pauses déjeuners réduites... Laissant peu de temps à la prise alimentaire « traditionnelle ». La crise sanitaire (Covid 19) a probablement amplifié le phénomène, puisque les « seuls établissements ouverts étaient,

justement, ceux proposant de la restauration rapide, c'est à dire de la « vente à emporter ».

Une étude similaire est en cours par l'équipe CAP HoReCa, afin de constituer un tableau de la demande hors fover au Maroc en termes de market size d'insights et drivers des consommateurs et shoppers.

En revanche, durant les 6 dernières années, nous avons assisté à un changement dans les habitudes alimentaires des consommateurs marocains qui se tournent de plus en plus vers les produits sains et biologiques. Ce tournant concerne principalement les jeunes et les femmes enceintes. Les grandes villes du pays ont vu fleurir de nombreux magasins spécialisés et certains détaillants ont même étendu leurs réseaux d'une douzaine à quelques 700 points de vente en 2-3 ans.

NEWICS CATERING UNLIMITED



Créateur d'expériences de restauration en milieu concédé et partenaire de référence en Facility Management sur tout le Maroc

> **CONSEIL ET GESTION MULTI-TECHNIQUES ET MULTI-SERVICES** POUR LES OPÉRATEURS HÔTELIERS

Siège Maroc

18, rue Ibnou Khalikane, Palmier, Casablanca

Pour toute question, contactez-nous: contact-maroc@newrest.eu

0522 649 999



L'IMPACT DU COVID-19 SUR LE SECTEUR HORECA AU MAROC

L'activité touristique ainsi enregistré en juin 2020 un taux de fermeture de 95% des établissements d'hébergement touristiques Classés (EHTC). À cela s'ajoutent les arrivées aux points de contrôle frontaliers ainsi que les nuitées à l'étranger qui ont toutes deux subi des baisses respectives de 77% et 67% par rapport à la même période de l'année 2019. Quant aux recettes de voyages, elles se sont repliées à fin août 2020 pour atteindre les 23,6 milliards de dirhams.

L'industrie touristique marocaine a été grandement affectée par le COVID-19, ce qui a mis le pays face à une situation périlleuse de perte de plus de 3 millions de voyageurs (en moins) en provenance d'Europe depuis juin 2020, d'où la mobilisation générale et la forte collaboration entre les secteurs publics et privés pour trouver des solutions. Afin de ne pas se contenter de rester à flot, mais aussi de promouvoir la reprise parmi les travailleurs marocains dont les moyens de subsistance dépendent fortement des arrivées de touristes étrangers. L'ex-chef du gouvernement Saadeddine Othmani

demande touristique est mise sous tension, et où la concurrence mondiale est intense, il est important de préserver et de renforcer la compétitivité de l'offre marocaine.

Les opérateurs touristiques, tous métiers confondus, doivent être impliqués dans cet exercice. Notre mission à la CNT est de mettre tout en œuvre pour aider l'ensemble des acteurs et les entreprises de toutes tailles, à se relever de cette crise et au-delà, à se projeter dans l'avenir.

Hamid Bentahar

a signé un programme de contrats concu.

Spécifiquement dans ce but, pour les années 2020 à 2022 pour rétablir la stabilité du secteur et maintenir son avantage concurrentiel.

Le programme consiste en diverses mesures qui combinent des initiatives transversales avec d'autres axées sur la préservation des emplois, la relance de l'économie et la fourniture de fonds pour l'investissement dans des outils de transformation.

Les mesures supplémentaires

comprennent la stimulation de la demande des touristes en les activant par le biais d'activités promotionnelles, en plus du renforcement des incitations telles que les subventions ou les exonérations fiscales qui peuvent transformer le Maroc en une option attrayante pour ceux qui l'évitent actuellement.

Le Maroc est actuellement confronté à de nombreux défis alors qu'il tente de relancer son économie après avoir connu des ralentissements

économiques suite aux crises financières mondiales.

L'un des défis auxquels le Maroc est confronté aujourd'hui, est de fournir des services de qualité tout en gérant des coûts en forte hausse qui ont souvent dépassé les taux d'inflation au fil du temps. Ce qui a abouti à ce qui est connu



internationalement sous le nom de "Covid-19".

Dans le cadre des efforts visant à résoudre ces problèmes, les Marocains sont encouragés sur tous les fronts (y compris par les représentants du gouvernement) à augmenter leurs dépenses de santé. Le gouvernement marocain a l'idée ambitieuse d'unifier sa stratégie africaine en plans de coopération multidimensionnelle.L'accent sera mis davantage sur les partenariats trilatéraux avec l'Afrique, le Maroc et l'Europe, ainsi que sur les accords de partenariat économique consolidés entre l'Afrique du Nord et l'Afrique de l'Ouest, afin de pouvoir être compétitif dans les chaînes de valeur mondiales. En vue d'améliorer leur position sur ces marchés, le Maroc de la chaîne de valeur touristique, comme les restaurants, les hôtels, les transporteurs, les prestataires de services divers, etc. étaient, dans un premier temps, les plus impactés, avant de potentiellement atteindre d'autres pans d'activité moins directs comme les fournisseurs d'infrastructures, les sociétés d'intérim, etc.

"

Bensaid Alaoui

envisage également, de mettre en place un programme de promotion de l'image de marque du pays, qui

permettra de passer de manière impressionnante de la notoriété à la vente dans le monde entier.

Bibliographie

- BAD (2020), Enquête TPME BAD 2020, Impact de la COVID-19 sur l'emploi et les TPME au Maroc.
- Bank Al Maghrib, Rapport annuel 2019, page 48. Voir les publications sur le site: www.bkam.ma
- CGEM (2021), voir les publications sur le site : https://www.cgem.ma/fr/
- CNUCED (2020), Covid-19 et tourisme : évaluer les conséquences économiques, Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement.
- Flightradar24, site disponible sur le : www.flightradar24.com (accédé en juin 2021)
- FMI (2021), site du fond monétaire international disponible sur le : https://www.imf.org/fr/Home (accédé en Juin 2021).
- Helliwell, J. R., Layard, R. & Sachs, J. D., Rapport sur le bonheur dans le monde 2019 (Réseau de solutions de développement durable. 2019).
- HCP (2009), site du Haut commissariat au Plan sur le: https://www.hcp.ma/
- Le360, « RELANCE ÉCONOMIQUE : LES NOUVELLES MESURES RESTRICTIVES VONT PESER SUR LA CROISSANCE », disponible sur le : www.le360.ma (accédé en février 2021)

- OCDE (2021), site disponible sur le: https://www.oecd.org/fr/
- OIC (2020), Rapport phare de l'Organisation internationale du Café:
 2021, Organisation internationale du Café.
- OMT(2021), site de L'Organisation mondiale du tourisme sur le: https://www.unwto.org/fr (accédé en Juin 2021)
- Organisation pour la coopération et le développement économique, 3 Perspectives économiques de l'OCDE disponible sur : http://www.oecd.org/economic Outlook/#resources (accédé en juin 2021)
- Rapport du SRC (2021), Service de recherche du Congrès Effets économiques mondiaux de COVID-19 (Mis à jour le 9 juillet 2021).
- Rapport du SRC,
- SCA (2020), La cinquième conférence internationale sur les applications des villes intelligentes, un événement virtuel/en ligne sur le : http://www.medi-ast.org/SCA20/index.html#about (accédé en octobre 2020)
- The Economist, « Le jour où le monde s'est arrêté: comment les gouvernements luttent toujours pour devancer le COVID-19 », The Economist, 17 mars 2020.

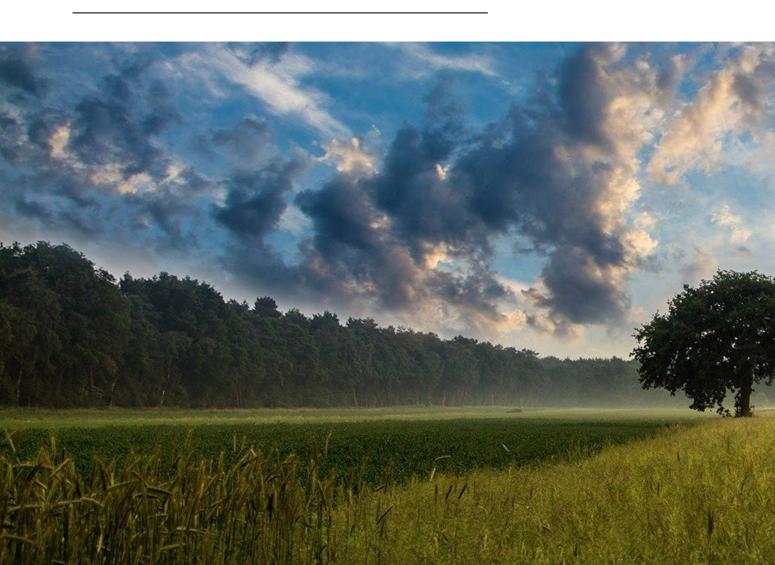
https://www.economist.com/international/2020/03/17/governments-are-still-struggling-to-get-ahead-of-the-COVID-19.



#sécheresse
#La_campagne_agricole

UN PLAN D'URGENCE POUR CONTRER LA SÉCHERESSE

Le Maroc connaît la plus grave sécheresse depuis 30 ans. Au vu de l'important déficit hydrique enregistré et la « médiocrité » de la campagne agricole de cette année, des instructions royales ont été mises en place pour aider le secteur agricole. Voici le détail des aides financières dont la mobilisation du Crédit Agricole en ces temps difficiles.



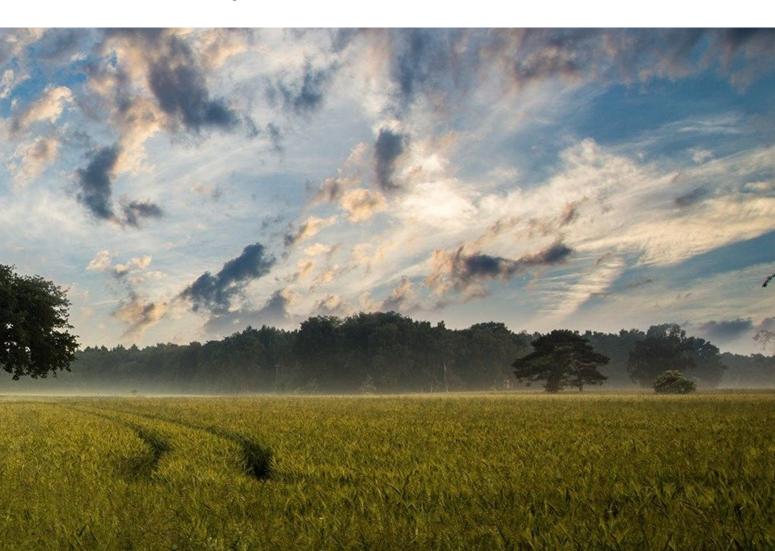
Toutes les régions du Maroc ou presque sont touchées par la sécheresse ce qui représente un danger quant à la réussite de l'actuelle campagne agricole, particulièrement les cultures d'automne et la disponibilité des pâturages. De sorte que certains agriculteurs n'ont pas pris le risque d'investir dans des cultures printanières, préférant garder leurs parcelles de terres au « parcours » du cheptel. Un passage obligé pour ces agriculteurs qui subissent en outre par la flambée des prix des aliments de bétail; laquelle a obligé nombre d'éleveurs à vendre une partie de leur cheptel. Un contexte des plus catastrophiques pour les marchés aux bestiaux où les prix ont également chuté ces derniers temps. Pire, les cultures ont également été impactées par la vague de froid qui sévit actuellement et perturbe la poussée des plantes déclarent les spécialistes.

UN PLAN D'URGENCE POUR SAUVER LES AGRICULTEURS

Un communiqué émanant du cabinet royal indique que la moyenne nationale des précipitations a atteint le 16 février dernier 75 mm, enregistrant ainsi un déficit de

64 % en comparaison avec une saison normale. A l'issue d'un entretien entre Sa Majesté le roi Mohamed VI, le chef du gouvernement Aziz Akhannouch et Mohamed Sadiki, le ministre de l'Agriculture, du développement rural, des eaux et forêts et des pêches maritimes qui a affirmé que la saison serait une des plus difficile des

La campagne agricole 2021-2022 est la troisième sécheresse sévère après celle de 2015-2016 et 2019-2020. Au total, la MAMDA aura indemnisé 3,8 milliards de dirhams aux agriculteurs



trente dernières années, il a été décidé d'octroyer une enveloppe de dix milliards de dirhams pour aider le secteur agricole. En effet, Suite aux hautes instructions de Sa Majesté le Roi Mohammed VI que Dieu l'assiste, visant à mobiliser une enveloppe de 10 milliards de dirhams pour lutter contre les effets de la sécheresse, le Crédit Agricole du Maroc se mobilise pour accompagner les mesures d'urgence du gouvernement et fournir l'aide aux agriculteurs et éleveurs concernés", indique la banque dans un communiqué. Le programme gouvernemental sera accompagné par le CAM à hauteur de 6 milliards de DH.

LE CRÉDIT AGRICOLE BANQUE CITOYENNE ET ENGAGÉE

Le Crédit Agricole du Maroc, banque citoyenne, fidèle à sa mission de service public et à son soutien permanent au monde rural, a ainsi mis en œuvre un ensemble de mesures qui ont été présentées lors de la réunion interministérielle tenue le jeudi 17 février 2022 sous la présidence du Chef du gouvernement, Aziz Akhannouch, fait

savoir la même source. Il s'agit d'un dispositif d'atténuation des effets de la sécheresse et leurs impacts sur les agriculteurs, prévu par la Banque et ses filiales (Tamwil El Fellah) qui s'articule autour de 3 axes, précise la banque. Voici lesquels :

LA MISE EN PLACE DE DIFFÉRENTS FINANCEMENTS

Le premier axe porte sur la mise en place d'une enveloppe additionnelle de 6 milliards de DH destinée notamment au financement des cultures printanières à travers Produit "FILAHA RABIIYA". le La banque accordera ainsi aux agriculteurs des périmètres adaptés, des financements adéquats pour l'installation et l'entretien cultures printanières, (maraîchage, maïs, tournesol, melon, pastèque, ...). L'enveloppe est également consacrée au financement et l'entretien de l'arboriculture via le Produit "AL GHARS". Le Crédit Agricole du Maroc accordera aux arboriculteurs des financements pour continuer à assurer l'entretien nécessaire de leurs vergers, notamment l'irrigation, l'acquisition de fertilisants, les

Le Crédit Agricole du Maroc mobilise 6 milliards de DH pour le déploiement du programme de lutte contre les effets de la sécheresse

traitements phytosanitaires, etc. Ce, dans le but de réduire l'impact du déficit pluviométrique sur les activités arboricoles et sauvegarder les futures productions. Il s'agit en outre de contribuer au financement de la sauvegarde du cheptel via le Produit "LAKSIBA". Dans le but d'aider les éleveurs à sauvegarder leur cheptel et pouvoir acquérir l'orge (2Dhs/Kg) mis à leur disposition par les services du MAPMDREF au niveau des différents souks du Royaume, le Crédit Agricole du Maroc leur accordera des crédits pour l'achat d'aliment de bétail. L'enveloppe également budgétaire devra contribuer au financement de la



reconstitution du cheptel laitier à travers le Produit "GENISSES". Afin de remédier à la situation

actuelle des élevages laitiers caractérisés par la faiblesse des taux de naissance et la perspective de réduction des effectifs, le CAM procèdera à la mise en place d'un produit spécifique dédié au financement de l'acquisition des génisses permettant la reconstitution du cheptel laitier. Il s'agit en outre du financement du comblement des besoins du marché national en céréales et en aliments de bétail et ce, en concertation avec les services du Ministère Chargé de l'Agriculture et selon des mécanismes de contrôle et de suivi arrêtés avec les services concernés et notamment l'ONICL.

L'ACCOMPAGNEMENT DES AGRICULTEURS

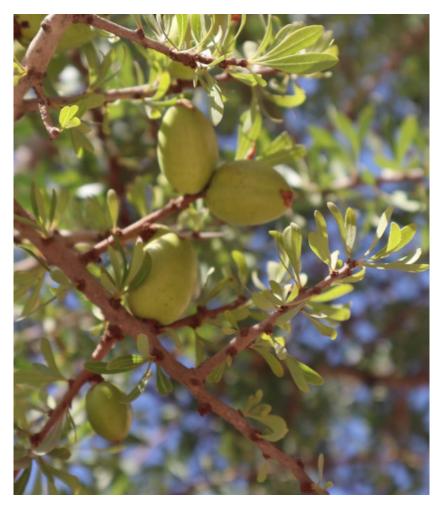
Le deuxième axe du dispositif est relatif au traitement de l'endettement des agriculteurs pour leurs échéances à venir. Dans le but de soutenir les agriculteurs pendant cette campagne difficile, le Crédit Agricole du Maroc procédera dans un premier temps, à la mise en place d'un moratoire. Pour les petits agriculteurs opérant au sein de toutes les filières de productions agricoles, il sera procédé au traitement automatique suivant : Report avec décalage d'une année des échéances des crédits échus; Suspension des actions en justice anciennement intentées. Pour les autres agriculteurs, la situation de leur endettement sera examinée, au cas par cas, et des facilités de paiement seront accordées selon leur capacité de remboursement. Dans un deuxième temps et pour permettre aux agriculteurs de financer leurs campagnes à venir, un reprofilage

de l'endettement sera étudié pour proposer des solutions optimales et réalistes, précise la banque.

LA MISE EN PLACE DE SOLUTIONS INNOVANTES

dernier concerne l'accompagnement financier des investissements innovants en matière d'eau d'irrigation, fait savoir le communiqué, notant que le CAM mettra en place, avec le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime, du Développement Rural et des Eaux et Forêts, des solutions innovantes pour financer des investissements, privés ou dans le cadre de Partenariat Public Privé (PPP), visant à améliorer l'accès à l'eau d'irrigation et, à en réduire le coût. Ces financements peuvent concerner, audelà des investissements classiques,





des unités locales de désalinisation, notamment des ressources en eau provenant des nappes phréatiques saumâtres dans les régions de Doukkala et de l'Oriental, ou la reconversion à l'énergie solaire pour réduire le coût du pompage, conclut le communiqué.

Par ailleurs, toujours faisant suite aux instructions royales, la MAMDA qui couvre tous les risques liés à tous les secteurs professionnels met en œuvre un dispositif spécifique pour accompagner et soutenir les agriculteurs face à la sécheresse de la campagne agricole 2021-2022.

LE REPORT ET RÉÉCHELONNEMENT DES ARRIÉRÉS

DE PAIEMENT DES PRIMES D'ASSURANCE

La première mesure du dispositif concerne le report des échéances de paiement des primes d'assurance agricoles dues au titre de 2021. La MAMDA accordera ainsi aux agriculteurs impactés par la sécheresse des facilités de paiement afin de leur permettre d'aborder, avec plus de sérénité, la campagne agricole prochaine.

L'ACCÉLÉRATION DU PROCESSUS D'INDEMNISATION

Compte tenu de la situation critique

des agriculteurs et afin de pouvoir indemniser dans un délai optimal les agriculteurs des zones défavorables, la MAMDA a d'ores et déjà initié le processus d'expertise alors que ce processus n'est usuellement enclenché qu'au mois d'avril. Ceci permettra de raccourcir le délai d'indemnisation d'environ 3 mois. Il est à noter que le capital assuré représente plus d'1 milliard de dirhams pour 1.000.000 d'hectares assurés au titre de la campagne agricole en cours.

DISTRIBUTION DE RISTOURNES DE MUTUALITÉ EXCEPTIONNELLES AU PROFIT DES AGRICULTEURS SOCIÉTAIRES

La MAMDA assurera la mise en paiement exceptionnelle de ristournes de mutualité au profit de ses agriculteurs sociétaires au cours du second trimestre 2022.

ENCOURAGEMENT DE L'ASSURANCE MULTIRISQUE CLIMATIQUE POUR L'ARBORICULTURE FRUITIÈRE

Pour permettre aux agriculteurs de faire face à la sécheresse, la MAMDA mettra en œuvre un dispositif spécifique pour encourager et développer l'assurance multirisque climatique pour l'arboriculture fruitière. A titre de rappel, ce produit couvre contre la grêle, gel, vents violents, chergui, excès d'eau et hautes températures.



OPEN DU TOURISME ET DES METIERS DE BOUCHE



THE TONY JACKLIN -CASABLANCA-



OFFICIAL BANK

OFFICIAL TELECOM OPERATOR

OFFICIAL TRANSPORTER

OFFICIAL CAR





























































































AGROALIMENTAIRE

#tendances_alimentaires
#nouveaux_produits

LES TENDANCES ALIMENTAIRES 2022 POUR LE BIEN DES CONSOMMATEURS ET DE LA PLANÈTE

De la réduction du gaspillage alimentaire à la recherche de nouvelles sources de revenus pour les grands qui officient dans l'hôtellerie, les nouvelles tendances culinaires ont désormais une approche globale de la consommation et de la production.

L'UPCYCLING POUR CRÉER DE NOUVEAUX PRODUITS

Recycler les déchets pour mieux les utiliser, c'est déjà un phénomène bien ancré dans nombre d'entreprises mais, utiliser ceux issus du processus alimentaire pour créer de nouvelles offres, c'est encore l'apanage de quelques grands mastodontes de l'alimentaire. On peut citer comme exemple, la fabrication de barres énergétiques à base de drêche issus de la production de bière ou de jus de pomme. Mais pas que puisque beaucoup de restaurateurs dont le très réputé chef Douglas à Londres ont décidé d'utiliser des certains des déchets alimentaires pour les transformer en... objets ! Une autre façon de réduire le gaspillage alimentaire. Verdict ? L'upcycling n'est pas nouveau dans l'alimentation, mais devrait de devenir de plus en plus intéressant.

TAXER LA VIANDE

C'est encore sujet à réflexion mais nombre de gouvernements pensent à taxer la viande pour réduire les effets néfastes de l'élevage industriel sur l'environnement : le bétail représente 14,5% des émissions mondiales de gaz à effet de serre. C'est aussi le moyen de pousser les consommateurs de consommer des alternatives... sans viande. Une mesure qui serait peut-être encouragée par les chefs qui connaissent vraiment le coût de la viande et enverraient par voie de conséquence un message clair et impactant.



AGROALIMENTAIRE



LE BOOM DES BOISSONS AUX CHAMPIGNONS

catégorie des champignons fonctionnels a considérablement augmenté ces dernières années et cela commence à s'étendre au marché des boissons. Pensez aux lattes en conserve, aux cafés, toniques, cocktails artisanaux sans alcool et autres élixirs, tous avec de prétendus bienfaits pour la santé, de l'amélioration de la fonction cognitive au renforcement de l'immunité et de la libido. Le champignon liquide pourrait être le nouveau kombucha et les analystes prédisent que la demande de champignon fonctionnel pourrait croître avec un chiffre de 3,51 milliards de dollars d'ici 2027 aux États-Unis. Préparez-vous pour le « boum des champignons ».

LES PRODUCTEURS STARS

Plus que jamais pendant la pandémie, de nombreux chefs ont

pris conscience de l'importance de soutenir leurs producteurs, et le danger de l'effondrement de toute la chaîne d'approvisionnement. Certains ont même créé de nouveaux produits à vendre dans les supermarchés afin de réduire le gaspillage. Les chefs et les restaurants ont toujours célébré leurs producteurs, en les mentionnant sur leur menu ou leur site web, mais en 2022, nous les verrons au centre de la scène. Une pratique fortement installée à New-York ou à Paris.

LE COWORKING DANS LES RESTAURANTS

Avec le travail à domicile, ou au moins un modèle hybride représentant l'avenir du travail, de nombreux restaurants mettent leurs espaces de salle à manger à la disposition des personnes qui en ont marre que leurs tables de cuisine se transforment en bureaux à domicile. Londres est en avance sur le sujet avec de nombreux cafés, pubs et brasseries transformés en coworking, et accueillent les télétravailleurs le déjeuner. Et à mesure que la société reconfigure son usage de l'espace urbain, il y a une opportunité pour les restaurants de s'ancrer dans leurs communautés locales à l'extérieur de leurs heures de service traditionnelles. Il en va de même pour le restaurant en tant que carrefour communautaire pour les événements culturels. Quand on évalue le nombre de restaurants dont les espaces sont vides en journée et les jours de grand soleil, on peut y voir une réelle opportunité. Un des exemples les plus frappants en plein cœur de Casablanca ? Le café Arabica qui accueille continuellement les jeunes cadres, les étudiants, etc.

FAIRE APPEL AU NFT POUR DES PLATS SIGNATURE

Un NFT, ou Non-Fungible Token, est un crypto-actif conçu pour créer de la rareté (et donc valeur) dans le domaine numérique, créant essentiellement des objets de collection numériques de plus en plus créés à des fins lucratives. Or, en s'appropriant un crypto-actif ou certificat de propriété numérique pour simplifier, on peut gagner beaucoup en peu de temps. Jusqu'ici, les NFT ont surtout investi le monde de l'art. Mais depuis plusieurs mois, des chefs avertis et restaurants peuvent commencer à explorer cette tendance à la recherche de gros sous. En réalité, les NFT pourraient devenir des sources de revenus lucratives pour les chefs et les restaurants et même permettre à ceux qui travaillent dans l'hôtellerie d'augmenter les profits de leurs propres créations de signature des plats aux cocktails.



En nous confiant l'agencement de votre établissement ou de votre portefeuille d'hôtels, vous bénéficiez :

- > D'un interlocuteur unique
- > De notre savoir-faire
- > D'une réactivité aux besoins du marché
- > De la mutualisation de nos ressources
- > De la qualité de nos produits
- > De nos outils



#rooftop
#Jadali_&_Spa

LE JADALI & SPA NOUVEAU CŒUR BATTANT DE L'HIVERNAGE MARRAKECH

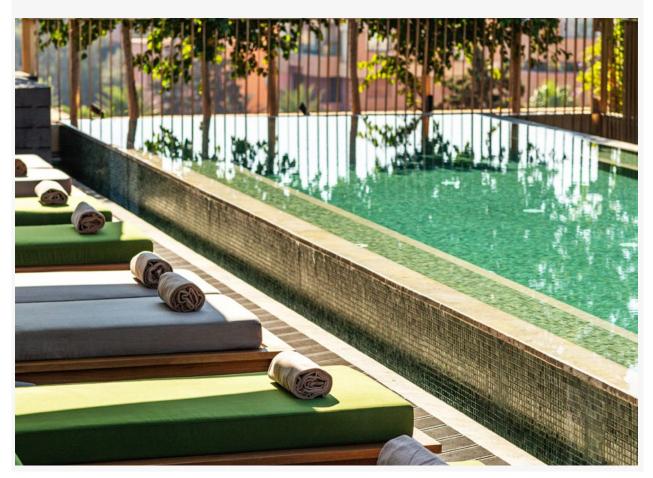
C'est dans le très joli quartier de l'Hivernage à Marrakech que le Jadali & Spa nous offre une escapade des plus « colorées» où l'atmosphère du boutique-hôtel se mêle à la vie urbaine avec intelligence et raffinement.





UN ROOFTOP D'EXCEPTION! #ROOFTOP#

Depuis son rooftop spectaculaire sur 360°, Jadali vous invite à prendre de la hauteur sur la ville rouge et de laisser votre regard voguer sur les jardins secrets de l'Hivernage. Havre de paix perché au 6e étage, le rooftop Alma tutoie le ciel et offre un bassin de nage de 15 m² chauffé en hiver aux douces tonalités vertes et aux reflets inimitables où il fait bon se ressourcer.

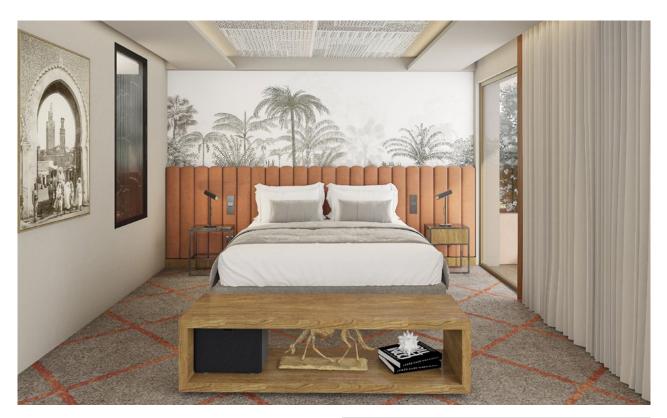


Mêlant à la fois un lieu de rencontre et de partage, Jadali Hotel & Spa a pour ambition de devenir la nouvelle institution urbaine de la ville. Pensé par le cabinet d'architecture Imaad Rahmouni, orfèvre en matière de projets hôteliers, il a su démarquer l'édifice par une architecture épurée et minimaliste inspirée du courant Art déco et une façade végétale ornée de bougainvilliers.

UNE ATMOSPHÈRE AGRÉABLE

Une fois le seuil franchi, l'univers feutré de l'établissement se dévoile discrètement. Une touche typiquement marrakchi finalement. Le regard se perd et vagabonde aisément sur des pièces décoratives chinées chez le célèbre antiquaire Moulay Youssef, autre institution de la ville ocre dont la vitrine près du petit marché Victor Hugo est reconnaissable entre toutes. Lustres et luminaires en

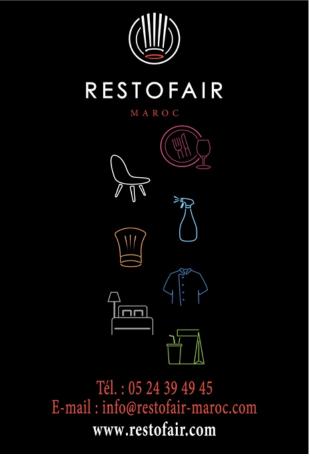




verre soufflé d'Italie, fauteuils vintages retapissés, tables et consoles de designer, affiches retro colorées reprenant les grands moments de l'aviation et du voyage et plein d'autres pièces uniques qui attestent d'un look rétro et nous invitent finalement à se sentir chez nous puisque l'atmosphère est à la fois conviviale et cosy.

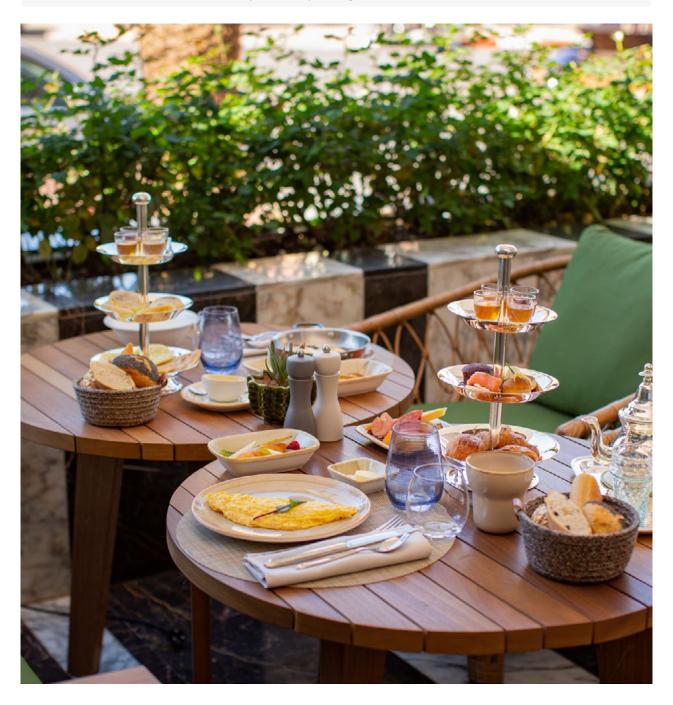
UN VÉRITABLE ÉCRIN URBAIN

Tout a été choisi avec soin, une véritable attention portée au détail et à la qualité des matériaux, des clins d'œil et petites originalités. Dans cet écrin urbain, Jadali Hotel & Spa propose 52 chambres et suites réparties sur cinq étages. Des chambres où règnent modernité et confort offrant toutes des terrasses avec vue sur le quartier de l'Hivernage. Design épuré, tête de lit et meubles sur mesure, sol et salle de bain en marbre, double vitrage, tablettes connectées, literie d'exception, produits d'accueil en partenariat avec la marque Atelier Cologne ainsi que tous les équipements nécessaires pour un séjour urbain au confort ultime.



PAUSES CAFÉ ET THÉS DES 5 CONTINENTS #TEATIME#

L'heure est à la création, au mélange d'influences culinaires riches en saveurs, des palettes aromatiques intenses et des sauces authentiques qui donnent la touche de distinction. Un véritable feu d'artifice de saveurs qui se prolonge jusqu'au dessert. S'ouvrant sur une belle terrasse verdoyante dissimulée derrière des rosiers blancs avec un accès direct sur l'avenue, les vrais amateurs de café et de thé succomberont à cette nouvelle adresse gorgée de soleil. Du matin au soir, que ce soit pour un petit-déjeuner, siroter un mocktail, ou simplement savourer les aromes d'une large sélection de thés, infusions et cafés torréfiés sourcés dans les plus beaux terroirs à travers les cinq continents, la carte offre un éventail de boissons pour une pause gourmande.





Ode à la quintessence de l'architecture marocaine, s'étalant sur une superficie de 1200 m², le Spa Yemaya est une escale sensorielle qui porte le nom de la déesse

LE + #FITNESS#

Le Spa propose aussi une salle de fitness ouverte 24h/24 exclusivement dédiée aux clients résidents. En matière de soins capillaires, Jadali Hotel & Spa fait appel à l'expertise de la talentueuse coiffeuse, coloriste et visagiste Naima Hadji fondatrice de la marque Niya Beauty

africaine des eaux douces. Entièrement dédié au bien-être, le Spa Yemaya associe savamment la culture marocaine aux pratiques ancestrales thaïlandaises et prodiguées par le savoir-faire de thérapeutes thaïlandaises. Le Spa se pare de deux hammams un pour femmes et l'autre pour hommes à l'image des bains maures avec plusieurs tables de gommage, espaces vapeur et bassins d'eau froide, onze cabines de soins avec des équipements haut de gamme dont une suite double privative avec baignoire à hydrojet ainsi qu'un magnifique espace de détente dotée d'une somptueuse piscine intérieure chauffée pour se ressourcer.



WE TAKE CARE OF YOUR FREIGHT -

customized solutions from A to Z



LE TRADILEVAIN INTELLIGENT EST NÉ

Parce que l'innovation est notre raison d'exister, cette nouvelle génération de Tradilevain s'appuie sur de nombreuses avancées technologiques dans la gestion de l'automatisation de la machine à savoir :



Automix

Ce système de gestion automatique des agitations en fonction des activités fermentaires rend le Tradilevain plus intelligent. Il déclenche ses cycles d'agitation uniquement lorsque cela est nécessaire en analysant le niveau de fermentation. Moins d'agitations, le levain est de meilleure qualité. Finies les programmations de cycles compliquées.

Variospeed

Le Tradilevain va ajuster la vitesse d'agitation en fonction du volume de levain présent pour le brasser sans l'endommager.

Minicare

En plus d'être équipé d'un système anti débordement, le Tradilevain est équipé d'un système d'alerte de niveau bas paramétrable selon votre production. Le Minicare. Ainsi vous avez la certitude d'avoir toujours un minimum de levain mère intact dans le fond de la cuve.

Thermasoft

JAC a développé un système de chaleur douce qui permet de maintenir la température lors de longs cycles de fermentation ou d'ajuster de quelques degrés une température d'eau imprécise lors du rafraichi.

BERROUGA : UN SAVANT MÉLANGE !



Le Mélange Berrouga est un mélange meunier riche en protéines végétales, pour pain rustique. À base de farine de blé 100 % Française, ses inclusions régionales soigneusement sélectionnées renforcent son ancrage territorial : lentilles vertes du Berry IGP et Label Rouge, petit épeautre du Berry, pois cassés et lentilles beluga du Val de Loire (21 % de légumineuses). Le caractère innovant du Berrouga réside dans la sélection régionale des ingrédients et l'inclusion de légumineuses dans un pain qui permet de remettre en lumière cette famille de plantes. Ainsi que dans sa richesse en protéines végétales, tout en restant un pain rustique ancré dans la tradition Française. Pour les artisans boulangers, le Berrouga permet de diversifier

l'offre en boutique tout en affirmant ses engagements responsables dans la transition alimentaire, avec des ingrédients sélectionnés avec soin, dont l'origine est transparente, tout en étant facile à remettre en oeuvre. Pour le consommateur, le Berrouga permet d'équilibrer son alimentation par un apport en protéines végétales tout en consommant un pain ancré dans la tradition Française, au goût authentique et aux ingrédients régionaux. Le Berrouga réinvente le mélange meunier traditionnel permettant de réaliser facilement des pains, en répondant au nouveau besoin exprimé d'apport en protéines végétales! Il se distingue également par la transparence sur l'origine de ses ingrédients, rigoureusement sélectionnés.



Resto'Mov N°: 1 du Food Truck Nouvelle Génération au Maroc



COMMERCE

WWW.RESTOMOV.COM







RESTO MOV

ACTIMEL, LE NOUVEAU RÉFLEXE DÉFENSE BY DANONE

Actimel Protect a été spécialement pensé pour toute la famille Le produit est disponible en deux saveurs : la fraise pour le plaisir de toute la famille,



et le gingembre-citron pour tous ceux en quête d'un petit boost. Pour vous aider à renforcer votre système immunitaire au quotidien, adoptez le bon réflexe! Actimel Protect, est enfin disponible au Maroc! Sa formule unique contenant des vitamines D et B6, du Zinc et du Fer, a été spécialement développée pour contribuer à renforcer votre immunité naturelle. Actimel Protect, l'allié de vos défenses naturelles. Une nouveauté proposée dans plusieurs parfums comme la fraise, plutôt classique et en version citron-gingembre pour les plus gourmands. A découvrir dans les GMS à partir de 3.50 DH l'unité.

FRELUG LANCE DES SOUPES COMME À LA MAISON

Le spécialiste marocain des légumes frais, crus, lavés, etc... nous revient avec une gamme innovante et vraiment gourmande pour le ramadan. Au menu pour nous faciliter les f'tours et varier les plaisirs ? Des soupes ! Du velouté poireau pommes de terre à la Bissara en passant par le velouté de potiron, FRELUG est la toute première marque marocaine à nous proposer des soupes déjà faites et préparées à partir



de légumes frais, lavés, etc... et cuits (forcément). Packagées de jolis boites hermétiques, les soupes sans conservateurs se gardent évidemment au frais. La gamme de soupe FRELUG est disponible dans les GMS agréées. 500 ml l'unité. PNC.





17e ÉDITION



VOTRE BADGE PROFESSIONNEL GRATUIT SUR:

Q | www.marocotel.org

Code: AS















CHERGUI LANCE SON BEURRE MOULÉ À LA MAIN



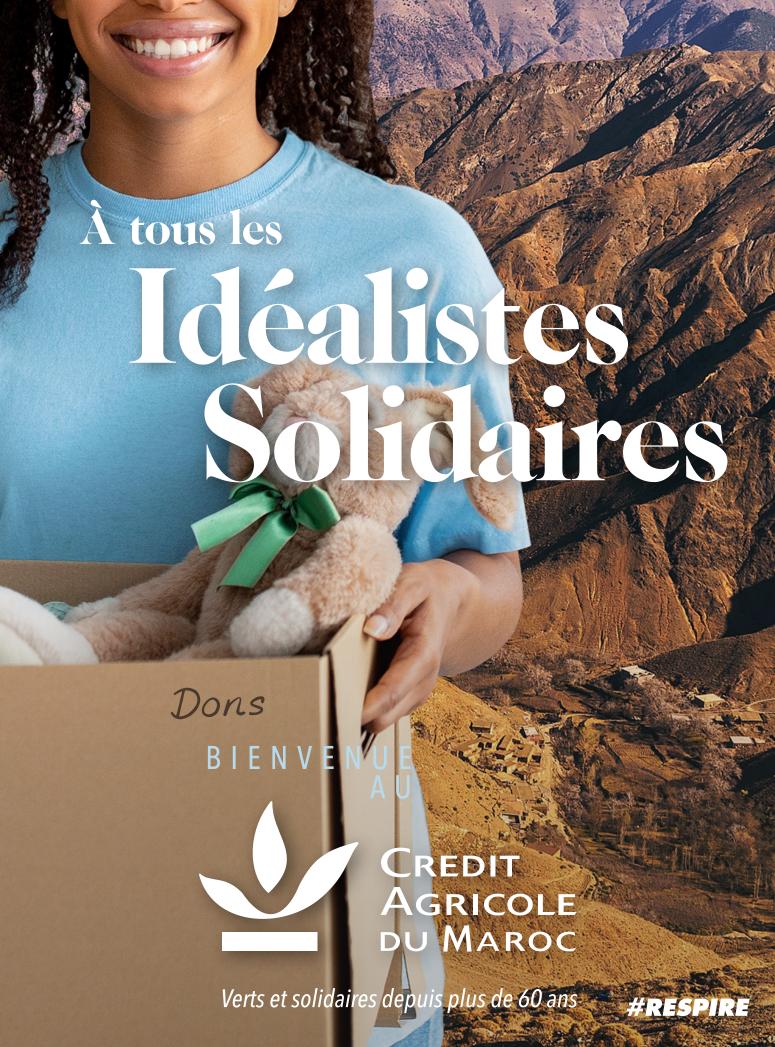
Tout nouveau, tout beau dans les rayons? Le délicieux beurre fermier pasteurisé moulé à la main dans son packaging hermétique pour une conservation optimale. Riche en goût et facile à étaler, il est sans conteste, l'allié pratique et idéal des petits déjeuners, goûters gourmand. C'est aussi une formule sans soja et sans conservateurs, qui se prête aux préparations pâtissières et comme accompagnement pour tous les plats cuisinés. Un incontournable du bon goût dans nos cuisines!

A découvrir dans les GMS à partir de 13 DH.

UNE PÂTE POUR LES GOURMANDS ET LES APPRENTIS PÂTISSIERS

Au petit-déjeuner, au goûter, sur une tartine ou bien une crêpe, cette nouvelle pâte à tartiner est à déguster à n'importe quel moment de la journée. Très facile à étaler grâce à sa texture ultra onctueuse, elle dévoile une douceur inégalable en bouche. Une recette très savoureuse, au délicieux goût de noisettes et de cacao... un parfait équilibre qui vous fera fondre de plaisir! Dès la première cuillérée, cette pâte à tartiner Nestlé Dessert® fera le bonheur de toute la famille, des petits comme des grands. Sans huile de palme, cette innovation est une vraie alternative gourmande sur le marché des pâtes à tartiner. Depuis déjà plusieurs années, nous nous engageons à nous approvisionner en cacao de manière durable et responsable. Le packaging a été pensé écologiquement avec un pot en verre et un couvercle en métal recyclables.







NOS **MÉTIERS**



Propreté & Hygiène 3D



Sécurité Physique & Électronique



Prestation Multi-Services



Maintenance Multi-Techniques



Pilotage FM



Créateurs de s'érente

153, rue Mohamed Erradi, Z.I. Moulay Rachid, 20 660, Casablanca - Maroc Tél. : +212 522 709 907 | Fax : +212 522 709 023 | contact@jamainbaco.com www.jamainbaco.com