

50MAD / 6€ / 7\$

Juillet-Août 2022 - N°129

RESAGRO

Le mensuel des décideurs

LES PRODUITS BIO
Ce que vous devez savoir

BUSINESS
Dounia Legsai
Fondatrice de SaGazelle

AGRICULTURE
Campagne agricole 2022
Le premier bilan

Agence pour le Développement Agricole Acteur incontournable du développement agricole

Depuis sa création, l'Agence pour le Développement Agricole (ADA) contribue activement à la mise en œuvre de la stratégie agricole du Royaume. Ainsi, l'ADA veille à l'amélioration du climat des affaires et à la promotion de l'investissement dans le secteur agricole à travers la mobilisation et la valorisation du foncier dans le cadre du partenariat public-privé, la mise en place des projets d'agrégation, l'appui et l'accompagnement des jeunes entrepreneurs ainsi que le développement de l'agriculture solidaire et la commercialisation des produits du terroir à l'échelle nationale et internationale.

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

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



ada.gov.ma

ESPACE LES PATIOS

Angle Av. Annakhil et Mehdi Ben Barka
Bâtiments 2 et 3, 3^{ème} étage | Hay Riad, Rabat, Maroc
Tél. 0 537 573 826 | Fax. 0 537 573 745

 |  /ADA MAROC



وكالة التنمية الفلاحية
+٠٥٣٧٥٧٣٨٢٦ | +٥٣٧٥٧٣٧٤٥
AGENCE POUR LE DÉVELOPPEMENT AGRICOLE

**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

Le bio, nouveau sésame de l'agriculture

Que connaissons-nous véritablement du « bio » dans nos sphères urbaines ?

Qu'il s'agit d'une tendance ou d'un phénomène strictement importé et dont les déclinaisons s'incarnent principalement à travers des boutiques chics et... chères.

Pour certains, manger bio se résume à manger frais et sain, il est vrai que nous

avons beaucoup de chance de pouvoir nous régaler continuellement d'étalages généreux, diversifiés et colorés toute l'année. De sorte que nous savons plus vraiment - parce que nous nous sommes habitués à cette diversité - quelle est la saisonnalité des produits alimentaires qui font notre quotidien. Parce que la mondialisation exige de chaque pays, des rendements indécents au risque de mettre en danger cet écosystème naturel qui demeure depuis la nuit des temps. Dans ce contexte fluctuant, l'agriculture biologique qui n'est autre que le retour finalement à des pratiques ancestrales serait pour beaucoup de nations, un défi majeur à relever.

Le Maroc, pays à vocation agricole est d'ailleurs de plus en plus concerné par ce type d'agriculture : beaucoup de nos plantations sont déjà cultivées en mode de production biologique comme les plantes médicinales, les oliviers ou les plantes aromatiques. C'est d'ailleurs l'olivier qui a emboîté le pas à Marrakech en plein milieu des années 80. Mais bien que l'agriculture biologique et par voie de conséquence, les produits bio soient en pleine expansion au Maroc avec 10 300 hectares de cultures bio en 2020 contre 4 000 seulement en 2011, le Maroc dispose de nombreux atouts pour accroître l'existant : par exemple, 300.000 Ha de cultures spontanées comme déjà cité, en plantes aromatiques et médicinales dont l'arganier et le cèdre. De sorte qu'il est parfaitement légitime de promouvoir le bio et d'inciter de plus en plus d'agriculteurs à se convertir au biologique. Le ministère de l'Agriculture prévoit d'atteindre les 100.000 Ha de superficie cultivée d'ici 2030 et une production de 900.000 tonnes par an, dont un tiers destinée au marché local et deux tiers à l'export. Des données chiffrées qui peuvent laisser penser en effet que le bio n'est pas qu'une tendance mais un nouveau pilier de développement. Reste à accompagner les producteurs et sensibiliser les consommateurs pour dynamiser le secteur.

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

ÉDITO
03

PÉRISCOPE
06

BUSINESS
18

Dounia Legsai
Fondatrice de SaGazelle

AGRICULTURE
22

La Campagne Agricole 2021/2022
Des résultats mitigés mais probants

AGROALIMENTAIRE

26

Les produits BIO
Tout ce que vous devez retenir

LIFESTYLE

34

Plongez dans l'été !



40

CONSO

41



À L'OCCASION DU 23^{ÈME} ANNIVERSAIRE DE L'INTRONISATION DE SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI

LE PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE DU GROUPE CRÉDIT AGRICOLE DU MAROC ET L'ENSEMBLE DE SES COLLABORATEURS
ONT L'ÉMINENT HONNEUR DE PRÉSENTER LEURS VŒUX LES PLUS DÉFÉRENTS,

À SA MAJESTÉ LE ROI MOHAMMED VI,
À SON ALTESSE ROYALE LE PRINCE HÉRITIER MOULAY EL HASSAN,
À SON ALTESSE ROYALE LE PRINCE MOULAY RACHID,
ET À TOUS LES MEMBRES DE LA FAMILLE ROYALE.

NOUS SAISISSEONS CETTE HEUREUSE OCCASION POUR RENOUELER À SA MAJESTÉ NOTRE ATTACHEMENT
INDÉFACTIBLE AU TRÔNE ALAOUITE ET AFFIRMER NOTRE ENGAGEMENT À ACCOMPAGNER, SOUS LES HAUTES
DIRECTIVES DE NOTRE SOUVERAIN, L'IMPORTANT PROCESSUS DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL
QUE CONNAÎT NOTRE ROYAUME.



CREDIT
AGRICOLE
DU MAROC

www.resagro.com

BANQUES

ONE AFRICA FORUMS DE RETOUR À DOUALA

One Africa Forums (ex I-conférences) vous donne rendez-vous les 7 et 8 juillet 2022 au Krystal Palace Douala pour la 13e édition de l’Africa Banking Forum. Cette édition sera tenue sous l’égide du Ministère des Finances du Cameroun et en partenariat avec le Groupement Interbancaire Monétique de l’Afrique Centrale (GIMAC) et l’Association Professionnelle des Etablissements de Crédit du Cameroun (APECCAM). A cet effet, Son Excellence Monsieur Louis Paul Motaze Ministre des Finances du Cameroun, va présider la cérémonie d’ouverture de cette édition. Les grands noms de l’écosystème bancaire africain seront au rendez-vous : Banque des Etats de l’Afrique Centrale, APEC Congo, APBEF Côte d’Ivoire, Commission Bancaire

de l’Afrique Centrale. Plus de 350 décideurs de la communauté bancaire et financière africaine seront en conclave à la capitale économique camerounaise pour débattre, échanger et partager les expériences, expertises et meilleures pratiques autour de la thématique suivante : « Quelles ambitions pour une banque catalyseur de la reprise ? ». ABF se veut donc un laboratoire d’idées où experts, analystes, financiers, banquiers et gouvernements tenteront d’apporter des réponses claires aux différentes problématiques des secteurs bancaire et financier. Enfin, pour Hassan M. Alaoui, Président de One Africa Forums, le choix de Douala n’est pas fortuit. «La dynamique de croissance qu’est entrain de connaître la région de l’Afrique Centrale, mais l’Afrique en général exige un système bancaire performant capable de contribuer à la transformation économique du continent en soutenant la reprise post-covid», a-t-il déclaré.





Mes véhicules sous contrôle

Smart Flotte

À partir de

85 Dh HT/mois

Installation et
équipements inclus

#OrangeBusiness



DÉVELOPPEMENT DURABLE

IFRANE DÉSIGNÉE « VILLE DES ZONES HUMIDES » PAR LA CONVENTION RAMSAR

Pour son édition 2022, le label « Ville des Zones Humides » a été récemment attribué à 25 nouvelles villes candidates, dont la ville d'Ifrane. Cette consécration mondiale sera actée officiellement lors de la 14e Session de la Conférence des Parties des contractantes de la Convention de Ramsar sur les zones humides (COP14) qui aura lieu du 5 au 13 novembre 2022.

Fruit d'une collaboration entre la Province d'Ifrane, la Commune Urbaine d'Ifrane, l'Agence Nationale des Eaux et Forêts, le WWF et Living Planet Morocco, cette accréditation est une reconnaissance de l'engagement de la ville d'Ifrane pour la sauvegarde de ses zones humides urbaines en faveur des populations et de la nature.

Rappelons qu'à l'occasion de la célébration de la Journée mondiale des zones humides en 2020 à Ifrane, le Secrétaire Général de la Province d'Ifrane avait annoncé officiellement la candidature de la ville au Label Ville des Zones Humides accréditée par la Convention de Ramsar et son accompagnement dans la préparation de son dossier de candidature par le WWF et Living Planet Morocco.

Ce label encouragera la ville d'Ifrane à promouvoir la gestion conservatoire de ses zones humides et à générer durablement des avantages socio-économiques au profit des populations locales. Il permettra de développer et de renforcer une relation positive avec ces écosystèmes précieux notamment grâce à une participation et à une sensibilisation accrues du public ainsi qu'à un examen attentif des zones humides dans la planification et la prise de décisions urbaines.

Rappelons également qu'à l'occasion de la célébration de la Journée mondiale des zones humides le 2 février 2022, et en préparation de cette accréditation, la ville d'Ifrane en partenariat avec le WWF et Living Planet Morocco, avait organisé une campagne de sensibilisation à la protection



des écosystèmes naturels aquatiques et de la biodiversité sous le slogan « Ifrane ♡ Nature » (Ifrane aime la Nature).

À noter qu'avec l'accréditation des nouvelles 25 villes candidates, le club restreint des « Villes des Zones Humides » comptera un total de 43 agglomérations situées dans 17 pays. Ifrane est la première ville marocaine à obtenir cette distinction.



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



Marinade & Assaisonnement

LIQUIDE ET POUDDRE 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 POUDDRE 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

E-COMMERCE

JUMIA FOOD MARKET : JUMIA MAROC LANCE UN SERVICE DE LIVRAISON EXPRESS DES COURSES EN 15 MINUTES CHRONO



Jumia, le leader du commerce électronique au Maroc, vient d'annoncer le lancement aujourd'hui de son nouveau service "Jumia Food Market". Ce nouveau service, qui est accessible via l'application mobile Jumia Food, propose la livraison ultra-rapide de courses en seulement 15 minutes pour les habitants de Casablanca et de Rabat. Il devra être étendu prochainement à d'autres villes du Royaume.

La création de ce nouveau service de livraison express s'inscrit dans la mission de Jumia et de son engagement qui consiste à faciliter la vie des consommateurs marocains et à accompagner leurs nouvelles habitudes de consommation par le biais de la technologie et de l'e-commerce.

Ce service de livraison des courses porte sur plus de 2000 produits différents, parmi lesquels des produits frais, boulangerie, boissons, fruits et légumes, sauces et épices, œufs et produits laitiers, snacks apéritifs, produits pour bébés et beauté, etc.

«Depuis le début de la pandémie de Covid-19, les consommateurs marocains effectuent de plus en plus leurs courses hebdomadaires en ligne. Et pour leur faciliter au maximum la vie, nous avons lancé Jumia Food Market. Ce service où chacun pourra passer sa commande et se faire livrer ses produits en quelques minutes seulement. C'est un immense défi logistique, qui a été rendu possible grâce à l'ingéniosité de nos équipes, lesquelles ont travaillé assidûment sur ce projet depuis plusieurs mois.» a indiqué Badr Bouslikhane, Directeur Général de Jumia Maroc. Pour tous ceux qui souhaitent bénéficier des services de Jumia Food Market, il leur suffit de télécharger l'application Jumia Food et se rendre sur la rubrique "Jumia Food Market". Les équipes de Jumia Food sont opérationnelles du lundi au dimanche de 08H à 01h30 du matin. Elles sont organisées de manière à pouvoir traiter et préparer les commandes dans un temps record.

Qualilab[®] international
LABORATOIRE D'ANALYSES AGROALIMENTAIRE
EAUX & ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL

- **Expérience**
- **Innovations**
- **Engagements**
- **Qualité de services**
- **Satisfaction clients**

Expert dans le contrôle et le conseil pour la maîtrise de la qualité et de la sécurité des aliments

Agée et Reconnu par
ONSSA

Accrédité ISO-17025 par
SEMAC
MCI/CA/AL352/2009

6, Rue Ibn Al Jaouzi (Ex Colonel gros) 20 360 Casablanca
Tél. : 05 22 47 00 83/86 - Fax : 05 22 47 00 89
info@qualilabinternational.com - www.qualilabinternational.com

BIOFACH SAUDI ARABIA

into organic

The first show will take place from November 7 - 9, 2022 at the modern Riyadh International Convention & Exhibition Center (RICEC). With about 3,600 sqm exhibition space and 10,000 visitors, we expect a flourishing three days in the Saudi capital. Two special highlights will deal with the topics "water" and "fertilizer". These focus topics address the problems of the local market. Also from a global perspective the water issue, as well as the lack of organic fertilizer, are increasingly calling for answers. There will be political roundtables and expert panels to discuss them. It is the perfect place for trade connections and making contacts. The show is held parallel to Saudi Halal Expo.

Saudi Arabia: The center of a promising market!

BIOFACH SAUDI ARABIA is the international organic hub for the entire MENA region that gathers more than 18 countries, Grab the opportunity for valuable trade connections and take part in 2022!



Countries of The MENA Region



Organized by



Co-Organizer



Supported by



T +966 92 00 200 25 | EX (304)
biofach-ksa@1starabia.com
www.biofach-saudiarabia.com

Co-Located with



International Partner



Strategic Partner



ANNIVERSAIRE

NESTLÉ FÊTE SES 30 ANS DE FABRICATION LOCALE AU MAROC

L'usine Nestlé d'El Jadida vient de célébrer son 30ème anniversaire. A cet effet, le groupe a organisé un événement auquel ont pris part le Ministre de l'Industrie et du Commerce, M. Ryad Mezzour, le Gouverneur de la Province, M. Mohammed El Guerrouj, l'Ambassadeur de Suisse au Maroc, Son Excellence Guillaume Scheurer, ainsi que la Directrice Générale de Nestlé Maroc, Mme Imane Zaoui.

qui contribue davantage à la sécurité alimentaire et à la souveraineté industrielle de notre pays, conformément aux Hautes Orientations Royales. » a déclaré M. Ryad Mezzour.

Imane Zaoui a exprimé la grande fierté du groupe de produire localement des marques internationales répondant parfaitement aux besoins des consommateurs marocains. « Je tiens à rappeler que nous exportons 80% des produits café que nous fabriquons depuis notre usine à El Jadida vers des marchés comme l'Algérie, la Tunisie et l'Égypte, entre autres pays du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord » a-t-elle ajouté.



« Nous célébrons aujourd’hui trois décennies d’engagement et d’efforts déployés par Nestlé Maroc en termes d’investissement, d’innovation et de création d’emploi qui ont permis au groupe de se positionner en acteur majeur de la filière laitière et de la production du café soluble au Maroc. Nous sommes fiers de cette présence ancrée au Royaume qui atteste de l’attractivité et de la compétitivité de la destination Maroc, du grand potentiel de l’industrie agro-alimentaire et de la qualité de nos ressources humaines.

De par sa production de produits alimentaires de qualité répondant aux besoins du marché local et de l’export, Nestlé Maroc s’inscrit en droite ligne avec les priorités du secteur en termes de promotion de la fabrication locale et du renforcement de l’intégration entre l’amont et l’aval du secteur. Ce

Inaugurée en 1992, l’usine fabrique différentes gammes de café, du lait en poudre entier enrichi et du lait de croissance. Tous ces produits sont alignés sur les normes de sécurité et de qualité les plus strictes, conformément aux standards fixés par les organismes internationaux de certification.

Également certifiée pour sa gestion de l’environnement, l’usine a réussi à atteindre le niveau zéro en matière de déchets et a accueilli la première centrale solaire de la ville en 2021. L’installation produit à elle seule 1,7 GWh d’électricité par an à partir d’un terrain de 7 000 m², abritant près de 2 600 panneaux photovoltaïques (PV).

OUR VISION YOUR FUTURE

Kenya
agrofood

Kenya
plastprintpack



1st International Trade Show

22 - 24
Nov 2022

The Sarit Expo Centre
Nairobi

www.agrofood-kenya.com
www.ppp-kenya.com

Book your stand now

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

ÉVÉNEMENT

VIF INTÉRÊT PORTÉ AU SALON DE RÉFÉRENCE MONDIALE DE LA CONFISERIE ET DU SNACKING : DES EXPOSANTS DE 56 PAYS SE SONT DÉJÀ INSCRITS

ISM 2023 se focalise sur les sujets importants pour la branche et les défis actuels à relever. ISM 2023 devait avoir lieu du 29 janvier au 1er février. Après l'annonce de son report aux 23-25 avril 2023, le salon peut compter sur un nombre d'inscriptions très satisfaisant. C'est ainsi que des exposants de 56 pays de tous les continents se sont déjà inscrits au salon de référence de la confiserie et du snacking dont la surface de présentation est actuellement en augmentation d'environ 40 % par rapport à l'édition 2022. Plus de 30 stands collectifs, dont ceux d'entreprises d'Autriche, de Belgique, du Danemark, d'Espagne, des Etats-Unis, de France, de Grande-Bretagne, de Grèce, de Hong Kong, d'Irlande, d'Italie, des Pays-Bas, de Pologne, du Portugal, de Suède, de Suisse, de République tchèque, de Turquie et d'Ukraine, ont déjà été enregistrés. Absents en 2022, des groupes d'exposants de Chine, de Lettonie, de Lituanie et de Taïwan sont de retour.

Des entreprises allemandes telles que Dietrich Borggreve, Brandt, Cavendish & Harvey, Coppenrath Feingebäck, Genuport, Halloren, hitschler, Katjes, Dr. Klaus Karg, Klett Schokolade, Herbert Kluth, Krüger, Kuchenmeister, Niederegger, Georg Parlasca, Pertzborn, Piasten, Riegelein, Rübezahl, Schluckwerder, Conrad Schulte, Seitenbacher, Chr. Storz, Trolli, WAWI, Wicklein, Windel ou encore Zentis ont confirmé leur participation.

Comme à l'accoutumée, ISM se distingue également par une grande internationalité des participants. Parmi les entreprises étrangères déjà inscrites figurent Baronie (Belgique), Canel's (Mexique), Cloetta Holland (Pays-Bas), Colombina (Colombie), Dan Cake (Danemark), Elvan (Turquie), Fazer (Finlande), Hamlet (Belgique), Hellema – Hallum (Pays-Bas), ICAM (Italie), Kervan (Turquie), Locker (Italie), Luker (Colombie), Kambly (Suisse),

Manner (Autriche), Millano (Pologne), Natra (Espagne), Nestlé Italiana (Italie), Peccin (Brésil), Roshen (Ukraine), Royal Fassin (Pays-Bas), Sölen (Turquie), Toms (Danemark), Valor (Espagne), Vidal (Espagne) et Wawel (Pologne).

En plus des emplacements individuels, le salon propose également des aires spéciales pour des start-up ou de nouveaux exposants ainsi que des espaces thématiques tels que celui consacré aux Trend Snacks (snacks tendance) ou le secteur dédié au commerce spécialisé « Finest Creations - hand-

THE NEXT GENERATION DISHWASHING SOLUTIONS



Christeyns apporte un système de dosage 2-en-1 une combinaison unique sur le marché du lavage de vaisselle automatisé.

L'unité de dosage de DUO Solid dose à la fois le détergent et le produit de rinçage directement dans le flux de lavage de



la vaisselle. Cette action est contrôlée par ordinateur garantit un niveau de produit plus précis et constant dans le processus de lavage par rapport à une action de dosage manuelle ou hydraulique ainsi qu'un séchage rapide et homogène, des verres sans traces et une finition étincelante. Cela signifie des économies sur l'utilisation du produit tout au long du flux de lavage. Enfin, l'état solide des produits élimine le risque d'éclaboussures ou de déversement, et les employés n'entrent jamais en contact direct avec le produit. Christeyns cible un large public d'hôtels, d'hôpitaux et de restaurants. Le concept est principalement recommandé pour les lave-tunnels ou les machines à réservoir unique à rotation élevée, mais aussi pour les petits concepts de lavage de la vaisselle.

Plus d'informations sur christeyns-afme.com

PÉRISCOPE

crafted ». Ce dernier a été inauguré en 2022 et suscite à nouveau un vif intérêt.

Focus sur les sujets importants pour la branche et les défis à relever

Les défis liés au climat, aux matières premières, à l'énergie, aux chaînes d'approvisionnement, à la logistique, à la santé et à la numérisation dictent les contenus thématiques du programme d'animation dont s'accompagne ISM 2023. Rendez-vous international de la profession, le salon de la confiserie et du snacking est la plateforme de discussion centrale mais aussi la vitrine des solutions et des nouvelles idées de produits.

« Dans le cadre de ces discussions, il sera plus que jamais question de résilience et d'une production de confiseries et de snacks durable et économe en ressources. La prochaine édition mettra l'accent sur les présentations de produits et surtout sur

les contenus et les thèmes importants pour la branche. Les échanges personnels ayant à cet égard une importance particulière, nous leur ferons une plus grande place en proposant des formats événementiels et d'autres favorisant le réseautage », a déclaré Sabine Schommer, directrice d'ISM.

Composé d'ISM Cologne, d'ISM Japan qui se tient à Tokyo et d'ISM Middle East qui se déroule à Dubaï, le plus grand réseau mondial de salons de la confiserie et du snacking propose de surcroît des thèmes de réflexion relatifs aux marchés internationaux, dans le cadre du programme d'événements d'ISM.

ProSweets Cologne, Salon international des fournisseurs de l'industrie de la confiserie et du snacking, qui se déroulera aussi en avril sous forme d'édition spéciale unique, mettra l'accent sur le réseautage et les échanges commerciaux.





OUVERTURE

CARREFOUR MARKET GOURMET ENFIN À MARRAKECH

Et de trois ! Après le franc succès des magasins Carrefour Market Gourmet de Casablanca et Rabat, le Groupe LabelVie inaugure un nouveau à Marrakech, au cœur du Carré Eden Shopping Center, dans le quartier du Guéliz. Repensée sur 1650 m² dans un cadre chaleureux et raffiné, cette version “urbaine chic” du Carrefour Market fait la part belle aux produits frais et offre un parcours client entièrement revu et un passage en caisse revisité. Cette ouverture illustre une nouvelle fois la capacité d'adaptation du groupe à répondre aux attentes des consommateurs en demande d'innovations, de nouveautés, mais aussi de simplicité en matière de parcours d'achat. À l'intérieur de ce Carrefour Market Gourmet totalement métamorphosé, tout a été repensé pour éviter de se sentir dans une grande surface. L'architecture, le design et la décoration du magasin ont été étudiés dans les

moindres détails. L'offre s'est enrichie de 1500 références et met l'accent sur les produits du terroir et l'agriculture biologique avec plus de 700 références de produits bio. Épicerie fine, marques haut de gamme et surtout produits frais sont les stars du magasin avec une surface de présentation représentant 50 % de celle de vente. Ainsi, au rayon fruits et légumes primeurs, les productions “zéro kilomètre” sont à l'honneur avec une offre régionale renforcée destinée à mettre en avant les producteurs locaux. Le concept dispose aussi d'un stand de jus de fruits frais et de saison, d'un service de boucherie traditionnelle, d'un étal de poissonnerie nébulisé et plus de 300 références de charcuteries et de fromages. Les autres points forts sont les espaces entièrement dédiés à la diététique, aux produits sans gluten ou de niche (mochis, glaces sans sucre) spécialement référencés par le magasin ainsi qu'une cave à vin à la hauteur de l'ensemble. Sans oublier la principale nouveauté : l'espace beauté, revu et augmenté, qui s'offre même le luxe d'accueillir un stand maquillage. En fait tout a changé, sauf les prix !

ENTREPRENARIAT

L'ADA LANCE « AGRIYOUNG INNOVATE »

Dans le cadre de l'opérationnalisation de l'ambitieux programme de l'entrepreneuriat des jeunes qui s'inscrit au cœur des principaux objectifs de la stratégie Génération Green 2020-2030 portée par le Ministère de l'Agriculture, de la Pêche maritime, du Développement rural, des Eaux et Forêts, l'Agence pour le Développement Agricole (ADA) lance le Concours National AGRIYOUNG INNOVATE. L'objectif étant d'identifier, de sélectionner et d'accompagner des projets innovants, dans le domaine de l'agriculture digitale et climato-intelligente, portés par des jeunes passionnés qui adoptent une approche entrepreneuriale inclusive, et ce afin de donner vie à un écosystème

favorable à l'insertion professionnelle des jeunes. AGRIYOUNG INNOVATE est un challenge qui vise à mettre l'innovation au service de l'agriculture marocaine. Ce projet pilote, lancé en étroite collaboration avec le Laboratoire d'Innovation pour le Développement Rural P-Curiosity Lab (PCL) de l'Université Mohammed VI Polytechnique (UM6P), vise la dynamisation du développement rural et ambitionne d'apporter un fort appui aux jeunes porteurs de solutions innovantes nécessaires à la transformation du secteur agricole. A ce titre, l'ADA invite vivement les jeunes porteurs de projets motivés et intéressés à soumettre leurs candidatures sur le site web exclusivement dédié audit concours (www.agriyounginnovate.com) et ce, avant le 03 août 2022.



Nos jeunes d'aujourd'hui innovent pour l'agriculture de demain

SITWEB : AGRIYOUNGINNOVATE.COM

ORGANISÉ PAR

المملكة العربية
ROYAUME DU MAROC
وزارة الزراعة والصيد البحري
والتربية القروية والرياحات
ووكالة التنمية الفلاحية
FADODUAF | FAXCE | AADBUAF

EN PARTENARIAT AVEC

الجيل الأخضر
GÉNÉRATION GREEN
2020 - 2030

MOHAMMED VI
POLYTECHNIC
UNIVERSITY

Curiosity
LAB

#SaGazelle

#start-up

DOUNIA LEGSAI

FONDATRICE DE SAGAZELLE

PREMIÈRE START-UP DIGITALE POUR LES MÉTIERS DE BOUCHE

L'hôtellerie, la restauration ou les métiers de bouche ont plus que d'autres subi la vague scélérate de la pandémie pour laisser beaucoup de professionnels démunis et sans solutions de reconversion ou d'innovation. SaGazelle, start-up 100% digitale, 100% casablancaise et 100% féminine dont la fondatrice n'est autre qu'une professionnelle du secteur CHR se destiné justement à guider, accompagner tous les projets relatifs aux métiers de la restauration et des métiers de bouche. Interview.

Le concept fondateur et fédérateur de SaGazelle est principalement voire essentiellement l'assistance dans l'accompagnement de la mise en place de tout projet des « métiers de bouche » ... une start-up dédiée aux cafetiers, hôteliers, restaurateurs indépendants et cuisiniers, plus communément désignés comme acteurs du domaine CHR. Bien évidemment les investisseurs sont aussi des interlocuteurs de premier ordre pour leur rôle moteur de développement du financement de toute activité économique. Par un savoir-faire approuvé et un tissu relationnel éprouvé, le site

SaGazelle.com assure une mise en commun des besoins et des ressources actualisés des uns et des autres pour faciliter une mise en relation aboutie et fructueuse; cette intermédiation est donc un des concepts phare de cette plateforme collaborative.

Racontez-nous comment est née l'idée de SaGazelle.com ?

Après de longues années d'expérience dans le secteur CHR et plus exactement, dans la vente et le conseil du matériel destiné aux professionnels du secteur, j'ai souvent été le témoin de situations de blocages, vécues par

les investisseurs du secteur, lors du lancement d'un projet.

Comment l'expliquez-vous alors ?

Comme une évidence, par le manque flagrant voir affligeant d'un accompagnement professionnel. Généralement ces investisseurs se retrouvaient avec des dépenses hors un budget, et des dépassements de délais pour la réalisation de leur établissements. Après une longue réflexion et des études menées pour trouver des solutions à cette déperdition d'énergie et surtout proposer des moyens



efficaces pour proposer un accompagnement professionnel de qualité en respectant les contraintes budgétaires et bien sûr les délais. Afin d'éviter plus de frais et faire en sorte que l'établissement se positionne rapidement et au bon moment. Que ce soit dans le cadre d'une ouverture, rénovation aussi bien qu'une restructuration.

Quelles peuvent être les conséquences d'un projet manquant d'expertise ?

Qui dit délais induit contrainte et par voie de conséquence directe, ce qui relève de la logistique et de l'organisation ; suivi de projet et...

chef de projet ! De fait, l'idée de SaGazelle est de pouvoir utiliser et partager un outil un moyen de communication simple efficace et accessible. Depuis un téléphone mobile, un ordinateur ou même d'une tablette. L'accessibilité tient évidemment compte du développement du visuel et du digital ainsi que du manque de temps et d'autres facteurs tels que les restrictions sanitaires imposées et qui ont générées d'autres modes de fonctionnement : la limitation des déplacements et des contacts ont fait que tous les yeux et esprits sont concentrés sur la toile. Notre

entreprise arrive d'une certaine façon à point nommé.

Quelle est à proprement parler la valeur ajoutée que vous apportez aux débutants dans les Métiers De Bouche ?

SaGazelle est composée d'une équipe dynamique et déjà gagnante par sa popularité naissante. Le concept fondateur et fédérateur est principalement axée sur l'assistance dans l'accompagnement de la mise en place de tout projet des « métiers de bouche » ... une start-up dédiée aux cafetiers, hôteliers, restaurateurs indépendants et cuisiniers, plus communément

désignés comme acteurs du domaine CHR. Bien évidemment les investisseurs sont aussi des interlocuteurs de premier ordre pour leur rôle moteur de développement du financement de toute activité économique. Par un savoir-faire approuvé et un tissu relationnel éprouvé, le site SaGazelle.com assure une mise en commun des besoins et des ressources actualisés des uns et des autres pour faciliter une mise en relation aboutie et fructueuse ; cette intermédiation est donc un des concepts phare de cette plateforme collaborative. L'objectif, certes ambitieux, a le mérite d'être clair et précis : un accompagnement de tous les jours pas à pas au fil de la mise en place d'un projet, avec une assurance optimisée et maximisée de la réussite viable et pérenne d'une nouvelle activité dans un environnement hautement concurrentiel, dépendant des effets versatiles de la mode du goût.

L'activité de consulting et d'aide à la décision viennent ainsi compléter une palette de savoir-faire et d'expériences, savoureusement variée, typiquement spécialisée, hautement épicée ou délicatement parfumée et enfin assurément gastronomique ou plus couramment et quotidiennement dégustée. Vous l'aurez compris c'est le Jocker de la réussite que vous propose SaGazelle à tous les métiers de bouche.

Quel rôle la pandémie a pu jouer sur votre volonté d'accompagnement des

investisseurs dans le domaine?

La pandémie aura été 'une souffrance terrible pour les restaurateurs , certes mais on voit actuellement une certaine renaissance dans ces établissements ; mais un accompagnement professionnel est primordial pour étude et analyse et audit afin de remonter la pente et de renouer avec la réalisation d'un chiffre d'affaires capable de générer des bénéfices ou du moins de stopper les pertes vertigineuses accumulées. malheureusement pour certains dont la survie de l'activité est en péril. il s'agit de mettre en œuvre les moyens de piloter avec efficacité et efficience la relance de l'activité pour faire renaître tel le phénix de ses cendres une avec un rendement stable et une adéquation constante entre les besoins et les demandes des consommateurs.

Quels sont vos moyens de financement ?

Pour ce qui est de son financement, les conditions plutôt favorables au démarrage de SaGazelle ont permis un auto financement de l'activité digitale et la mise en ligne des deux premières éditions.

Quels sont les différents volets d'accompagnement ?

SaGazelle propose plusieurs services qui sont à définir comme suit :

Notamment l'accès à de l'information exclusivement relative au secteur CHR via une Edition gratuite avec la mise en avant de nouveaux concepts



culinaires, la présentation d'une large base de données de portrait de chefs professionnels de la gastronomie et aussi la mise en avant des nouveaux établissements de restauration pour une visibilité de ces derniers et aussi pour créer une trace d'influence et générer un mouvement de créativité dans le domaine de la (des) gastronomie(s) au Maroc

» La clé de voute de tout projet soucieux du respect des délais et des contraintes budgétaires: la Coordination par et avec les professionnels du métiers en Conseil et consulting, du choix de local, de l'aménagement et du



mobilier, ainsi que le choix et la définition du concept.

» La clé de toute de tout projet dont l'empreinte commerciale se veut forte et effective : L'Elaboration de la stratégie commerciale pour le positionnement ou un éventuel repositionnement sur le secteur.

» Des Prestations en mode acquisitions de talents afin de bénéficier dès le démarrage du projet de ressources humains qualifiées dont l'expérience est à pérenniser pour assurer la réussite de leur projet

» L'Organisation d'évènements culinaires avec les professionnels du métier.

» La promotion des produits de terroir 100% marocains

D'autres services sont-ils déjà envisagés ?

Et bien d'autres services que SAgazelle développe pour répondre à tous les besoins de sa clientèle ciblée. Ainsi, SAgazelle est l'outil d'intermédiation de demain, d'aujourd'hui même indispensable à la réussite de tout projet petit ou grand . Comme une assurance de fin de chantier avec livraison et mise en production sous bonne date et aux meilleur rapport qualité/prix sans mauvaises surprises en route , et ce par l'application des recommandations des professionnels reconnus et le suivi minutieux de chaque instant d' une feuille de route planifiée et

intelligemment organisée.

Quels sont les différents métiers de bouche que vous souhaitez accompagner ?

Nos partenaires sont des conseillers et consultants performants, reconnus sur la place et dans le microcosme des chefs et autre hommes de talent ou de renom nous permetts d'accompagner les différents métiers de bouches, cote terre, mer et pour les plus gourmands cote pâtisseries .

Qui ciblez-vous en particulier?

SAgazelle cible tout investisseur dans le cadre d'une ouverture, d'une rénovation ou d'une restructuration d établissement: un accompagnement par des professionnels est assurément l'outil primordial et indispensable pour une réussite sereine et pérenne de toute activité d un établissement de restauration . Mais également, les prestataires qui opèrent dans le secteur afin de répondre en cohérence aux besoins demandés de notre cible pour une communication simplifié et un échange et partage technique et la mise en avant d'une technicité innovante. Mais aussi les producteurs de tous les métiers alimentaires 100% marocains qui participe à la réussite des produits, denrées ou plats élaborés par les chefs. Les établissements de restauration malheureusement en difficultés suite à la pandémie mais dont le cœur d'activité est viable et doit se réorganiser et ou se recentrer pour une viabilité certaine et pérenne.

#Campagne Agricole

LA CAMPAGNE AGRICOLE 2021/2022 DES RÉSULTATS MITIGÉS MAIS PROBANTS

Si la précédente campagne avait généré liesse et satisfaction, le bilan de la campagne actuelle fait état de différences frappantes selon les récoltes. Voici exactement ce qu'il en est.



AGRICULTURE

La campagne 2021/22 a connu une baisse de 42% des précipitations comparée à la moyenne de ces trente dernières années et de 35% par rapport à l'année précédente à la même date, et s'est également caractérisée par une mauvaise répartition temporelle et territoriale de ces précipitations inhabituelles. En effet, l'on peut retenir qu'environ 55% des pluies se sont cumulées sur les deux seuls mois de mars et avril et moins d'un tiers d'entre

elles ont eu lieu en novembre et en décembre. Autant de paramètres qui n'ont fait qu'exacerber le stress sur le « couvert végétal » et qui a malheureusement retardé la croissance des cultures d'automne dont celle des céréales qui affichent en fin de compte un mauvais score eu égard aux années précédentes. Or, cette période correspondait au début du tallage des céréales, un stade de développement crucial pour le rendement des cultures. Verdict

? Le stress a entraîné une baisse sensible des rendements d'une région à l'autre même si dans les zones plus favorables du nord du pays, les céréales ont bien récupéré au printemps après les pluies de mars et avril. Les experts avaient selon les premiers pronostics évalués une baisse importante de la production actuelle des principales céréales – blé tendre, dur et orge - ce qui n'a fait que creuser l'écart par rapport à la production record de l'année dernière. Malgré tout, les pluies tombées depuis le début du mois de mars auront permis de ramener le couvert végétal à un niveau normal et d'assurer le bon déroulement des cultures de printemps.

RAPPEL DU CONTEXTE

Pour mieux comprendre les enjeux de la campagne agricole actuelle dont les premiers chiffres objectifs ont été donnés début juillet 2022, voici quelques fondamentaux à rappeler tels que la pluviométrie, la production céréalière, les autres cultures ou encore les exportations. Ces points ont été évoqués dans le communiqué du communiqué du ministère de l'Agriculture, de la Pêche maritime, du Développement rural et des Eaux et forêts sur la production prévisionnelle de la campagne agricole 2021/2022.

La pluviométrie

La campagne agricole 2021/22 a enregistré une pluviométrie qui a atteint 188 mm à fin avril



AGRICULTURE

2022, soit une baisse de 42% par rapport à la moyenne des 30 dernières années (327 mm) et de 35% par rapport à la campagne précédente (289 mm) à la même date. Près de 55% du cumul pluviométrique a eu lieu aux mois de mars et avril et moins d'un tiers des précipitations ont eu lieu durant les mois de novembre et décembre. Le suivi par images satellitaires du couvert végétal montre des profils de végétation qui se rapprochent globalement de la campagne agricole 2015-2016.

“ La superficie récoltée s'élève à 1,2 million d'hectares au 1er juillet ”

Source : MAP

La production céréalière

La production prévisionnelle des céréales principales (Blé tendre, blé dur et orge) est estimée à 32 millions de quintaux (Mqx), soit une baisse de 69% par rapport à la campagne précédente qui a enregistré une production parmi les records. Cette production résulte d'une superficie céréalière semée au titre de cette campagne de 3,6 millions d'hectares des 3 espèces de céréales. Par espèce, la production céréalière a atteint 17,6 Mqx de blé tendre, 7,5 Mqx de blé dur et 6,9 Mqx d'orge. Plus de 60% de la production provienne des zones favorables des régions de Fès-Meknès et de Rabat-Salé-Kénitra. Les céréales

en zones irriguées n'ont contribué que d'environ 20% à la production globale.

Les autres cultures

Les autres cultures affichent un état favorable. Il est prévu que la betterave à sucre dont la récolte vient de démarrer dans plusieurs régions enregistre de bonnes performances de rendement. Les agrumes, les oliviers et les rosacées en stade de floraison affichent de bonnes perspectives de production.

Les exportations

Les exportations des agrumes ont atteint 711 mille tonnes, contre 549 mille tonnes la campagne précédente, soit une hausse de 30%. Des performances positives ont été observées aussi pour les exportations des fruits et légumes avec un volume exporté dépassant 1,5 millions de tonnes, soit une hausse de 16% par rapport à la dernière campagne. – L'élevage : La situation du secteur de l'élevage s'est nettement redressée permettant le maintien de la performance du secteur dans sa globalité. – PIB Agricole : – Les estimations prévisionnelles du PIB agricole (PIBA) prévoient une

baisse maximale d'environ 14% en 2022 résultant de la performance exceptionnelle enregistrée la campagne précédente 2020/21 et des conditions climatiques défavorables de la campagne actuelle. L'impact de cette baisse du PIBA sur le PIB global ne devrait pas dépasser -1,7 point.

PREMIER BILAN

Le ministre de l'Agriculture, de la Pêche maritime, du Développement rural et des Eaux et Forêts, Mohammed Sadiki n'a pas caché son inquiétude en réponse à toutes les questions relatives à l'actuelle campagne agricole, laquelle s'est déroulée selon ses dires : « Dans des conditions climatiques très difficiles » qui n'avaient pas été observées depuis plus de 40 ans. Toujours en réponse aux questions évoquées à la Chambre des Représentants, le ministre a souligné malgré cette conjoncture exceptionnelle qu'un système de commercialisation incitatif a été mis en place en vue d'encourager la collecte de la production nationale des céréales, portant sur la fixation d'un prix de référence



AGRICULTURE



de 300 dirhams pour le quintal de blé tendre et l'octroi d'une somme 30 dirhams par quintal, à titre de prime forfaitaire pour les quantités de la production nationale du blé tendre collectées du 1er juin au 31 juillet 2022. Les mesures incitatives comprennent également l'instauration d'une prime de stockage à hauteur de 2,5 dirhams/le quintal par quinzaine, octroyée aux unités de stockage de la production nationale du blé tendre, collectée du 1er juin au 31 décembre 2022. Il s'agit également de l'attribution des premiers appels d'offres pour approvisionner les moulins industriels en blé tendre orientée vers la production de la farine subventionnée.

LES PRODUCTIONS PAR CULTURE

Concernant que la production des trois principales céréales pour la campagne agricole en

cours, elle aurait atteint comme envisagé 32 millions de quintaux. Ce qui représente une baisse de 69% par rapport à la campagne précédente. En effet, par type de céréales, la production prévue est estimée à 17,8 millions de quintaux de blé tendre, 7,53 millions de quintaux de blé dur et 6,63 millions de quintaux d'orge, a-t-il précisé, ajoutant que les statistiques de production seront disponibles dans les prochains jours (15 juillet). Par contre, concernant les cultures sucrières, le ministre a fait état de prévisions initiales de production de l'ordre de 380.000 tonnes de sucre blanc, soit presque le même niveau que celui de la récolte de la campagne précédente. Pour les légumes, les agrumes, les oliviers, les roses et les palmiers, les perspectives de production sont "bonnes", dans la mesure où la production de tomates et de pommes de terres devrait atteindre respectivement 1,204 et 1,05 millions de tonnes.

Enfin, environ 30.000 hectares de légumes d'été ont été programmés pour couvrir les besoins de consommation interne pour la saison automnale.

QUID DES EXPORTATIONS ?

En matière d'exportations, le ministre a fait état d'une bonne performance des fruits et des légumes frais, précisant que le volume des exportations d'agrumes s'est chiffré à 740.000 tonnes à la date du 1er juillet courant, dont 85% de clémentines soit une hausse de 41% comparativement à la saison agricole précédente. Les exportations en légumes ont également connu une hausse de 21% pour s'établir à plus de 1,654 millions de tonnes, dont 40% de tomates (+17%), 18% de pastèques et de melons, 8% d'haricots verts et de poivrons et 7% de fruits rouges.

#produits_bio

LES PRODUITS BIO

TOUT CE QUE VOUS DEVEZ RETENIR

Opter pour des produits « bio ». Si le concept n'est pas nouveau, il est par contre de plus en plus adopté pour des raisons évidentes de santé ou de goût. Pour autant, le label BIO nécessite des caractéristiques spécifiques mais il a des atouts de taille. Qu'en est-il exactement?



AGROALIMENTAIRE

De plus en plus de produits comportant le label AB, véritable sésame qui garantit qu'un produit issu de l'agriculture biologique répond effectivement à l'ensemble des critères. Pour autant, les produits « bio » sont très souvent entourés de réelles méconnaissances. Pour beaucoup, le bio est simplement naturel, plus cher, strictement local, etc. Quels sont donc les principaux critères à retenir

pour ne plus faire d'erreur ? La réponse n'est pas si compliquée finalement ! En effet, un produit issu de l'agriculture biologique est soit un produit agricole, soit une denrée alimentaire. Le mode de production exclut l'usage des produits chimiques de synthèse, des OGM et limite l'emploi d'intrants (produits apportés aux terres et aux cultures comme les engrais, les insecticides, etc.). Forcément, les produits « bio » ont

l'avantage d'être meilleurs pour la santé parce qu'ils ne contiennent aucun produit chimique nocif. Autre avantage non négligeable pour le consommateur, ils tiennent généralement compte des saisons et sont cueillis à maturité. Ainsi, ils possèdent plus de goût et de saveurs que des fruits et légumes qui finissent de mûrir dans des camions.

LE LABEL « AB », LA CERTIFICATION ULTIME

on peut se poser la question de savoir qu'est-ce qui se cache réellement derrière le label « AB » et le logo qui figure sur un très grand nombre de produits. La réponse peut être exposée en termes de méthode de production ou en terme réglementaire, les deux étant liés : pour avoir le droit d'apposer le logo qui signale un produit « bio », il faut que toutes les étapes de la vie du produit répondent aux réglementations en rapport, ce qui a, bien sûr, une incidence sur les méthodes utilisées pour sa production. Quant à l'icône du label Agriculture Biologique (label AB), il s'agit d'un label de qualité français créé en 1985 dont le critère fondamental est l'interdiction d'utilisation de produits issus de la chimie de synthèse. Depuis le 1er janvier 2009 ses critères sont alignés sur le Label bio européen, moins contraignants (autorisant notamment la présence de traces d'OGM). Le label Bio européen a vocation à se substituer progressivement au label AB.



LES PRATIQUES CULTURALES DES PRODUITS BIO

Le mode de production exclut l'usage des produits chimiques de synthèse, des OGM et limite l'emploi d'intrants (produits apportés aux terres et aux cultures comme les engrais, les insecticides, etc.). Les pratiques culturelles favorisent donc la rotation des cultures soit par exemple la culture alternée de légumineuses, d'engrais vert

“ D'une façon générale, on peut définir l'agriculture biologique comme un mode de production qui trouve son originalité dans le recours à des pratiques culturelles et d'élevage soucieuses du respect des équilibres naturels.

”

ou de plantes à enracinement profond permettant de favoriser la fertilité et l'activité biologique. Il est également question



du recyclage des matières organiques naturelles à savoir l'incorporation dans le sol des matières organiques (compostées ou non) et des sous-produits d'élevage provenant d'une exploitation conduite selon le mode de production biologique. On note aussi la lutte biologique et le désherbage thermique ou mécanique (herse étrille, binage, etc.). Par ailleurs, pour éviter toute forme de contamination, par le biais d'autres cultures, les cultivateurs favorisent la



création de parcelles isolées et bien identifiées et des moyens de récolte et de stockage séparés. Et enfin, il est recommandé de respecter ce qu'on appelle la « période de conversion ». La période de conversion est la période de transition entre l'agriculture conventionnelle et l'agriculture biologique. Durant cette période, qui est de 2 ans avant ensemencement des cultures annuelles et trois ans avant récoltes des cultures pérennes.

QU'EN EST-IL DE L'ÉLEVAGE ?

Les animaux doivent bénéficier d'une alimentation de produits végétaux exclusivement issus de l'agriculture biologique obtenus sur l'exploitation même du cultivateur. Le choix des races privilégie une plus grande biodiversité notamment en fonction des capacités d'adaptation des différentes races aux conditions du milieu. Les éleveurs doivent limiter les traitements médicamenteux

aux formules vétérinaires allopathiques de synthèse. Sans compter que le bien-être de l'animal et la taille des bâtiments est également surveillé.

LES NORMES À RESPECTER

Enfin pour que le produit puisse bénéficier du label, la suite de la chaîne doit aussi respecter un cahier des charges particulier à savoir, la composition réglementée des produits transformés car au moins 70 % des ingrédients d'origine agricole dans le produit final doivent être biologiques, le pourcentage complémentaire faisant partie d'une liste d'ingrédients d'origine agricole autorisés. Les traitements appliqués doivent être issus de l'agriculture biologiques et donc, ne devant pas utiliser des substances chimiques autres que celles autorisées. De même, les traitements au moyen de rayons ionisants sont strictement interdits.

QUELLE DIFFÉRENCE



ENTRE UN PRODUIT « BIO » ET... NATUREL

Leur composition

les produits naturels doivent être composés à minima de 95% d'ingrédients d'origine naturelle (végétaux, miel, cire, minéraux) les produits bio doivent être composés d'au minimum 95% d'ingrédients naturels, et parmi les végétaux qui le composent, au moins 95% doivent être issus de l'agriculture biologique. Mais pas seulement. Si le « bio » fait de plus en plus d'adeptes, c'est aussi et surtout parce qu'il est respectueux de la santé et de notre planète en donnant la priorité à l'écosystème et en respectant les sols.

Leur goût

Les produits bio sont en général meilleurs au goût car ils sont cultivés et/ou produits de manière naturelle. Les fruits et légumes bio par exemple contiennent 30 % d'eau en moins que les autres. Leur densité et leurs qualités nutritionnelles s'en retrouvent donc plus importantes, avec à la clé davantage de goût. Cela étant, ce n'est pas forcément une évidence pour tous les produits bio, même si 59 % des Français en sont persuadés.

Leur provenance

On a souvent tendance à penser qu'en achetant bio, on achète local et qu'on aide les producteurs de notre région, ce qui n'est pas forcément vrai. Les produits bio respectent une charte par rapport à l'utilisation de pesticides et d'OGM mais ne garantissent

C E R T I F I É



A G R I C U L T U R E
B I O L O G I Q U E

pas qu'ils ont été cultivés ou produits à proximité. Certains viennent d'ailleurs de l'étranger. Pour acheter local, mieux vaut se rapprocher des AMAP (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne).

Leur label

Pour éviter les confusions, l'Union européenne a décidé de réagir en 2010 en lançant un unique label, le label AB. Les critères du label AB sont alignés sur le label bio européen, reconnaissable par son logo vert avec des étoiles formant

une feuille. Ce label garantit qu'au minimum 95% des composants du produit sont issus de l'agriculture biologique.

Leur prix

Au début du bio, il y a une décennie, les produits bio étaient environ 50 % plus chers que les produits non bio. Aujourd'hui, ils seraient de l'ordre de 30 % plus chers car la concurrence est plus présente qu'avant. Le prix plus élevé s'explique par les conditions de production et des rendements moindres.



AU DELÀ DU BIO, NOUS OFFRONS
UNE NUTRITION SAVOUREUSE ET DE QUALITÉ



Distribuée exclusivement au Maroc par

FGT Food Group Trading
Le goût du bonheur





AU DELÀ DU BIO, NOUS OFFRONS
UNE NUTRITION SAVOUREUSE ET DE QUALITÉ

FOOD GROUP TRADING a été créée en 1995 par Mr. Ali SALHI en qualité d'importateur et de distributeur exclusif de grandes marques de renommée internationale

FOOD GROUP TRADING est très sélectives dans le choix de ses marques, elle œuvre pour offrir à ses clients des produits de qualité qui répondent à ses exigences

De par sa forte expérience, **FOOD GROUP TRADING** est parmi les leaders de la distribution moderne sur le marché marocain

FOOD GROUP TRADING est une société visionnaire, elle a su répondre aux besoins de ses clients en créant un marché encore inconnu au Maroc celui des produits BIO en introduisant la marque Leader en France **BJORG**.

Toujours en précurseur, **FOOD GROUP TRADING** n'a pas seulement créé le marché du bio mais elle a su le développer et l'accompagner en proposant continuellement de nouvelles offres.

Un assortiment riche et varié des produits



AGROALIMENTAIRE

BJORG est disponible sur le marché marocain, il répond à de différents type de besoins de consommation (céréales, biscuits, boissons végétales, infusions ,etc)

Cette introduction des produits bio fut un véritable succès sur le marché marocain qui depuis ne cesse de croître, les produits sont désormais placés dans des rayons dédiés sur les grandes surfaces et les supermarchés

Bjorg est une marque française créée en 1988 par une nutritionniste. Elle a été la première à proposer des produits bio de grande qualité et accessibles au plus grand nombre

Bjorg a été pionnière dans l'introduction des produits BIO en grandes surfaces en France en proposant un large choix de produits BIO allant des céréales, boissons végétales, galettes ...)

Bjorg est en perpétuel développement et essaye d'améliorer au mieux ses produits en proposant des produits bio, sain, équilibré et de qualité



#voyage

#été

« PLONGEZ DANS L'ÉTÉ ! »

Ça y est, l'été est à nos portes. L'occasion de chiller, buller et prendre le temps de se divertir à toute occasion. Pour un afterwork ou quelques jours loin du tumulte urbain. Voici les adresses incontournables du moment !



LIFESTYLE





Idéalement situé entre ciel, mer et forêt, le Radisson Blu, Al Hoceima, vient d'ouvrir son tout nouveau Resort 5 étoiles au bord de la magnifique plage Sfiha. Sur une superficie de 26 hectares, le Radisson Blu Resort Al Hoceima composé de 432 chambres spacieuses dont 72 chambres supérieures, 72 chambres premium et 288 suites junior, offre un retour au naturel et à la simplicité grâce à une architecture intérieure simple et épurée. Partagé entre hôtel et résidences, l'orientation du Resort offre des vues imprenables sur la méditerranée, le jardin ou encore la forêt. C'est la parfaite destination pour des escapades en couple, entre amis, ou des vacances en famille, avec la gratuité pour les enfants de moins de 12 ans.

UMAYA BY LE CABESTAN DÉVOILE

SON NOUVEAU CONCEPT DE GASTRONOMIE LEVANTINE

Cabestan bouscule ainsi délicieusement les codes de l'art de vivre, de l'art culinaire et de l'art de la table à Casablanca. Une savoureuse fusion du Middle East et d'ailleurs Derrière la carte et chapeautant cette offre métissée, on retrouve le chef Shahaf Shabtay. Élevé en Israël, formé à Paris et New York, ce cuisinier nomade a travaillé ou ouvert au fil des ans des restaurants dans le monde entier, de Dubaï à Shanghai, fusionnant avec talent la cuisine du Moyen-Orient, d'Europe et d'Asie. Avec une intuition naturelle des goûts et des textures, il propose à la table d'Umayya by Le Cabestan une cuisine colorée, légère et créative où les épices du monde ont la part belle et égayent viandes, poissons et

mets végétariens pour exprimer un succulent condensé de ce qui se joue sur tout le pourtour méditerranéen. On démarre ainsi cette incursion néo-levantine avec des mets à partager : houmous de fèves noires, chou-fleur et labneh rôtis, safayech d'épinards, salade de carottes façon Jaffa ou encore cigares au sésame noir. Aux côtés de ces mezzés voyageurs, la carte fait aussi la part belle à la cuisine de marché qui combine les matières premières fraîches du monde entier, du Carmel market Tel-Aviv au Marché central de Casablanca, en passant par Istanbul, Singapour ou Barcelone. Le tout accompagné de pains challah, pita, kachapuri ou de bagels au sésame. Les masterpieces à commander absolument? Le filet de mérout à l'iranienne ou le filet de daurade de l'arak, les crispy calamari à la mode indienne ou le poulpe à la mode de Rhodes. Mais aussi le



burger XXL au pastrami de volaille ou de boeuf, le Siniya cuisiné au four à bois, et un bel éventail de desserts, rencontres au sommet des cultures et des assaisonnements.

ESPRIT BRASSERIE ET BON SON

À nouveau concept, nouveau décor, c'est dans une ambiance cosmopolite hautement instagrammable que se dévoile Umayya by Le Cabestan pour introduire son nouveau concept. Exit l'atmosphère feutrée aux multitudes de bougies, de lanternes, des tissus de velours et d'imprimés végétaux au coeur du lounge et du jardin d'hiver. Place aujourd'hui à un espace fluide, lumineux et ouvert chapeauté d'une verrière, aux vastes baies vitrées avec vue imprenable face à la mer. Un panorama à couper le souffle que Nicolas Perez, le maître des

lieux, a souhaité sublimer grâce à une décoration tout en matières nobles et naturelles, aussi chic que casual, gourmet que brute, telle une invitation à l'évasion la plus totale. Sols de marbre blanc, murs de stuc cannelé, panneaux et parquet de chêne blond, mobilier de métal et de résine noirs : on se laisse ainsi porter au coeur de ce néo-brasserie aux accents Art déco.

Umayya by Le Cabestan,
94, boulevard de la Corniche, phare
d'El Hank, Casablanca.
Tél. : 05 22 32 06 41.
www.umayya.ma

VOYAGE CULINAIRE ET ESPRIT BON ENFANT AU FOUR SEASONS

C'est chose faite et avec la chaleur

ambiante, c'est une bénédiction ! Latitude 33 rouvre ses portes en proposant un nouveau menu juste à temps pour la saison en prolongeant le service pour le dîner tout au loin des douces soirées estivales. Au programme ? Délices au Latitude 33 et party pool pour faire de chaque journée d'été, un moment hors du temps. Même si les vacances ne sont pas au rendez-vous, quelques heures de qualité à profiter d'un beau et bon repas, d'un live band et d'un sunset en toute quiétude, ça le fait ! Entre le Latitude 33 ou le Poolside Barbecue, à vous de choisir... quoique ? Ces deux possibilités en un seul et même endroit, c'est aussi l'occasion de se retrouver dans une atmosphère iodée ou de plonger entre copines en toute sécurité.

ENTRE LE LATITUDE 33 OU...

LIFESTYLE



Le restaurant branché du four Seasons Hôtel Casablanca, dont le nom est inspiré de la situation géographique de Casablanca sur le 33ème parallèle nord, rouvre ses portes aux clients à l'occasion du retour des beaux jours. Idéalement niché au bord de la piscine du Resort Urbain et entouré de végétation luxuriante, Latitude 33 propose cette année une carte revisitée mettant ainsi à l'honneur des spécialités ethniques inspirées des pays se trouvant sur le 33ème parallèle. Et pour profiter des douces soirées estivales, le restaurant prolonge le service en soirée pour un dîner à la belle étoile. Quid du menu estival ? La carte de l'été suggère une sélection d'entrées fraîches, de sushis, de viandes grillées, de produits de la mer et de smash burgers. Inspirée du Mexique, la Salade d'Avocat avec son guacamole épicé, sucrites braisées et amandes grillées, est la mise en bouche idéale de ce tour du monde des saveurs. Le voyage continu avec une escale en Inde et son poulet au beurre mariné au yaourt et Masala, traditionnellement connu sous le nom de "Murgh Makhani", accompagné de riz basmati et de noix de cajou. Les convives peuvent également se délecter d'un assortiment de produits de la mer fraîchement pêchés sur les côtes atlantiques, tels que le

LIFESTYLE

Loup Bar et sa Charmoula Marocaine, les Tagliatelles Argentines épicées aux fruits de mer ou encore le homard "on the grill". Pour conclure l'expérience sur une note sucrée, l'incontournable Cheesecake en Magnum ne manquera pas de faire fondre de plaisir les palets les plus gourmands. Latitude 33 est ouvert tous les jours pour les clients de l'Hôtel et locaux non-résidents, proposant une option Day Pass pour profiter d'une journée de détente et

de découverte gustative au sein de l'Oasis Urbaine.

... LE POOLSIDE BARBECUE

Le tant convoité barbecue en bord de piscine fait son grand retour cette année. Tous les dimanches de la saison, les équipes de cuisines embrasent le charbon et dressent un généreux buffet avec une sélection de

viandes et poissons grillés à la minute. Les clients sont invités à se lézarder au soleil au bord de la piscine, bercés par la brise marine, tandis que leur pièce favorite de viande est cuite à la perfection.

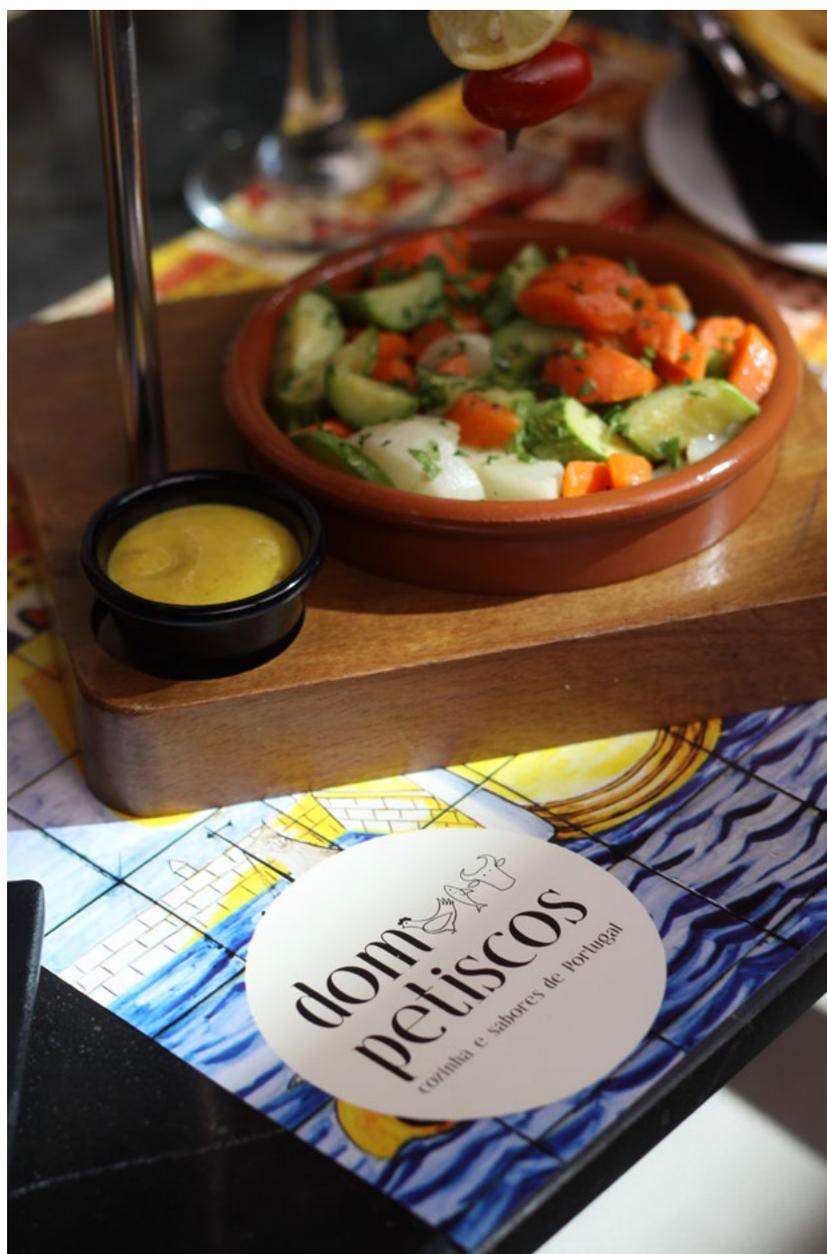
HORAIRES ET TARIFS

Service de boissons : de 10h à 22h -
Déjeuner et Dîner : de midi à 21h30
- hors dimanches et jours fériés -
Poolside Barbecue: Dimanches et jours fériés

Poolside barbecue à MAD 550 -
Day Pass incluant le déjeuner ou le Poolside Barbecue à MAD 890.
Informations et réservations par FS CHAT ou au +212 5 29 07 37 00. Hôtel Four Seasons Casablanca.

DOM PETISCOS, UNE PARENTHÈSE DE GOÛT SANS CHICHIS

En matière de goût, les casablancais avons vraiment de la chance. Parce que les restaurants qui demeurent suffisamment pointus pour proposer un voyage culinaire autour d'un pays, sans en faire trop tout en restituant l'essentiel à connaître de ses saveurs régionales sont finalement plutôt rares. Pour ne pas dire qu'ils surfent toujours sur la même vague du succès. Dom Petiscos est par essence, un lieu qui a su innover dans l'univers des cartes ibériques et où, « posage » en bonne et due forme, entre amis, en famille ou en couple, voire même solo après une journée bien chargée tient lieu de détente et de véritable découverte culinaire. Quatre ans après l'ouverture de cette adresse qui a déjà conquis le cœur des r'batis, il était temps pour la team Dom Petiscos de s'établir à Casablanca:



LIFESTYLE



à quelques pas du parc de la Ligue Arabe (Une petite marche pouvant s'imposer après un vrai gueuleton portugais) et au rez-de-chaussée du JM Suite Hôtel. Depuis le premier centimètre d'azulejos qui tapisse les murs dès l'entrée à la terrasse ouverte – ça c'est fort en plein cœur de Casa ! - à l'ambiance décontractée en passant par les lumières tamisées ou encore, ces longues tables qui rappellent les repas dominicaux et les grandes tablées méditerranéennes où rires et poulpes grillés (polvo grelhado) ou frango piri-piri sont indissociables, le Dom Petiscos, reste une plaisante incarnation des bonheurs simples et authentiques de la vie qui nous ont tant fait défaut, il y a seulement deux ans. De celles

qui vous transportent à la vitesse du son hors de nos frontières. Il suffit de s'attabler autour d'une spécialité maison sans compter ses heures, pour se sentir effectivement ailleurs. C'est aussi le résultat d'une carte abordable où les maîtres de maison respectent scrupuleusement l'identité bistronomique du restaurant. Nous nous sommes donc « gavés » de croquettes de morues, de viande braisée, de légumes frais pour finir sur les notes sucrées des pasteis de nata. Autre avantage non négligeable, la carte des boissons est assez diversifiée et les cocktails signature, cette petite touche indispensable pour déconnecter sans détour. Alors si vous manquez d'énergie, que les vacances sont encore loin ou que l'air

vous manque toute la semaine, il est temps pour vous, d'aller prendre le temps au Dom Petiscos.

DOM PETISCOS CASABLANCA

JM Suites Hôtel, RDC, 161 Avenue Moulay Hassan 1er et angle Bd. Rachidi.

Tél: 0522-943838

Email: info@dompetiscos.ma

Web: www.dompetiscos.ma

Ouvert tous les jours de 12:00 à 00:45.

DOM PETISCOS RABAT

Centre commercial Megamall, km 4,2 Avenue Mohammed VI, Souissi Rabat.

Tél: 0537-655882 / 0666-308633

Email: info@dompetiscos.ma

Web: www.dompetiscos.ma

Ouvert tous les jours de 12:00 à 02:00.

SIDIALI CÉLÈBRE LE PATRIMOINE MAROCAIN



Sidi Ali, marque emblématique d'eau minérale naturelle depuis 1978, célèbre la beauté du Maroc et le talent de jeunes artistes marocains en lançant une édition limitée de neuf bouteilles, intitulée « Bled El Fen ». « Bled El Fen » est une ode au patrimoine du Maroc et à son vivier de talents. Pour concevoir cette gamme, six jeunes artistes de la scène contemporaine marocaine ont puisé dans la diversité naturelle et culturelle de notre pays. Tafoughalt, Chefchaouen, Assilah, Jbel Hebri, Aguelmam Azegza, Ksar Aït Benhaddou, Essaouira, Legzira, et Dakhla sont les 9 escales qu'ils ont choisi de mettre à l'honneur. L'édition limitée Sidi Ali « Bled El Fen » signe ainsi la volonté de la marque

d'offrir à des artistes une plateforme d'expression originale. Elle est également une invitation artistique lancée aux Marocains, toutes générations confondues, à redécouvrir leur patrimoine et ses merveilles, encourager le tourisme et l'artisanat locaux, tout en restant hydratés. Les 9 bouteilles collector de l'édition limitée Bled El Fen sont disponibles dans les différents points de vente depuis Mai 2022.

LES PRODUITS LE COMPTOIR DE MATHILDE CHEZ MARJANE



Qui ne connaît pas cette marque emblématique qui propose une multitude de produits gourmands pour toutes les occasions. Chez les Marjane agréés, il est possible de retrouver les confitures et quelques produits au rayon des friandises tels qu'un choix de plaquettes de chocolat à casser qui associent gourmandise et santé. Mais pas que. Des dragées aux œufs en passant par les fameuses cuillères à faire fondre, la marque est largement représentée pour ce qui est de l'épicerie fine. Le Comptoir de Mathilde à partir de 35 DH la tablette de chocolat et 39 DH le pot de confiture de 250 gr. Chez Marjane.

LA NOUVELLE SAVEUR DE PHILADELPHIA



Au saumon fumé et à l'aneth, c'est la nouvelle saveur proposé par la marque KRAFT pour nous donner l'eau à la bouche. Cette nouvelle spécialité fromagère se veut légère et hypocalorique avec 44 kcalories pour une tartine de 30 grammes. C'est donc l'allié parfait pour des apéros improvisés, des pâtes à la dernière minute ou encore des préparations fraîches en verrines. En tartines donc ou à cuisiner, cette nouvelle formule est à la fois savoureuse et pleine de goût. Fromage à tartiner Saumon & Aneth chez les GMS agréées. 185 gr. A partir de 33.95 DH.

BIMBO AU CŒUR DE NOTRE QUOTIDIEN

La marque Bimbo, élue Produit de l'année dans la catégorie « Pain de mie » ne cesse de se renouveler en proposant de nouvelles variantes pour prolonger l'été : pâtes à pizza, pain à hot dog ou pain de mie nature pour des tartines d'été légères et craquantes à souhait. Rappelons que le groupe mexicain Bimbo a racheté le groupe Adgha en 2017 et qu'il ne cesse d'innover en proposant aux consommateurs un portefeuille de produits de grande qualité et accessible au plus grand nombre. Pour l'été, BIMBO lance les 12 fonds de minis pizzas (192 Gr) nature pour grignoter à toute heure et envisager toutes les recettes crues ou cuites. En GMS agréées. A partir de 12 DH.



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

SIEMA
FoodExpo



6,700

Professional
Visitors



220

Brands



20

Countries

5th INTERNATIONAL
FOOD,
HOSPITALITY
& TECHNOLOGIES
EXHIBITION

13-15

September
2022

C.I.C.E.C

Casablanca
MOROCCO

Partenaire:



Partenaires Médias:



Organizer:



info@moroccofoodexpo.com
info@elanexpo.net



www.moroccofoodexpo.com
www.elanexpo.net



CICEC - Centre International de
Conférences et d'Expositions de
l'Office des Changes Casablanca, MOROCCO